



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الرقم التسلسلي.....

دور أجهزة الدعم والمرافقة في نجاح المؤسسات الناشئة

دراسة حالة الجزائر

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD

تخصص: إدارة مالية

إشراف الأستاذ

أ. د. محمد الشريف بن زواي

إعداد الطالب

يوسف بركاتي

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الرتبة | الجامعة | الصفة |
|---------------------|----------------------|------------------|-------|
| خليل شرقي | أستاذ التعليم العالي | جامعة أم البواقي | رئيسا |
| محمد الشريف بن زواي | أستاذ التعليم العالي | جامعة أم البواقي | مشرفا |
| أسماء سفاري | أستاذ التعليم العالي | جامعة أم البواقي | عضوا |
| ليلى لراي | أستاذ محاضر أ | جامعة قالمة | عضوا |
| سيد أحمد بوسيف | أستاذ محاضر أ | جامعة الطارف | عضوا |
| نبيلة باديس | أستاذ محاضر أ | جامعة خنشلة | عضوا |

السنة الجامعية 2023/2022

إهداء

إلى

أمي وأبي أطال الله في عمرهما

إلى إخوتي وأخواتي حبا وعطاء

إلى كل من عرفنا أو سيعرفنا في يوم من الأيام

أهدي عملي هذا

شكر وتقدير

أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى أستاذي ومشرفي على هذا العمل، البروفيسور محمد الشريف بن زواي، كما أتقدم بخالص الشكر إلى كل الأساتذة والمعلمين الذين درسوني منذ أن كتبت أول حرف إلى يومنا هذا، دون أنسى كل الأساتذة والزملاء الذين قدموا لي يد المساعدة ولو بالكلمة الطيبة، وفي الأخير أتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين تكبدوا عناء قراءة هذا العمل من أجل إرشادنا وتوجيهنا وتصويبنا.

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور أجهزة الدعم والمرافقة في نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر، حيث تم تقسيم الدعم الذي تقدمه مختلف أجهزة الدعم والمرافقة إلى الدعم المالي، والدعم غير المالي. وقد اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، من خلال بناء نموذج نظري تضمن متغيرين مستقلين هما الدعم المالي والدعم غير المالي، ومتغير تابع هو نجاح المؤسسات الناشئة، كما تم الاستعانة بمتغيرين أحدهما وسيط تمثل في الميزة التنافسية، وكذلك متغير معدل تمثل في التوجه المقاولاتي. تم بناء أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان وتوزيعها على 122 مؤسسة ناشئة في الجزائر. أما تحليل البيانات التي جُمعت فكان بالاعتماد على برنامج (SmartPLSv4)، وتوصلت الدراسة بعد التحليل إلى عدم وجود أثر مباشر لمتغيري الدعم المالي وغير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة، في حين تم التوصل إلى أن هناك أثر غير مباشر لمتغير الدعم غير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية، كما خلصت النتائج أيضا إلى أن الميزة التنافسية تؤثر بشكل كبير على نجاح المؤسسات الناشئة، والتوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي.

الكلمات المفتاحية: مؤسسات الناشئة، نجاح المؤسسات الناشئة، دعم المالي، دعم غير المالي، النمذجة بالمعادلات البنائية.

Abstract

This study aimed to analyze the role of support and accompaniment structures in the success of startups in Algeria, where the support provided by the various support and accompaniment devices was divided into financial support. This study adopted the method of structural equations modeling based on partial least squares (PLS-SEM). By building a theoretical model that included two independent variables: financial support and non-financial support, and a dependent variable, which is the startup success. And the inclusion of two variables, a mediator that represents the competitive advantage, and a moderator variable that represents the entrepreneurial orientation. Preparing the study tool represented in the questionnaire and distributing it to 122 start-up enterprises in Algeria. As for the analysis of the collected data, it was based on the (SmartPLSv4) program. After the analysis, the study concluded that there is no direct impact of the variables of financial and non-financial support on the success of startups, while it was concluded that there is an indirect impact of the variable of non-financial support on the success of startups through competitive advantage. The results also concluded that the competitive advantage significantly affects the success of startups, and the entrepreneurial orientation works to positively modify the relationship between non-financial support and the success of startups.

Keywords: startups, success of startups, financial support, non-financial support, structural equations modeling.

الفهرس والمحتويات

فهرس المحتويات

| الصفحة | المحتويات |
|--------|--|
| - | الاهداء |
| - | الشكر |
| - | الملخص |
| 1 | الفهرس |
| 2 | I. مقدمة |
| 8 | II. مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات |
| 9 | 1. مراجعة لأهم الدراسات حول المؤسسات الناشئة. |
| 9 | 1.1. المؤسسات الناشئة |
| 10 | 1.1.1. قراءة في البحوث والدراسات السابقة حول موضوع المؤسسات الناشئة |
| 11 | 1.1.1.1. عملية استخلاص البيانات من قاعدة سكوبس (scopus) |
| 11 | 2.1.1.1. تطور النشر حول المؤسسات الناشئة خلال الفترة الزمنية (2010-2022) |
| 12 | 3.1.1.1. الباحثين الأكثر نشرًا حول موضوع المؤسسات الناشئة |
| 13 | 4.1.1.1. الدول الأكثر نشرًا حول موضوع المؤسسات الناشئة |
| 14 | 5.1.1.1. المؤلفين الأكثر استشهادًا (اقتباسًا) |
| 15 | 6.1.1.1. التعاون بين المؤلفين |
| 16 | 7.1.1.1. البلدان الأكثر اقتباسًا في موضوع المؤسسات الناشئة |
| 17 | 8.1.1.1. التعاون بين البلدان |
| 18 | 9.1.1.1. تحليل الكلمات المفتاحية |
| 20 | 2.1.1. تعريف المؤسسات الناشئة |
| 25 | 3.1.1. خصائص المؤسسات الناشئة |
| 26 | 4.1.1. أهمية المؤسسات الناشئة: |
| 27 | 5.1.1. أنواع المؤسسات الناشئة |
| 28 | 6.1.1. دورة حياة المؤسسات الناشئة |
| 30 | 7.1.1. المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة |
| 32 | 8.1.1. دوافع إنشاء مؤسسة ناشئة |
| 32 | 1.8.1.1. العوامل الداخلية |

| | |
|----|---|
| 33 | 2.8.1.1.الدوافع الخارجية |
| 34 | 9.1.1.الصعوبات والعوائق التي تواجهها المؤسسات الناشئة |
| 34 | 1.9.1.1.الصعوبات المالية |
| 34 | 2.9.1.1.الصوبات التسويقية |
| 35 | 3.9.1.1.الصوبات المتعلقة بالموارد البشرية |
| 35 | 4.9.1.1.الصوبات التنظيمية والقانونية |
| 35 | 2.1.دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة |
| 35 | 1.2.1.أشكال الدعم المقدم للمؤسسات الناشئة |
| 36 | 1.1.2.1.الدعم المالي |
| 36 | 2.1.2.130.الدعم التكنولوجي |
| 36 | 3.1.2.1.الدعم السوقي |
| 37 | 4.1.2.1.الدعم الإداري |
| 37 | 2.2.1.هيئات دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة |
| 38 | 1.2.2.1.حاضنات الأعمال (Business Incubators) |
| 40 | 1.2.2.1.رأس المال المخاطر (venture capital) |
| 43 | 3.2.1.أجهزة الدعم والمرافقة في الجزائر |
| 43 | 1.3.2.1.الوكالة الوطنية لدعم وترقية المقاولاتية (ANAD) |
| 46 | 2.3.2.1.الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر |
| 47 | 3.3.2.1.الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC) |
| 48 | 4.3.2.1.الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI) |
| 49 | 5.3.2.1.الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار |
| 51 | 6.3.2.1.حاضنات الأعمال (Business Incubators) |
| 54 | 7.3.2.1.شركات رأس المال المخاطر |
| 56 | 8.3.2.1.الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة |
| 58 | 3.1.نجاح المؤسسات الناشئة |
| 58 | 1.3.1.تعريف النجاح في المؤسسات الناشئة |
| 60 | 2.3.1.العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة |
| 61 | 1.2.3.1.العوامل الشخصية |
| 62 | 2.2.3.1.عوامل متعلقة بالمؤسسة (عوامل مؤسسية) |

| | |
|-----|--|
| 63 | 3.2.3.1.العوامل المتعلقة بالمحيط الخارجي للمؤسسة (عوامل خارجية) |
| 64 | 2.بناء الفرضيات |
| 68 | 1.2.العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة |
| 70 | 2.2.العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة |
| 73 | 3.2.الميزة التنافسية كمتغير وسيط بين الدعم المالي وغير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة |
| 75 | 4.2.التوجه المقاولاتي كمتغير معدل بين الدعم المالي وغير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة |
| 86 | III.الطريقة والأدوات |
| 87 | 1.عينة الدراسة |
| 90 | 2.أداة الدراسة |
| 91 | 1.2.تصميم أداة الدراسة |
| 92 | 1.1.2.القسم المتعلق بالبيانات الوصفية |
| 93 | 2.1.2.القسم الخاص بمتغيرات الدراسة |
| 93 | 1.2.1.2.متغير نجاح المؤسسات الناشئة (startups success) |
| 94 | 2.2.1.2.الدعم المالي ((Financial support)) |
| 96 | 3.2.1.2.الدعم غير المالي (Non-financial support) |
| 98 | 4.2.1.2.متغير الميزة التنافسية (Competitive advantage) |
| 99 | 5.2.1.2.متغير التوجه المقاولاتي (entrepreneurial orientation) |
| 101 | 2.2.توزيع الاستبيان وجمع البيانات |
| 103 | 3.2.التحليل الوصفي للبيانات |
| 104 | 3.التحليل |
| 104 | 1.3.قراءة في الدراسات السابقة. |
| 105 | 1.1.3.تطور النشر حول النمذجة بالمعادلات البنائية في مجالات الاقتصاد والادارة والمحاسبة خلال الفترة الزمنية (2010-2022) |
| 106 | 2.1.3.الباحثين الأكثر نشرًا حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية |
| 107 | 3.1.3.الدول الأكثر نشرًا حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية |
| 108 | 4.1.3.الباحثين الأكثر استشهادًا (اقتباسًا) |
| 109 | 5.1.3.التعاون بين المؤلفين |

| | |
|-----|---|
| 110 | 6.1.3. البلدان الأكثر اقتباسا في موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية |
| 111 | 7.1.3. التعاون بين البلدان |
| 112 | 8.1.3. تحليل الكلمات المفتاحية |
| 113 | 2.3. مقارنة النمذجة بالمعادلات البنائية (structural equations modeling) (approach) |
| 116 | 3.3. النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) |
| 117 | 1.3.3. النموذج الهيكلي (structural model) |
| 118 | 2.3.3. النموذج القياسي (measurement model) |
| 119 | 3.3.3. أداة الدراسة |
| 119 | 4.3.3. جمع البيانات (Data collection) |
| 121 | 5.3.3. تحليل البيانات (data analysis) |
| 122 | 6.3.3. تقييم النموذج القياسي |
| 124 | 7.3.3. تقييم النموذج الهيكلي (البنائي) |
| 132 | IV. النتائج |
| 133 | 1. إختبار النموذج القياسي (measurement model) |
| 133 | 1.1 الصدق التقاربي (convergent validity) |
| 135 | 2.1 الصدق التمايزي (discriminant validity) |
| 136 | 2.1. إختبار النموذج البنائي (assessment structural model) |
| 148 | V, مناقشة النتائج |
| 156 | VI. الخاتمة |
| 162 | قائمة المراجع |
| 185 | قائمة الملاحق |

فهرس الجداول

| | |
|----|---|
| 15 | الجدول (1): المؤلفين الأكثر اقتباسا في موضوع المؤسسات الناشئة. |
| 17 | الجدول (2): البلدان العشرة الأكثر اقتباسا في موضوع المؤسسات الناشئة. |
| 20 | الجدول (3): تعريف المؤسسات الناشئة |
| 31 | الجدول رقم (4): المعايير الكمية لتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. |
| 31 | الجدول (5): يوضح أهم الفروقات بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. |

| | |
|-----|--|
| 45 | الجدول(6): الصيغ التمويلية التي توفرها الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية. |
| 53 | الجدول (7): توزيع الحاضنات في الجزائر |
| 60 | الجدول (8): تعريف النجاح في المؤسسات. |
| 66 | الجدول رقم (9): يوضح العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة حسب الصنف. |
| 82 | الجدول (10) ملخص شامل للفرضيات الخاصة بنموذج الدراسة. |
| 89 | الجدول (11): العينة المستخدمة حسب الدراسات السابقة. |
| 92 | الجدول (12): القسم المتعلق بالبيانات الوصفية لعينة الدراسة. |
| 94 | الجدول (13): أبعاد متغير نجاح المؤسسات الناشئة. |
| 95 | الجدول (14): مؤشرات (فقرات) متغير الدعم المالي. |
| 97 | الجدول (15): مؤشرات (فقرات) قياس متغير الدعم غير المالي. |
| 98 | الجدول (16): يوضح مؤشرات (فقرات) قياس متغير الميزة التنافسية. |
| 100 | الجدول (17): مؤشرات (فقرات) قياس متغير التوجه المقاولاتي. |
| 101 | الجدول (18): الاستثمارات المودعة والمسترجعة من المشاتل ومراكز الدعم والاستشارة عبر الولايات. |
| 104 | الجدول (19): البيانات الوصفية لعينة الدراسة. |
| 109 | الجدول (20): المؤلفين الأكثر اقتباسا حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية. |
| 111 | الجدول(21): البلدان الأكثر اقتباسا في موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية. |
| 114 | الجدول(22): تقنيات التحليل الإحصائي. |
| 134 | الجدول (23): اختبار النموذج القياسي. |
| 135 | الجدول(24): إحصائية فرنر-لاركر |
| 136 | الجدول (25): إحصائية (HTMT) |
| 137 | الجدول(26): يوضح معامل تضخم التباين (VIF) لفقرات النموذج. |
| 138 | الجدول رقم (27): اختبار الفرضيات المباشرة. |
| 139 | الجدول رقم (28): يوضح التأثير غير المباشر (الوساطة). |
| 140 | الجدول (29): نتائج الأثر الكلي لمتغيري الدعم المالي والدعم غير المالي على النجاح. |
| 142 | الجدول (30): اختبار الفرضيات الخاصة بالمتغير المعدل (التوجه المقاولاتي). |
| 145 | الجدول (31): حجم الأثر f^2 . |
| 153 | الجدول (32): ملخص لنتائج اختبار الفرضيات |

فهرس الأشكال

| | |
|-----|--|
| 10 | الشكل (1): تطور استخدام مصطلحات (startup ;start up ;start-up) في مجموعة كتب Google Books Ngram View خلال الفترة الممتدة بين (2019_1950). |
| 12 | الشكل (02): تطور عدد المنشورات حول موضوع المؤسسات الناشئة خلال الفترة 2010-2022. |
| 13 | الشكل (03): يوضح الباحثين الأكثر نشرًا في موضوع المؤسسات الناشئة. |
| 14 | الشكل (4): يوضح العشر بلدان الأكثر نشرًا في موضوع المؤسسات الناشئة. |
| 16 | الشكل (5): يوضح شبكة التعاون بين المؤلفين. |
| 18 | الشكل (6): شبكة التأليف المشترك بين البلدان. |
| 19 | الشكل (7): يمثل شبكة الكلمات المفتاحية |
| 30 | الشكل (8): المراحل الستة لتطور دورة حياة المؤسسة الناشئة. |
| 67 | الشكل (9): نموذج يلخص العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة. |
| 83 | الشكل (10): النموذج النهائي للدراسة. |
| 106 | الشكل (11): تطور النشر حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية خلال الفترة (2010-2022). |
| 107 | الشكل (12): يوضح الباحثين الأكثر نشرًا حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية. |
| 108 | الشكل (13): الدول الأكثر نشرًا في النمذجة بالمعادلات البنائية. |
| 110 | الشكل (14): شبكة التعاون بين المؤلفين. |
| 112 | الشكل (15): شبكة التأليف المشترك بين البلدان. |
| 113 | الشكل (16): يمثل شبكة الكلمات المفتاحية |
| 129 | الشكل (17): ملخص لمراحل إعداد دراسة باستخدام (PLS-SEM) |
| 142 | الشكل (18): تأثير التوجه المقاولاتي على العلاقة بين الدعم المالي والدعم غير المالي. |
| 142 | الشكل (19): تأثير التوجه المقاولاتي على العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة |
| 143 | الشكل (20): نتائج اختبار النموذج البنائي للدراسة |

جدول المختصرات

| الاختصار | المعنى |
|----------|-------------------------------|
| SEM | structural equations modeling |
| PLS | partial least squares |
| cv | Covariance |

| | |
|-------|---|
| AVE | Average variance Extracted |
| CR | Composite Reliability |
| VIF | Variance inflation factor |
| HTMT | heterotrait–monotrait |
| B | Factor loading |
| R^2 | coefficient of determination |
| f^2 | effect siz |
| GOF | geometric mean of the average communality and average |

I. مقدمة

I. مقدمة

1. خلفية الدراسة

لقد أصبح الأمن الاقتصادي من الأهداف التي تسعى كل البلدان للوصول إليه لما له من تأثيرات على الجوانب الأخرى للحياة منها الاجتماعية والثقافية وحتى السياسية والعسكرية، حيث يمكن ملاحظة أن البلدان المتطورة اقتصاديا هي نفسها البلدان ذات المستوى المعيشي والثقافي العالي وهي نفسها البلدان المسيطرة على الساحة السياسية العالمية، وبالعكس فإن البلدان النامية اقتصاديا هي نفسها البلدان ذات المستوى المعيشي والثقافي المتدني وهي نفسها البلدان التي تتميز بالتبعية السياسية للبلدان المتقدمة، ولهذا كان لزاما على هذه الدول أن تسارع لبناء قاعدة اقتصادية قوية تسمح لها بمواكبة التطورات الحاصلة في جميع الجوانب الاجتماعية والثقافية والسياسية والعسكرية.

تعتبر المقاولاتية أو ريادة الأعمال من بين أهم المجالات التي يركز عليها أغلب صناعات السياسات الاقتصادية في العالم بأسره خاصة في الدول الرائدة اقتصاديا، ومصطلح المقاولاتية يعتبر من المصطلحات الواسعة المفهوم ولا يمكن حصره في معنى واحد، ولهذا فإن المقاولاتية لا يمكن ربطها أو حصرها في مجال معين، فهي تمس علم الاقتصاد والادارة وعلم الاجتماع وعلوم النفس والسلوك، وبالتالي فإن وضع تعريف واحد معين للمقاولاتية يعتبر تحديا في حد ذاته، فمصطلح المقاولاتية يعني الريادة كما يعني المخاطرة والتميز والتفرد بمهارة معينة أو مجموعة من المهارات لا تتوفر عند جميع الأشخاص، ولهذا فإن العمل المقاولاتي لا يعتبر من الأعمال المتاحة لجميع الأشخاص، وإنما هو عمل يتوجه إليه عينة من الأشخاص أو الأفراد الذين يملكون مجموعة من المهارات والمؤهلات التي تسمح لهم بخوض غمار المقاولاتية وتحقيق النجاح فيها، لأن النجاح هو أكثر ما يهم في هذا الموضوع.

تعتبر المؤسسات الناشئة من بين أهم المصطلحات تداوليا في مجال المقاولاتية، خاصة في العشرية الأخيرة حيث أصبحت تحظى باهتمام كبير من طرف أصحاب القرار والمسؤولين عن رسم السياسات الاقتصادية، وكذلك الأكاديميين الباحثين في مجال المقاولاتية، إذ أن أي متصفح لقاعدة من القواعد أو المواقع المتخصصة في البحث والنشر العلمي سيلاحظ تزايد كبير في عدد البحوث والدراسات الخاصة بموضوع المؤسسات الناشئة، ومحاولة تسليط الضوء على جميع الجوانب ذات العلاقة المباشرة بها، مثل البيئة الخاصة بالمؤسسات الناشئة ومدى دورها في المساعدة على استحداث هذه الأخيرة، وكذلك مدى مساهمة عناصر البيئة المؤسساتية، أو مدى تأثيرها على نجاح المؤسسات الناشئة واستمراريتها، لأن أكثر ما يهم هو أن تكون المؤسسة ناجحة في مجال صناعتها ولها القدرة على الاستمرارية والنمو، فلا يهم عدد

المؤسسات المستحدثة، إذا كان هناك أيضا في المقابل عدد كبير من المؤسسات الفاشلة، وليست قادرة على الاستمرار في العمل أو في المنافسة ولو كان هذا على الصعيد المحلي فقط. ولهذا أصبحت أغلب الحكومات في العالم تلجأ إلى سياسة الدعم والمرافقة للمؤسسات الناشئة، بغرض مساعدتها على تحقيق مختلف الاحتياجات الضرورية التي تمكنها من النجاح في مسارها المؤسسي. وعلى العموم هناك نوعين من الاحتياجات التي تطلبها أي مؤسسة اقتصادية سواء أكانت هذه المؤسسة ناشئة أو مؤسسة صغيرة ومتوسطة، فقد تكون هذه الاحتياجات مادية أو قد تكون غير مادية، وفي كلتا الحالتين لا يمكن لأي مؤسسة النجاح في مشوارها المقاوالاتي دون أن تعمل على تغطية هذه الاحتياجات، مما يستدعي في بعض الأحيان اللجوء إلى طلب هذه المساعدة من بعض الهيئات المختصة في تقديم هذا النوع من المساعدات للمؤسسات بصفة عامة.

2. إشكالية الدراسة

لقد أصبح مجال المقاوالاتية بصفة عامة والمؤسسات الناشئة بصفة خاصة من بين أكبر المواضيع التي تحظى باهتمام كبير من طرف الجهات الحكومية المختصة في الجزائر والتي لها علاقة مباشرة بهذا المجال، قابله أيضا اهتمام كبير من طرف الباحثين الجزائريين بموضوع المؤسسات الناشئة، وقد بدأ هذا الاهتمام في التزايد بشكل كبير مع مطلع سنة 2020 بعد الانتخابات الرئاسية الأخيرة التي كانت في 12 ديسمبر 2019 والتي نتج عنها تجديد أعضاء الحكومة من طرف الرئيس المنتخب والتي أسفرت عن ظهور وزارة جديدة خاصة بالمؤسسات الناشئة والحاضنات، إذ كانت النية واضحة من البداية في الاعتماد على المؤسسات الناشئة كأداة استراتيجية جديدة لرسم خارطة الطريق الاقتصادية للبلد، والعمل على تحقيق النمو والتنويع الاقتصادي والتخلص من التبعية لمورد وحيد. وفي هذا الصدد سعت الحكومة الجزائرية ممثلة في وزارة المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة وبالتعاون مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي إلى استحداث العديد من حاضنات الأعمال سواء الخاصة أو العمومية أو الجامعية من أجل العمل على توفير المناخ الملائم بغرض تسهيل إنشاء مؤسسات جديدة وكذلك دعم ومرافقة المؤسسات القائمة، من خلال توفير مختلف الاحتياجات الضرورية في نشاطها، سواء كانت هذه الاحتياجات مادية (مالية) أو غير مادية (غير مالية) من أجل ضمان نجاحها واستمراريتها.

بناء على ما سبق تم طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو دور أجهزة الدعم والمرافقة في نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

وتتفرع من الإشكالية الرئيسية التساؤلات الفرعية التالية:

مقدمة

- ما مدى تأثير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة؟
- ما مدى تأثير الدعم غير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة؟
- هل يمكن اعتبار الميزة التنافسية (باعتبارها من العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة) كمتغير وسيط بين الدعم المالي والدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة؟
- هل يمكن لمتغير التوجه المقاولاتي أن يعدل العلاقة بين الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى؟

3. أهداف الدراسة

تهدف هذه الأطروحة في الأساس إلى تحليل مدى دور الدعم والمرافقة (كمتغير مستقل) في نجاح المؤسسات الناشئة (كمتغير تابع)، وهذا من خلال بناء نموذج نظري كامل، يجمع بين المتغيرين السابقين، بالإضافة إلى إدراج متغيرات أخرى تصنف من ضمن العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة أيضاً، ويتمثلان في الميزة التنافسية كمتغير وسيط، والتوجه المقاولاتي كمتغير معدل. ثم سيتم تطبيق هذا النموذج في الجانب التطبيقي للدراسة من خلال بناء استبيان خاص وتوزيعه على عينة من المؤسسات الناشئة في الجزائر، ومحاولة الوصول إلى نتائج للعلاقة بين متغيرات النموذج النظري للدراسة، وعموماً يمكن تلخيص مجمل الأهداف المرجوة من هذه الدراسة في النقاط التالية:

- تسليط الضوء على الجانب النظري للمؤسسات الناشئة.
- تسليط الضوء على أجهزة الدعم والمرافقة للمؤسسات بصفة عامة في الجزائر.
- الخروج بنموذج عام لأهم العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة.
- الوصول إلى نتائج حول التأثير المباشر وغير المباشر للدعم المالي والدعم غير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر.
- مدى ملائمة النموذج المقترح للدراسة من أجل قياس النجاح في المؤسسات الناشئة في الجزائر.

4. أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها، أولاً تسلط الضوء على نجاح المؤسسات الناشئة على اعتبار أن الهدف من استحداث المؤسسات الناشئة هو نجاحها واستمراريتها وإلا فإنه لا فائدة من استحداث مؤسسة ناشئة إذا كان مآلها الفشل، حيث تم بناء نموذج عام للعوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة، وكذلك الخروج بنموذج نهائي يصف العلاقة بين الدعم بنوعيه والنجاح في المؤسسات الناشئة، في وجود متغيرات وسيطة ومعدلة.

5. المنهج المستخدم

تم استعمال المنهج الاستنباطي من خلال أسلوب الوصف في عرض الجانب النظري للمؤسسات الناشئة، وكذلك في استعراض أهم هيئات الدعم والمرافقة للمؤسسات بصفة عامة في الجزائر، وكذلك استخدام المنهج الاستقرائي بواسطة النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية.

6. حدود الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة على المؤسسات الناشئة في الجزائر، وبالتالي فإن الحدود المكانية هي الجزائر، وتم استهداف المؤسسات الناشئة التي يقل عمرها عن ثمان (8) سنوات، كما تم أيضا الاعتماد على أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، وهذا لأن النموذج المطبق يعتبر نموذج استكشافي ولهذا فإن الأسلوب الاحصائي المناسب في هذه الحالة هو أسلوب (PLS-SEM).

7. صعوبات الدراسة

واجهت الطالب في هذه الدراسة الكثير من صعوبات خاصة في مرحلة توزيع الاستبيان، حيث أن المؤسسات الناشئة في الجزائر نادرة نسبيا، على اعتبار أن الموضوع لا يزال حديثا في الجزائر خاصة وأنه تم المباشرة في توزيع الاستبيان سنة 2021، كما أن الاحصائيات حول المؤسسات الناشئة غير متوفرة، وأيضا لم يكن هناك أي تعاون أو دعم ولا حتى ترحيب من الحاضنات والمشائل ومراكز التسهيل التي تم استهدافها سواء شخصا أو عن بعد، حيث كان هناك نوع من التخاذل في التعاون لإتمام هذه الدراسة.

8. هيكل الدراسة

تم تقسيم هذه الدراسة إلى الفصول التالية:

- مقدمة: حيث تضمنت تمهيد صغير بالاضافة إلى طرح الاشكالية العامة للدراسة، والتساؤلات الفرعية، وكذلك أهداف وأهمية الدراسة والمنهج المستخدم وحدود وهيكل الدراسة.
- مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات: تضمن هذا الفصل الأدبيات الخاصة بالدراسة وبناء الفرضيات، حيث تم في القسم الأول من هذا الفصل استعراض أهم المفاهيم ذات العلاقة بالمؤسسات الناشئة، ثم عرض أهم أجهزة الدعم والمرافقة للمؤسسات في الجزائر، ثم الانتقال إلى الجزء الثاني الذي تضمن صياغة الفرضيات وبناء نموذج نظري للدراسة.
- الطريقة والأدوات: تضمن هذا العنصر شرح مفصل لمجتمع وعينة الدراسة، وكذلك بناء أداة الدراسة، وأخير الأسلوب والبرنامج المستخدم في عملية التحليل.

مقدمة

- **النتائج:** وتضمن هذا العنصر استعراض النتائج التي تم الحصول عليها بعد تحليل البيانات، حيث تضمنت اختبار النموذج القياسي للدراسة وكذلك النموذج البنائي.
- **مناقشة النتائج:** حيث تضمن هذا العنصر مناقشة للنتائج المتحصل ومحاولة مقارنتها مع النتائج المتحصل عليها في الدراسات السابقة.
- **الخاتمة:** وتضمنت أهم النتائج التي تم التوصل إليها، وكذلك التطبيقات العملية لهذه الدراسة، والحدود المنهجية للدراسة وآفاق الدراسة.

II. مراجعة الأدييات وبناء الفرضيات

II. مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

تحظى المؤسسات الناشئة بأهمية كبيرة، سواء بالنسبة للحكومات وصناع القرار فيها، أو بالنسبة للباحثين والمؤلفين في مجال المقاولاتية بصفة عامة، وهذا لما لها من دور في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ولهذا تتجه أغلب الدول نحو الاهتمام بهذا المجال الحساس والعمل على وضع الأطر القانونية التي تحكم وتنظم هذه المؤسسات، ومحاولة استحداث مناخ بيئي ملائم لنشاطها وسيورتها، بالشكل الذي يضمن الرفع من أدائها مما يساعد على زيادة فرص نجاحها واستمراريتها.

سيتم من خلال هذا القسم من الدراسة تسليط الضوء على المفاهيم النظرية الخاصة بالمؤسسات الناشئة، بداية من تعريفها إلى أهميتها ودورها، وكذلك العوامل التي تؤثر على نجاحها واستمراريتها، بالإضافة إلى العمل على وضع النموذج النهائي للدراسة وبناء الفرضيات، وهذا بالاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين المتغيرات التي تم اعتمادها في بناء النموذج النهائي للدراسة. ويمكن تلخيص أهم العناصر التي سيتم التطرق إليها في هذا القسم من خلال النقاط الرئيسية التالية:

1.مراجعة لأهم الدراسات حول نجاح المؤسسات الناشئة

1.1.المؤسسات الناشئة

2.1.دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة

3.1.نجاح المؤسسات الناشئة

2.بناء الفرضيات

1.مراجعة لأهم الدراسات حول نجاح المؤسسات الناشئة

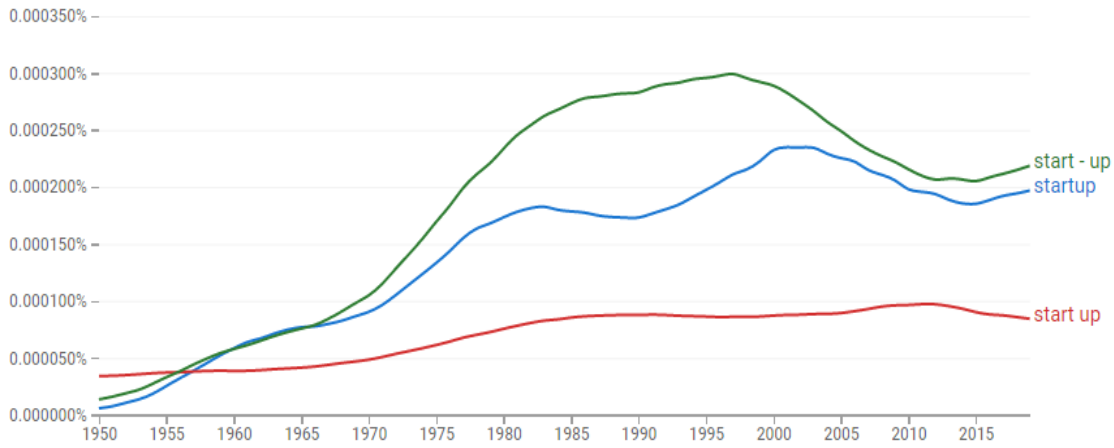
1.1.المؤسسات الناشئة

تُعتبر المقاولاتية (entrepreneurship) من أكثر المصطلحات تعقيدا فهي تعتبر تخصصا في حد ذاتها" (Diandra & Azmy, 2020, p. 236)، ومصطلح المقاولاتية له تاريخ قديم يعود إلى سنة 1732 عندما استخدم الاقتصادي الايرلندي *Richard Cantillon* هذه الكلمة في الاشارة إلى الأفراد الذين لديهم الرغبة في تنفيذ أشكال من الموازنة (المراجحة) والتي تنطوي على مخاطر مالية كبيرة (Havinal, 2009)، وتعرّف المقاولاتية على أنها نشاط يتضمن اكتشاف وتقييم واستغلال الفرص لتقديم سلع وخدمات جديدة (Yurtkoru, Kuşcu, & Doğanay, 2014)، والمقاولاتية لا تتعلق فقط بوضع خطط عمل وبدء مشاريع جديدة، وإنما تتعلق أيضا بالإبداع والابتكار والنمو وهي طريقة للتفكير والتصرف ذات صلة بجميع أجزاء الاقتصاد والمجتمع والنظام البيئي المحيط بأكمله، أو هي محاولة لخلق قيمة من خلال التعرف على الفرص وإدارة المخاطر من خلال مهارة التواصل والإدارة لتعبئة الموارد المالية و كذلك الموارد غير المالية اللازمة أو الضرورية لتحقيق المشروع (Havinal, 2009). يطلق اسم المقاول أو رائد الأعمال (Entrepreneur) على الشخص الذي يقوم بإنشاء مؤسسة خاصة، ويعرّف على أنه الشخص الذي ينظم ويدير ويتحمل مختلف مخاطر الأعمال من أجل أن يكون ناجحًا، كما أنه يتمتع بالعديد من الصفات الشخصية والمهنية والمهارات اللازمة لأداء مهامه (Yordanov, 2019)، والمقاول حسب ما أشار إليه (Havinal, 2009) يمكن تصنيفه إلى ثلاث مجموعات رئيسية كما يلي: المجازف، المبتكر، المنظم.

نادرا ما اتفق المؤلفون أو الباحثون في مجال المقاولاتية على تعريف واحد شامل للمؤسسات الناشئة، باستثناء اتفاقهم على شيء واحد وهو أنه لا يوجد تعريف واحد شامل وموحد لها، ومع ذلك، تم استخدام مجموعة متنوعة من المعايير المختلفة لتعريف المؤسسات الناشئة مثل: العمر، الربحية، الابتكار، النمو، نوع التمويل وغيرها من المعايير (Silva, Cerqueira, & Brandão, 2016). من المهم أيضا التمييز بين الاتجاهين المختلفين لمصطلح المؤسسات الناشئة، حيث أن (startup) يُستخدم أحيانا هذا التعبير لوصف مشروع صغير مبتكر من بدايته (مرحلة التأسيس) حتى النضوج ودخول السوق، وفي أوقات أخرى، يشير فقط إلى عملية التطوير والابتكار التي تشهدها المؤسسة خلال أحد مراحل حياتها (Skawińska & Zalewski, 2020). كما لا بد من الاشارة إلى أنه في اللغة الإنجليزية هناك عدة كتابات مختلفة لمصطلح المؤسسات الناشئة وهي كما يلي: (startups ;start ups ;start-ups)، وحتى ترجمت معناها إلى

العربية يختلف من دراسة إلى أخرى، فهناك من يترجمها إلى المؤسسات الناشئة وهناك من يترجمها إلى الشركات الناشئة. من أجل معرفة مدى تطور استخدام كلمات (startup ;start up ;start-up) عبر الزمن تم استخدام موقع (Google Books Ngram View)، (وهو موقع يسمح بمعرفة مدى استخدام مصطلح معين في الكتب المدرجة ضمن مواقع غوغل عبر فترة من الزمن)، وقد تم إدراج المصطلحات الثلاث السابقة في مُستوعب البحث خلال الفترة الممتدة من 1950 إلى غاية 2019 وقد كانت النتائج كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل(1): تطور استخدام مصطلحات (startup ;start up ;start-up) في مجموعة كتب Google Books Ngram View خلال الفترة الممتدة بين (2019_1950).



المصدر: بالاعتماد على: https://books.google.com/ngrams/graph?content=startup%2Cstart+up%2Cstart-up&year_start=1950&year_end=2019&corpus=26&smoothing=3

من خلال الشكل السابق يتم ملاحظة أن استعمال كلمات (startup ;start up ;start-up) في الكتب العلمية قد بدأت في التطور والتزايد ابتداء من سنة 1950 حيث أن أكثر الكلمات ظهورا واستخداما في الكتب حسب الموقع السابق الذكر هي كلمة (start-up) تليها كلمة (startup)، وفي الأخير تأتي كلمة (start up)، وهذا ما يفسر الاستخدام المختلف للمصطلح من باحث إلى آخر. تجدر الإشارة إلى أنه سيتم استخدام المصطلحات الثلاث السابقة في هذه الدراسة كمرادف لبعضها البعض.

1.1.1.1. قراءة في البحوث والدراسات السابقة حول موضوع المؤسسات الناشئة

لقد أصبحت المؤسسات الناشئة تحظى باهتمام من طرف الجهات أو الحكومات المعنية بوضع ومتابعة سير البرامج الاقتصادية لما لها من أهمية في تطوير المنظومة الاقتصادية، قابلها أيضا اهتمام كبير من

طرف الباحثين والمؤلفين في مجال المقاولاتية والمؤسسات الناشئة، ولهذا وقبل التطرق إلى الجانب النظري للمؤسسات الناشئة، تم القيام بعملية تحليل ومسح للدراسات والأبحاث المنشورة حول الموضوع، ولهذا الغرض تم استخلاص البيانات والأبحاث المنشورة في قاعدة بيانات سكوبس (scopus) خلال الفترة من 2010 إلى غاية 2022، وبعد عملية الاستخلاص والفلتر تم الاستعانة ببرنامج مختص في تحليل مثل هكذا بيانات وهو برنامج فوس فيورز (vosviewer)، وهذا بغرض القراءة أكثر والتعمق في تطور عملية النشر العلمي حول المؤسسات الناشئة. ومن أجل هذا نتبع الخطوات التالية:

1.1.1.1 عملية استخلاص البيانات من قاعدة سكوبس (scopus)

في البداية تم استخدام كلمات ("startup" or "start up" or "start-up") ككلمات دالة في مستوعب البحث الخاص بقاعدة بيانات سكوبس (scopus)، وقد كشفت نتائج البحث عن وجود 80737 ورقة بحثية حول موضوع المؤسسات الناشئة بصفة عامة وفي جميع المجالات الممكنة، وبعد ما تم تقليص المدة الزمنية الخاصة بالبحث وحصرها بين (2010-2022) تم تقليص عدد الأوراق البحثية إلى 10037 ورقة بحثية منشورة ضمن قاعدة بيانات سكوبس (scopus)، ثم تم حصر مجالات البحث (SUBJECT AREA) في مجالين اثنين هما، الاقتصاد والاقتصاد القياسي والمالية، وكذلك إدارة الأعمال والمحاسبة، لينزل عدد الأوراق البحثية إلى 2356 ورقة بحثية، وفي الأخير تم تحديد الكلمات المفتاحية المستخدمة في الأوراق العلمية حيث تم اعتماد فقط الكلمات المفتاحية الأكثر انتشارا واستخداما بين الباحثين مثل (Entrepreneurship, innovation, venture capital, start up, startu-up, entrepreneur, investment, startups, financing startups) ليصبح في النهاية عدد الأوراق ما يعادل 1095 ورقة بحثية تم اعتمادها في عملية التحليل.

2.1.1.1 تطور النشر حول المؤسسات الناشئة خلال الفترة الزمنية (2010-2022)

يوضح الشكل (2) تطور عدد الأوراق العلمية المنشورة والتي تناولت في جزء منها على الأقل موضوع المؤسسات الناشئة خلال الفترة الزمنية المحصورة بين 2010 و2022، وكما تم الإشارة إليه سابقا (في الجزء الخاص باستخلاص البيانات) فإن عدد الأوراق العلمية بعد القيام بعملية تصفية البيانات توقف عند 1095 ورقة بحثية خلال فترة البحث، والملاحظ للشكل يجد أن عدد الأوراق البحثية سواء في كل سنة على حدى أو التراكمية قد شهد تزايد مستمر، حيث بلغ عدد الأوراق البحثية 24 ورقة بحثية سنتي 2010 و2011، ليرتفع إلى غاية 213 ورقة بحثية سنة 2022 فقط، أي أن عدد الأوراق العلمية المنشورة في قاعدة بيانات سكوبس

(scopus) والمفترزة حسب احتياجات هذه الدراسة قد ارتفع بأكثر من ثمانية (8) أضعاف بين سنتي 2010 و2022 فقط، وهذا يدل على تزايد اهتمام الباحثين بموضوع المؤسسات الناشئة من سنة إلى أخرى.

الشكل (02): تطور عدد المنشورات حول موضوع المؤسسات الناشئة خلال الفترة (2010-2022).

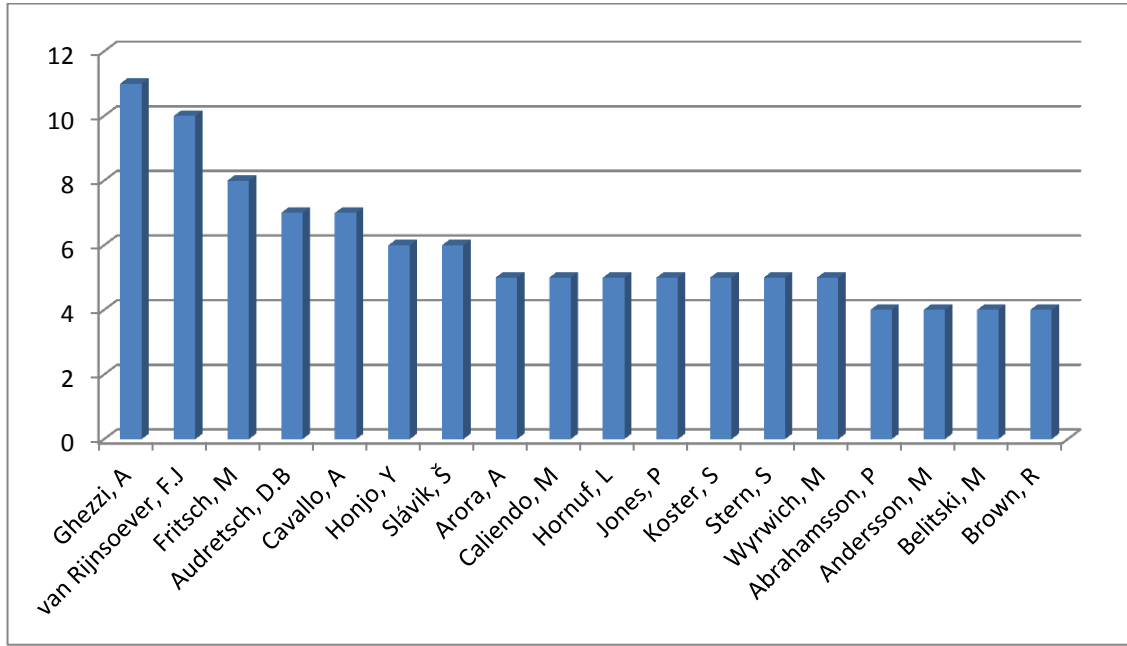


المصدر: بالاعتماد على قاعدة سكوبس (scopus) وبرنامج إكسال (Excel).

3.1.1.1 الباحثين الأكثر نشرًا حول موضوع المؤسسات الناشئة

يوضح الشكل (3) الباحثين الأكثر نشرًا في موضوع المؤسسات الناشئة حسب الأبحاث المستخلصة من قاعدة بيانات سكوبس (scopus)، ومن خلال الشكل تم ملاحظة أن (Ghezzi, A) هو الأكثر نشرًا في موضوع المؤسسات الناشئة بما يعادل أحد عشرة (11) بحث منشور في قاعدة البيانات سكوبس، ثم يأتي بعده (Rijnsoever, F.J) بعشرة (10) أوراق علمية، ثم يأتي (Fritsch, M) بثمانية (8) أوراق علمية، ثم كل من (Audretsch, D.B) وكذلك (Cavallo, A) بسبعة (7) أوراق علمية. مع الإصرار على الإشارة إلى أن هذه النتائج خاصة فقط بما تم التوصل إليه في هذه الدراسة، والتي تم تكييفها بالتماشي مع احتياجات ومتطلبات العملية البحثية، كما أن أي اختلاف في عملية الفلتر أو في قاعدة البيانات الخاصة بالبحث سيؤدي بالضرورة إلى حدوث اختلاف وتباين في النتائج. ولمزيد من التفاصيل حول الباحثين الأكثر نشرًا في الموضوع أنظر الشكل (3).

الشكل (03): يوضح الباحثين الأكثر نشرًا في موضوع المؤسسات الناشئة.

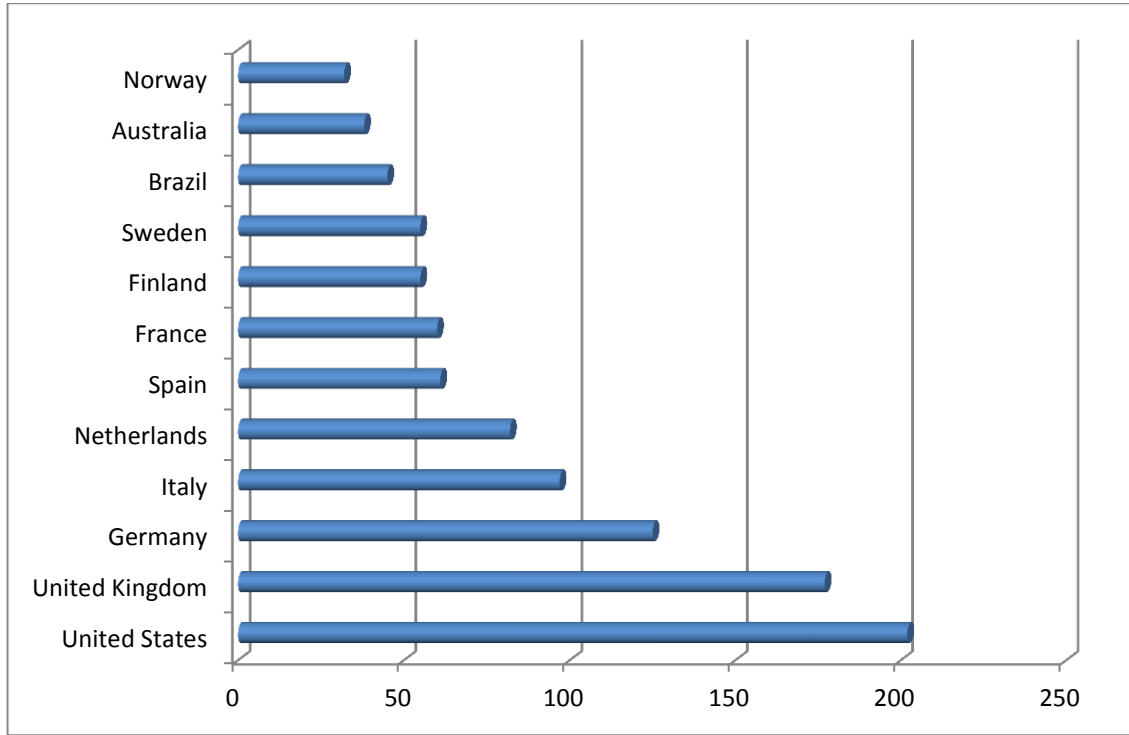


المصدر: بالاعتماد على قاعدة سكوبس (SCOPUS) وبرنامج إكسال (Excel).

4.1.1.1 الدول الأكثر نشرًا حول موضوع المؤسسات الناشئة

من خلال الشكل (4) الذي يشير إلى ترتيب الدول الأكثر نشرًا للبحوث ذات الصلة بموضوع المؤسسات الناشئة في قاعدة بيانات سكوبس (SCOPUS) يمكن ملاحظة أن الولايات المتحدة الأمريكية (United States)، هي الدولة الأكثر نشرًا للبحوث في موضوع المؤسسات الناشئة بما يفوق 200 ورقة بحثية، تأتي بعدها مملكة بريطانيا المتحدة (United Kingdom)، بأكثر من 170 ورقة بحثية، أما في المرتبة الثالثة فجاءت ألمانيا (Germany)، بما يعادل 125 ورقة بحثية، لتأتي بعدها بقية الدول الأخرى المتمثلة في هولندا (Netherlands) فرنسا (France) إيطاليا (Italy) السويد (Sweden) وإسبانيا (Spain) فنلندا (Finland) والبرازيل (Brazil) على التوالي. ومن خلال ما سبق يمكن ملاحظة أن الاهتمام بمجال المؤسسات الناشئة فيما يخص البحث العلمي كان من نصيب الدول المتقدمة على عكس الدول النامية، وحتى في أرض الواقع يمكن ملاحظة أن هذا الاهتمام يقابله أيضا اهتمام بالمؤسسات الناشئة أيضا فيما يخص التأسيس والمرافقة والدعم المقدم لهذا النوع من المؤسسات، وهذا إن دل على شيء فهو يدل على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها هذه المؤسسات في الدول المتقدمة، لما لها من دور في تطوير النظم الاقتصادية ودفع عجلات النمو فيها.

الشكل (4): يوضح العشر بلدان الأكثر نشرًا في موضوع المؤسسات الناشئة.



المصدر: بالاعتماد على قاعدة سكوبس (scopus) وبرنامج إكسال (Excel).

5.1.1.1 المؤلفين الأكثر استشهادًا (اقتباسًا)

يوضح الجدول (1) العشر (10) المؤلفين الأكثر اقتباسًا حول موضوع المؤسسات الناشئة، حيث تم ترتيبهم من الأكثر استشهادًا إلى الأقل استشهادًا، ومن خلال الجدول يمكن ملاحظة أن أكثر المؤلفين اقتباسًا كان (hornuf I.) من ألمانيا بما يعادل 676 اقتباس من 5 مؤلفات فقط، أي بمتوسط يساوي 135,2 اقتباس لكل مقال، يأتي في المرتبة الثانية من الولايات المتحدة الأمريكية (audretsch d.b.) بما يعادل 600 اقتباس من 7 منشورات علمية أي بمتوسط لا يقل عن 85,7 استشهاد لكل مقال، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب الباحث (stern s.) من الولايات المتحدة الأمريكية بما يعادل 521 اقتباس من 5 مؤلفات، أي بمتوسط يعادل 104,2 اقتباس لكل مقال، والملاحظ للجدول يجد أن السيطرة على المراتب العشرة (10) الأولى فيما يخص عدد الاقتباسات كانت من نصيب الولايات المتحدة الأمريكية بوجود أربعة (4) مؤلفين في القائمة. ولمزيد من التفصيل أنظر الجدول رقم (1).

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

الجدول (1): المؤلفين الأكثر اقتباسا في موضوع المؤسسات الناشئة.

| الكاتب | البلد الأصلي | الاقتباسات | عدد الأوراق العلمية |
|------------------------|-----------------|------------|---------------------|
| hornuf l. | ألمانيا | 676 | 5 |
| audretsch d.b. | الو.م.أ | 600 | 7 |
| stern s. | الو.م.أ | 521 | 5 |
| van rijnsouwer f.j. | هولندا | 391 | 12 |
| ghezzi a. | إيطاليا | 332 | 11 |
| arora a. | الو.م.أ | 312 | 5 |
| fritsch m. | ألمانيا | 310 | 8 |
| cavallo a. | الو.م.أ | 222 | 7 |
| koster s. | هولندا | 214 | 5 |
| jones p. | المملكة المتحدة | 162 | 5 |

المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج (vosviewer).

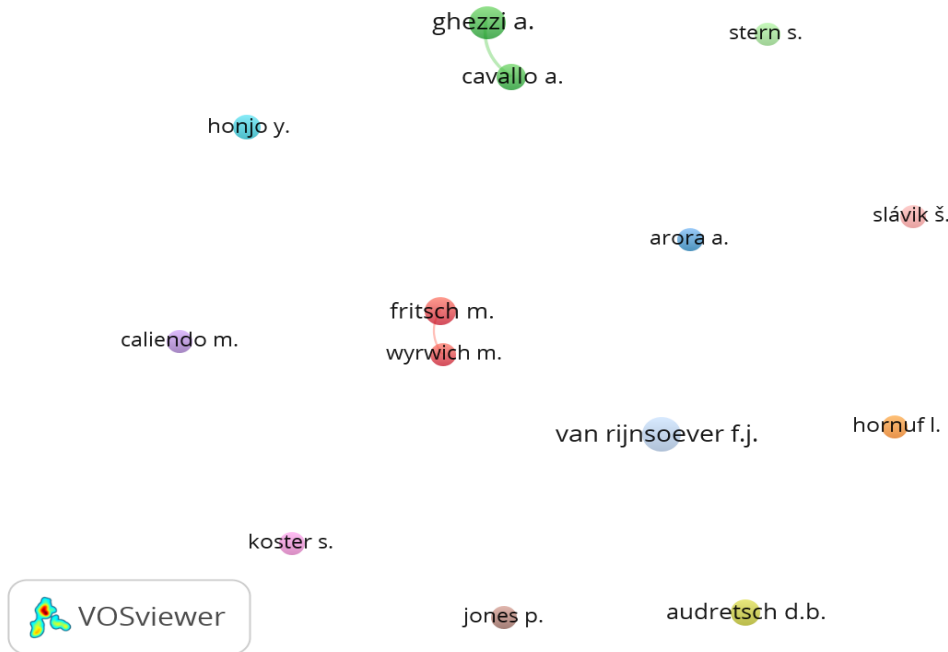
6.1.1.1. التعاون بين المؤلفين

يوضح الشكل (5) تحليل شبكة التعاون بين المؤلفين والباحثين (co-authorship) في مجال المؤسسات الناشئة، بالنسبة للبيانات التي تم استخراجها من قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وهذا بالاعتماد على برنامج فوز فيورز (vosviewer)، حيث تم إدراج في عملية التحليل الباحثين الذين يملكون خمسة (5) منشورات على الأقل ضمن قواعد البيانات المستخلصة، ويشير حجم الدوائر في الشكل (4) إلى حجم التعاون بين المؤلفين، أما الخطوط الفاصلة بين الدوائر فتشير إلى التعاون بين المؤلفين في الموضوعات ذات العلاقة بمجال المؤسسات الناشئة، أما الألوان فتتمثل مجموعات التعاون في شبكة التعاون (Benzouai & Djefal, 2021a)، بحيث نلاحظ وجود اثنا عشرة (12) مجموعة، من بينها مجموعتين تعاون فيها باحثين في كل مجموعة وهما (ghazzi a.) و(cavallo a.) في المجموعة الظاهرة باللون الأخضر حيث كان تعاونهم في دراسة بعنوان (Opening up to startup collaborations: open business models and value co-creation in SMEs) والتي تمحورت حول الانفتاح والتعاون في

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

مجال المؤسسات الناشئة (Ghezzi, Cavallo, Sanasi, & Rangone, 2022)، وكذلك مجموعة (firtsch m.) و (wyrwich M.) في المجموعة الظاهرة باللون الأحمر حيث كان التعاون في دراسة بعنوان (Does persistence in start-up activity reflect persistence in social capital?) (Fritsch & Wyrwich, 2016)، أما بقية المجموعة فكانت مجموعة فردية لكل باحث، وبالتالي يمكن الاستنتاج أنه لا يوجد تعاون معتبر بين الباحثين حسب البيانات المستخلصة من قاعدة بيانات سكوبس (scopus)، الخاصة بهذه الدراسة.

الشكل (5): يوضح شبكة التعاون بين المؤلفين.



المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (SCOPUS) وبرنامج (vosviewer).

7.1.1.1. البلدان الأكثر اقتباسا في موضوع المؤسسات الناشئة

يوضح الجدول رقم (2) البلدان العشرة (10) الأكثر اقتباسا في موضوع المؤسسات الناشئة، حيث يبدو واضحا من خلال الجدول أن الولايات المتحدة الأمريكية كانت أكثر الدول حصولا على اقتباسات بما يعادل 10548 اقتباس من 202 منشور تم نشرهم لباحثين أمريكيين، أي أن متوسط الاقتباس بلغ 52,21 اقتباس لكل منشور، أما في المرتبة الثانية فكانت المملكة المتحدة بما يعادل 5114 اقتباس من 177 منشور علمي، أي بمتوسط يساوي 28,89 اقتباس لكل منشور علمي، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب ألمانيا بما يعادل 4429 اقتباس من 125 منشور علمي، أي بمتوسط 35,43 اقتباس لكل منشور علمي واحد، أما

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

بقية الترتيب فكان كما يلي: هولندا، فرنسا، اسبانيا، إيطاليا فنلندا السويد، ثم البرازيل. ولمزيد من التفصيل حول عدد الاقتباسات ومتوسط الاستشهاد لكل بلد أنظر الجدول (2).

والملاحظ للجدول أيضا نجد أن بلدان القارة الأوروبية كانت الأكثر سيطرة في عدد الاقتباسات والمنشورات، حيث أن ثمانية (8) مراتب من المراتب العشر (10) الأولى كانت من نصيب دول أوروبية بما يعادل 21080 اقتباس من 712 منشور ومتوسط يساوي 29,60 اقتباس لكل منشور واحد، في حين كانت المرتبتين المتبقيتين من نصيب أمريكا الشمالية ممثلة في الولايات المتحدة الأمريكية، وأمريكا الجنوبية ممثلة في البرازيل التي احتلت المرتبة الأخير، من المراتب العشرة (10) الأولى.

الجدول (2): البلدان العشرة الأكثر اقتباسا في موضوع المؤسسات الناشئة.

| الرتبة | البلد | عدد الاقتباسات | عدد المنشورات | المتوسط |
|--------|-----------------|----------------|---------------|---------|
| 1 | الو.م.أ | 10548 | 202 | 52,21 |
| 2 | المملكة المتحدة | 5114 | 177 | 28,89 |
| 3 | ألمانيا | 4429 | 125 | 35,43 |
| 4 | هولندا | 3452 | 82 | 42,09 |
| 5 | فرنسا | 2301 | 60 | 38,35 |
| 6 | إسبانيا | 1613 | 61 | 26,44 |
| 7 | إيطاليا | 1519 | 97 | 15,65 |
| 8 | فنلندا | 1393 | 55 | 25,32 |
| 9 | السويد | 1259 | 55 | 22,89 |
| 10 | البرازيل | 337 | 45 | 7,48 |

المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج (vosviewer).

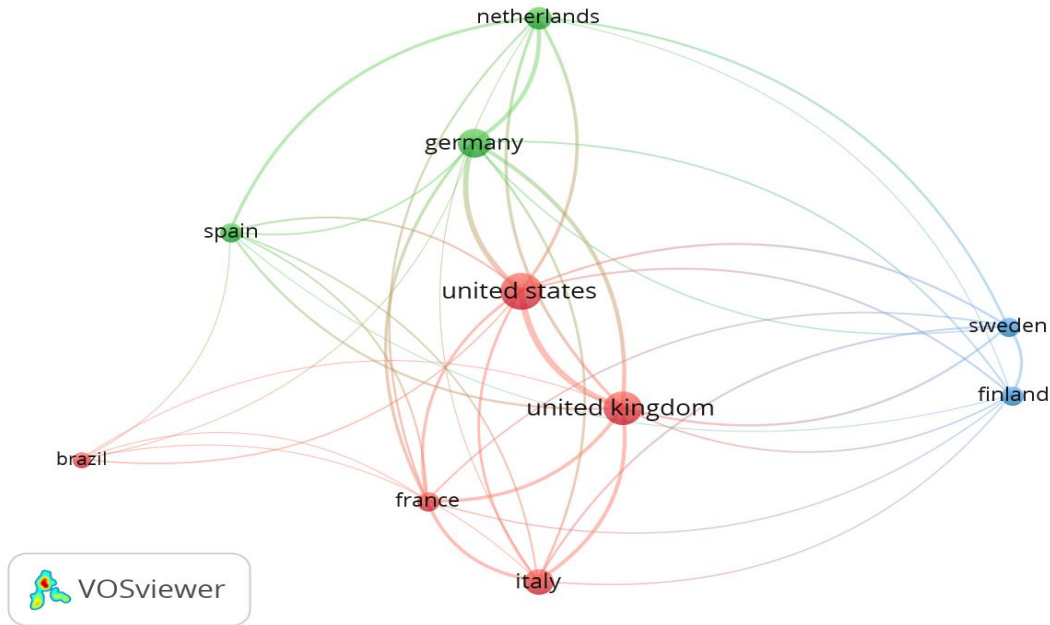
8.1.1.1. التعاون بين البلدان

يوضح الشكل (6) شبكة تعاون البلدان من خلال التأليف المشترك للمنشورات العلمية ذات الصلة بموضوع المؤسسة الناشئة، إذ يعكس حجم الدائرة مدى التعاون بين البلدان (Benzouai & Djefal, 2021a)، حيث يبدو واضحا أن حجم الدائرة الخاصة بالولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة كانت

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

هي الأكثر حجما بالمقارنة مع حجم الدوائر الخاصة ببقية الدول الأخرى، كما تعكس الخطوط بين الدوائر التأليف المشترك بين البلدان، أما الألوان في الشكل فتعكس لنا مجموعات التعاون، حيث نلاحظ من خلال الشكل (6) وجود ثلاث (3) مجموعات مختلفة، فالمجموعة باللون الأحمر تضم الولايات المتحدة الأمريكية، المملكة المتحدة، إيطاليا وكذلك البرازيل، أما المجموعة باللون الأخضر فتضم كل من ألمانيا وإسبانيا وهولندا، أما المجموعة باللون الأزرق فتضم كل من فنلندا والسويد، وغالبا يرجع هذا التوزيع إلى الإشتراك في اللغة والتقارب الجغرافي بين البلدان (الباحثين). أنظر الشكل (6).

الشكل (6): شبكة التأليف المشترك بين البلدان.



المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (SCOPUS) وبرنامج (vosviewer).

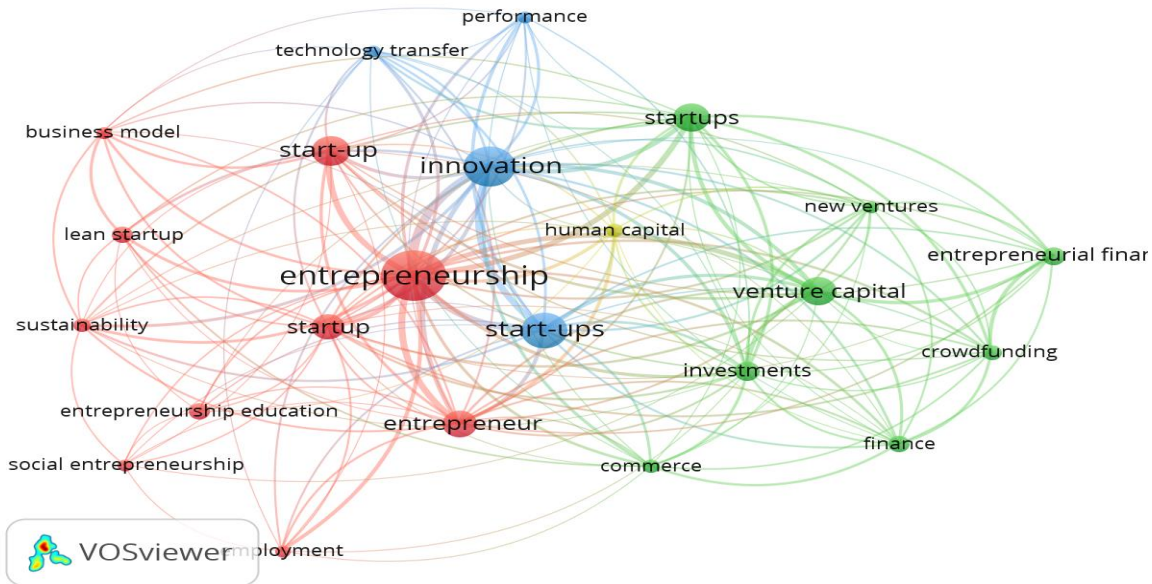
9.1.1.1 تحليل الكلمات المفتاحية

يمثل الشكل (7) شبكة الاستخدام المشترك للكلمات المفتاحية في مختلف المؤلفات والمنشورات العلمية، والتي تكررت عشرون (20) مرة على الأكثر بالنسبة للمصطلح الواحد، حيث يعكس حجم الدوائر في الشكل عدد مرات تكرار أو ظهور المصطلحات (الكلمات المفتاحية)، في حين تمثل الخطوط بين الدوائر قوة الارتباط بين مصطلح ومصطلح آخر، أما الألوان فتتمثل المجموعات أو التكتلات الرئيسية للمصطلحات. ونلاحظ من خلال الشكل أن مصطلح المقاولاتية (entrepreneurship) هو المصطلح أو الكلمة المفتاحية الأكثر ظهورا وتكرارا في البيانات المستخدمة في عملية التحليل، تليها كلمة ابتكار (innovation) وكذلك

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

كلمات (startu-ups) و (startup)، كما يبدو واضحا أيضا من خلال الشكل وجود أربعة (4) مجموعات مختلفة حسب الألوان، تضم المجموعة الأولى التي باللون الأحمر عشرة (10) كلمات مفتاحية متجمعة حول مصطلح المقاوالتية (entrepreneurship)، في حين تضم المجموعة الثانية باللون الأزرق أربعة (4) مصطلحات متجمعة حول مصطلح ابتكار (innovation)، في حين تضم المجموعة الثالثة ثمانية (8) مصطلحات باللون الأخضر متجمعة حول مصطلح (startups)، أما المجموعة الرابعة باللون الأصفر فتضمنت مصطلح واحد هو رأس المال البشري (human capital). لمزيد من التفصيل أنظر إلى الشكل (7).

الشكل (7): يمثل شبكة الكلمات المفتاحية



المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج (vosviewer).

كل ما سبق ذكره في العنصر السابق كان عبارة عن قراءة في الدراسات السابقة حول موضوع المؤسسات الناشئة، وهذا من خلال البيانات التي تم استخراجها من قاعدة بيانات سكوبس (scopus) والتي تم غربلتها وتكييفها حسب ما يتناسب مع هذه الدراسة، كما تم اختيار الفترة الممتدة من 2010 إلى غاية 2022 باعتبار أنه بداية من هذه الفترة بدأت الدراسات التي تناولت موضوع المؤسسات الناشئة في التزايد بالموازاة مع تزايد الاهتمام بمجال المؤسسات الناشئة والمقاوالتية خاصة في الدول الرائدة، كما أن أي تغيير في معالم الغرلة للبيانات أو تغيير في قاعدة البيانات سيؤدي بالضرورة إلى اختلاف سطحي في النتائج والمخرجات.

2.1.1.1. تعريف المؤسسات الناشئة

وفقاً لقاموس (Merriam-Webster)، كان أول استخدام معروف لكلمة startup في عام 1845، باعتباره يشير إلى "مؤسسة حديثة الولادة" (Merriam-Webster, 2018, Definition of start-up, para. 1). لكن أكاديمياً تعود أول الاستخدامات أكاديمياً لمصطلح المؤسسات الناشئة إلى سنة 1976 في مقال بعنوان "The Unfashionable Business of Investing In Startups Processing Field" Data نشر في مجلة "Forbes". ليعاد استخدامه بعد ذلك في عام 1977 في مقال بعنوان "An Incubator for Startup companies, espacially in the fast growth, high technology Field في مجلة "Business Week" (Smolová, Kubová, & Urbanová, 2018). ليعود للظهور مرة أخرى سنة 1979 من طرف (David Birch) في مقال له بعنوان "The Job Generation Process". أما في سنة 1994 فتم استخدام المصطلح للإشارة إلى الشركات التي لا يقل عائدها عن 1 مليون دولار مع إمكانية النمو في هذه القيمة كل 4 سنوات" (Wise & Feld, 2017)

لا يوجد تعريف واحد موحد للمؤسسات الناشئة، حيث ان كل باحث أعطى تعريف مختلف عن غيره حسب مجال عمله وحسب وجهة نظره بالنسبة لتصنيف هذا النوع من المؤسسات، في الجدول الموالي تم استعراض أهم التعريفات للمؤسسات الناشئة حسب المعيار الذي استند عليه في التعريف وعلى العموم تم تصنيفها بالاعتماد على ستة (6) معايير وهي كالتالي: العمر، المخاطرة، النمو، الابتكار، الربحية، عدد العمال.

الجدول (3): تعريف المؤسسات الناشئة

| التعريف | المعيار | | | | | | المرجع |
|---|------------|---------|-------|-------|----------|----------|---------------|
| | عدد العمال | الربحية | النمو | العمر | الابتكار | المخاطرة | |
| المؤسسات الناشئة عبارة عن إنشاء مشروع جديد تماماً لم يكن موجوداً سابقاً كمنظمة. (Luger & Koo, 2005) | | | | ● | | | keebel (1979) |
| شركة جديدة بدأت الإنتاج لأول مرة. (Luger & Koo, 2005) | | | | ● | | | Gudgin (1978) |

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

| | | | | | | | | |
|---|--|--|---|---|--|---|--|-------------------|
| المؤسسات الناشئة هي مؤسسات حديثة الولادة ليس لها تاريخ سابق في العمليات. | | | | ● | | | Carter,) Gartner, & (Reynolds, 1996 | |
| هي مؤسسة صغيرة أو متوسطة فازت بجائزة استحقاق في مجال البحث والتطوير من طرف الجهات الحكومية . | | | | | | ● | Jones-Evans) (& Klofsten, 1997 | |
| هي مؤسسات حديثة النشأة، تختص بتقديم خدمات ومنتجات تعتمد أساسا على التكنولوجيا الحديثة مثل التكنولوجيا الحيوية والانترنت . | | | | ● | | ● | Grundeil &) (Talaulicar, 2002 | |
| هي مؤسسة حديثة النشأة لايتجاوز عمرها 10 سنوات تستثمر غالبا في الابتكارات الحديثة وذات حجم متوسط وتتميز بالنمو السريع. | | | ● | ● | | ● | | |
| المنظمات المؤقتة التي تنشئ منتجات و / أو خدمات مبتكرة باستخدام تكنولوجيا عالية، ولكن من المعروف أيضا أن هذا النوع من المؤسسات يواجه درجات عالية من الخطر وعدم اليقين. | | | | | | ● | ● | Ehsan,) (2021 |
| "مؤسسة بشرية صممت لتقديم خدمات ومنتجات جديدة في ظل حالة كبيرة من عدم اليقين". | | | | | | ● | ● | (Ries, 2011) |
| "مؤسسة صممت لتنمو سريعا". | | | ● | | | | | (Graham, 2012) |

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

| | | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|----------------------------------|
| <p>"نوع من المؤسسات ذات مستوى عالٍ من للنمو بسبب الاستخدام المكثف للتكنولوجيا في بنائها وتطويرها ، والتي يتمثل هدفها الرئيسي في ابتكار منتجات أو خدمات جديدة لعملائها".</p> | | | ● | ● | | <p>Ehsan,) (2021</p> |
| <p>"هي تلك المؤسسة التي لا يتعدى معدل إيراداتها 50 مليون دولار في السنة ولا يتجاوز عدد العمال فيها 100 عامل وقيمتها السوقية لا تتجاوز 500 مليون دولار". (Noui & Dehane, 2020)</p> | ● | | | | | <p>Wilhelm (2014)</p> |
| <p>"هي عبارة عن مؤسسة حديثة النشأة، أو هي عبارة عن ذلك المشروع المقاولاتي الذي لا يزال في مرحلة التطوير وبحوث السوق".</p> | | | ● | | | <p>Silva et al.,) (2016</p> |
| <p>"يمكن تعريف الشركات الناشئة على أنها شركات حديثة الإنشاء ومبتكرة ذات عمر خدمة يصل إلى عامين وبعدها أقصى 10 موظفين".</p> | ● | | ● | ● | | <p>Herte,) (2017</p> |
| <p>"هي التي تم تأسيسها لمدة لا تزيد عن 60 شهرًا بالإضافة إلى امتلاكها منتجات و / أو خدمات منتشرة ومبتكرة ذات قيمة تقنية عالية".</p> | | | ● | ● | | <p>Ehsan,) (2021</p> |

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

| | | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|--|
| <p>"هي مؤسسات تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة، تستهدف بها سوق كبير بغض النظر عن حجم الشركة أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بارتفاع نسبة المخاطرة مقابل تحقيقها لنمو سريع وأرباح كبيرة".</p> | ● | ● | | | | <p>(بوالشعور , 2018)</p> |
| <p>بدء التشغيل عبارة عن مؤسسة مؤقتة تسعى إلى الحصول على نموذج أعمال قابل للتطوير ومربح.</p> | ● | | | | | <p>Haemers,) (2018)</p> |
| <p>الشركة الناشئة هي شركة صغيرة وديناميكية ومرنة وعالية المخاطر ولديها نموذج أعمال قابل للتكرار وقابل للتطوير وتقدم منتجات و / أو خدمات مبتكرة.</p> | | | | ● | ● | <p>Santisteban,) Mauricio, & (Cachay, 2021)</p> |
| <p>"هي مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتجات أو خدمات جديدة مستهدفة بذلك أسواق كبيرة، بغض النظر عن حجمها أو قطاع نشاطها، تتميز بارتفاع عدم التأكد والمخاطر كما يمكنها تحقيق نمو كبير وأرباح ضخمة".</p> | ● | ● | | ● | ● | <p>(نبيلة, 2021)</p> |

المصدر: بالاعتماد على الدراسات السابقة الواردة في الجدول.

يمكن من خلال الجدول السابق ملاحظة تباين في تعريف المؤسسات الناشئة (startups)، حيث هناك من اعتمد في تعريفها على معيار المخاطرة مثل تعريف (Santisteban et al., 2021)، وهناك من اعتمد على معيار الربحية على غرار دراسة (بوالشعور , 2018)، في حين أن دراسة (Graham, 2012) اعتمدت على معيار النمو. أما (keebe1 1979)، و(Gudgin 1978) وكذلك (Carter et al., 1996)

فتناولوا تعريف المؤسسات الناشئة حسب معيار العمر، ودراسات كل من (Santisteban et al., 2021)، (Grundeis & Talaulicar, 2002) فضلت اعتماد معيار التكنولوجيا والابتكار. وهناك بعض التعريفات التي اعتمدت على معيار عدد العمال في المؤسسة على غرار تعريف (Herte, 2017) وهناك من الدراسات من اعتمدت على عدة معايير مختلفة في نفس الوقت، وهذا يدل على وجود اختلاف كبير في وجهات النظر فيما يخص تعريف مصطلح المؤسسات الناشئة (startups).

أما محليا فقد أصبحت المؤسسات الناشئة في الآونة الأخيرة من المواضيع التي تثير اهتمام الباحثين في مجال المقاولاتية في الجزائر، خاصة بعد صدور المرسوم الرئاسي المؤرخ في 15 سبتمبر 2020. وقبل التطرق إلى التعريف والإطار القانوني للمؤسسات الناشئة محليا، لابد أولا من التذكير بأن بداية اهتمام النظام الجزائري بهذا النهج كان بتوفير الأرضية القانونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بصفتها المرحلة التمهيديّة لبروز مصطلح المؤسسات الناشئة إلى سطح المنظومة الاقتصادية، وكان هذا بصدور القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (01/18) الصادر سنة 2001، والذي تم إلغائه بموجب القانون (17/02) الصادر سنة 2017.

"بالعودة للحديث عن المؤسسات الناشئة كاختيار اقتصادي معاصر، فقد برزت إلى السطح بعد ما عرفته الجزائر من أحداث سياسية بداية من فيفري 2019، حيث وبعد انتخاب رئيس الجمهورية في ديسمبر 2019، بدأت اللبّات الأولى لإحداث مجموعة من التغييرات الجذرية، وقد كانت ملامح النهج الاقتصادي واضحة بعد صدور التشكيلة الحكومية، والتي تضمنت العديد من التغييرات في الحفائب الوزارية من بينها استحداث وزارة خاصة بالمؤسسات الصغيرة والناشئة واقتصاد المعرفة، ناهيك عن وزارات منتدبة لوزارة المؤسسات الصغيرة والناشئة واقتصاد المعرفة، أحدهما مكلف بالمؤسسات الناشئة والآخر بحاضنات الأعمال" (ح. فرج، 2022)

لقد تم تناول تعريف المؤسسات الناشئة في الجزائر من خلال المرسوم 20-254 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 حيث تم وصفها على أنها، كل مؤسسة تخضع للقانون الجزائري وتحترم المعايير التالية:

- أن لا يتجاوز عمر المؤسسة 08 سنوات.
- يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على منتجات وخدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة.
- يجب أن لا يتجاوز رأس المال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية.

- أن يكون رأس مال الشركة مملوكا بنسبة 50 بالمئة على الأقل من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة.
 - يجذب ان لا يتجاوز عدد العمال 250 عامل.
- وبالتالي يمكن الملاحظة أن المشرع الجزائري ومن خلال الشروط الموضوعية قد تناول مفهوم المؤسسات الناشئة هو الآخر بالاستناد، إلى معايير وشروط محددة، واعتبر استيفاء هذه الشروط ضرورة ملحة لحصول المؤسسة على علامة مؤسسة ناشئة.
- بناء على التعريفات السابقة يمكن الخروج بالتعريف التالي للمؤسسة الناشئة:
- "هي كل مؤسسة حديثة النشأة قائمة على فكرة إبداعية أو ابتكارية، تهدف إلى تقديم حل لمشكلة قائمة، تتميز بارتفاع درجة عدم التأكد والمخاطرة، تسعى إلى تحقيق أرباح كبيرة في فترة قصيرة، غالبا ما يتلقى أصحابها الدعم من طرف هيئات عامة مثل الحاضنات العمومية والجامعية".

3.1.1. خصائص المؤسسات الناشئة

- إن المؤسسات الناشئة وعلى الرغم من كونها مؤسسة كغيرها من المؤسسات الأخرى، إلا أنها تتميز بالعديد من الخصائص والمميزات التي يمكن من خلالها التمييز بينها وبين سائر المؤسسات الأخرى، ومن بين هذه الخصائص والمميزات سيتم التطرق إلى ما يلي:
- مؤسسة صغيرة الحجم (Herte, 2017): ويقصد هنا سواء من حيث معيار عدد العمال، أو من حيث معيار رأس المال التأسيسي، إلا أن هذه الخاصية تعتبر مؤقتة وذلك لأن المؤسسة الناشئة لديها احتمال كبير للنمو بسرعة في المستقبل.
 - مؤسسة حديثة النشأة (Skala, 2019): أهم خاصية تتميز بها المؤسسات الناشئة عن غيرها من المؤسسات الأخرى، هو كونها مؤسسة حديثة العهد لا يتجاوز عمرها حد معين، يختلف هذا الحد من دراسة إلى أخرى حيث أن هناك من يراه 3 سنوات وهناك من يراه 5 وهناك من يراه 8 سنوات.
 - مؤسسة سريعة النمو (عياد & جلييلة, 2022): المؤسسة الناشئة لها فرص كبيرة من أجل تحقيقها نمو كبير في المستقبل القريب، وبالتالي انتقالها من مرحلة المؤسسة الناشئة أو الحديثة العهد إلى مؤسسة كبيرة ومنافسة.
 - مؤسسة تتطوي على العديد من المخاطر (Ries, 2011): حيث تواجه المؤسسة الناشئة مستقبل مجهول وحالة كبير من عدم التأكد واليقين، وهذا يعني احتمال كبير لوقوعها في الفشل وعدم

- النجاح، وتعتبر هذه الخاصية من بين السلبيات أو من بين المعوقات التي تواجه أصحاب المؤسسات الناشئة أو حاملي الأفكار أثناء عملية البحث عن الدعم المالي أو غير المالي لمؤسستهم الناشئة.
- مؤسسة ذات طابع ابتكاري وتكنولوجي (عياد & جليلة, 2022): حيث أن أغلب المنتجات التي تنتجها المؤسسات الناشئة هي منتجات مبتكرة تختلف عن بقية المنتجات الأخرى للشركات المنافسة، وتجدر الإشارة إلى أن الابتكار لا يتعلق دوماً بالتكنولوجيا، فقد يكون الابتكار في طريقة تقديم المنتج أو تسويقه.
- مؤسسات تتطلب تكاليف منخفضة (عياد & جليلة, 2022): وهذا بالمقارنة مع ما يمكن أن تحققه من أرباح في المستقبل، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل مفاجئ وسريع وتعتبر هذه الخاصية من الخواص التي تنفرد بها المؤسسات الناشئة مقارنة مع غيرها من المؤسسات الأخرى.
- غالباً ما يكون التمويل من الأقارب أو من المدخرات الشخصية (Nurcahyo, Akbar, & Gabriel, 2018): وهذا نظراً لطبيعة هذه المؤسسات التي تدرج على العديد من المخاطر وعدم اليقين، مما يجعل إمكانية تمويلها من الهيئات العمومية أو من مؤسسات خاصة صعب نوعاً ما.

4.1.1. أهمية المؤسسات الناشئة:

تعتبر المؤسسات الناشئة والمؤسسات بصفة عامة من بين أهم محركات العجلة الاقتصادية داخل أي منظومة اقتصادية. فهي تعتبر من بين دعائم التنمية الاقتصادية المستدامة (عياد & جليلة, 2022)، كما أنها تعتبر وسيلة من الوسائل الحديثة التي يتم الاعتماد عليها من أجل استحداث التنوع الاقتصادي، لما لها من قدرة على تحريك القطاعات الاقتصادية الأخرى، كما أن المؤسسات الناشئة لها القدرة على تخليص المنظومة الاقتصادية من التبعية لمصدر واحد للدخل، ولهذا في الآونة الأخيرة أغلب دول العالم الثالث والتي تتميز بالتبعية لمصدر وحيد للدخل توجهت نحو هذا القطاع الخلاق للقيمة، حيث يساعد على التخلص أو التقليل من الواردات والتوجه نحو رفع الصادرات.

كما أن المؤسسات الناشئة لها دور كبير في استحداث مناصب الشغل للشباب (Kane, 2010)، وهذا الدور يمكن النظر إليه من جانبين، أولاً: توجه الشباب وخاصة حاملي الشهادات الجامعية نحو استحداث مؤسسات ناشئة، عوض التوجه نحو البحث عن العمل لدى الغير وخاصة في القطاع العمومي مما يؤدي إلى زيادة طالبي العمل بالمقارنة مع مناصب العمل في القطاع العام والتي تشهد ثبات نسبي، ثانياً: هؤلاء الشباب بعد خلقهم لمؤسساتهم الخاصة، مع الوقت ومع توسع مشاريعهم سيعملون على توفير مناصب شغل دائمة لمختلف الشرائح من المجتمع، وهنا تظهر جلياً مدى قدرة هذا القطاع على امتصاص البطالة والتي

تعتبر من بين أهم معيقات التنمية في دول العالم الثالث، وبمقارنة بسيطة سيتضح أن الدول التي تتوفر على عدد كبير من المؤسسات بصفة عامة وخاصة الناشئة منها تتميز أيضا بتدني مستويات نسبة البطالة، وعلى العكس من ذلك فإن الدول التي تتخفف فيها أعداد المؤسسات الناشئة تتميز في نفس الوقت بارتفاع نسبة البطالة فيها.

كما أن للمؤسسات الناشئة قدرة على الرفع من كفاءة المبدعين والمبتكرين (عياد & جليلة، 2022)، حيث أنه يمكنها دفع الافراد نحو استحداث ابتكارات تكنولوجيا تعود بالفائدة على أفراد المجتمع ككل، وهنا أيضا تظهر أهمية المؤسسات الناشئة في الحفاظ على العنصر البشري ذو الكفاءة العالية وبالتالي منع هجرة الأدمغة نحو الخارج، واستغلال قدراتهم الفكرية في البحث عن حلول ومشاكل يواجهها مختلف أفراد وشرائح المجتمع خاصة المجتمعات في الدول النامية والتي غالبا ماتعاني من التبعية في مجال التكنولوجيا. كما تؤدي المؤسسات الناشئة أيضا دور كبير في استحداث التحول الرقمي أو ما يعرف بالاقتصاد الرقمي (قريني & نورالدين، 2022)، حيث شهد العالم في العشرين سنة الأخير تطورات تكنولوجيا في جميع الميادين أدى إلى استخدام الطرق الرقمية بدل الورقية، على غرار مجال الاحصاء حيث أصبح الاعتماد على قواعد البيانات ضرورة ملحة، كذلك مجال المالية والتأمينات والبنوك، وأيضا ظهور الآليات الرقمية في مجال الصناعات الثقيلة والخفيفة.

5.1.1. أنواع المؤسسات الناشئة

تعتبر المؤسسات الناشئة من المواضيع الحديثة نسبيا في مجال البحث العلمي خاصة في الجزائر، ولهذا فإن تصنيفات المؤسسات الناشئة تعتبر نادرة وقليلة جدا، إذ أن مصطلح "المؤسسات الناشئة" لم يتفق لحد الآن الباحثون حول تعريف موحد له، وهذا ما يحدث فيما يخص أنواع المؤسسات الناشئة، إذ من الصعب تقسيم المؤسسات الناشئة إلى أصناف معينة، وعلى الرغم من هذا فهناك بعض الكتابات التي عمدت إلى تقسيم المؤسسات الناشئة كل حسب نظريته الخاصة.

من بين الكتابات التي قامت بتصنيف المؤسسات الناشئة هناك الدراسة التي قام بها (Blank, 2013)

حيث صنفها إلى ستة (6) أصناف كما يلي:

- **المشاريع الناشئة-نمط الحياة (Lifestyle Startup):** يخضع هذا النوع من المؤسسات الناشئة

لطبيعة الشخص وشغفه الشخصي، حيث أن الشخص صاحب المؤسسة الناشئة يعمل على

استحداث مؤسسة ناشئة ليس من أجل المال أو من أجل تحقيق الأرباح، وإنما سعيا لتحقيق أحلامه

الخاصة، فهذا الأمر يعتبر تحد بالنسبة له.

- **المؤسسات الناشئة الصغيرة (Small-Business Startup):** هذا النوع من المؤسسات الهدف منها هو الحصول على القوت اليومي للأسرة حيث أنها غير قابلة للتطوير والابتكار، وهدفها ليس تحقيق أرباح ضخمة او نمو كبير في المستقبل، إنما فقط الحصول على دخل ثابت من أجل لقمة العيش.
- **المؤسسات الناشئة القابلة للتطوير (Scalable Startup):** هذا النوع من المؤسسات الهدف منه هو النمو والتطور والابتكار حتى ولو كان هذا على حساب الأرباح مؤقتا، فصاحب المؤسسة في هذه الحالة يعمل على خلق قيمة يمكن شرائها في المستقبل، فالهدف منها ليس الحصول على لقمة العيش وإنما الهدف منها هو رفع قيمة اسهم المؤسسة من أجل تحقيق عائد ضخم في المستقبل.
- **المؤسسات الناشئة القابلة للشراء (Buyable Startup):** الهدف من هذه المؤسسات هو طرحها للبيع لمؤسسات كبيرة بمجرد أن تبدأ تحقق أرباح معتبرة، حيث أن أصحاب هذه المؤسسات يعملون على ابتكار منتجات جديدة وبمجرد أن تلقى رواجاً كبيراً وطلباً معتبراً عليها ويبدئون بتحقيق الأرباح يقومون بطرح أسهم المؤسسة للاكتتاب والتي غالباً ما يتم الاستحواذ عليها من طرف شركات كبيرة.
- **المؤسسات الناشئة ذات الطابع الاجتماعي (Social Startup):** هذا النوع من المؤسسات غالباً ما تكون ذات طابع خيري هادف فالهدف منها ليس تحقيق الأرباح المالية الخاصة أو تحقيق النمو أو الشهرة لطرف معين وإنما يكون الهدف منها هو تحقيق تغيير في العالم لجعله مكان أفضل للجميع.
- **المؤسسات الناشئة الكبيرة (Large-Company Startup):** هذا النوع من المؤسسات قابل للزوال والاندثار، وغالباً ما ينشط في محيط يتميز بالتغير والمنافسة الشديدة فهي تسعى دائماً إلى خلق نموذج أعمال جديد من أجل الحفاظ على مركزها في السوق ومجابهة التهديدات الخارجية والعمل على الابتكار الدائم في ظل محيط يتميز بالتطور والتجدد التكنولوجي المستمر.

6.1.1. دورة حياة المؤسسات الناشئة

المؤسسة الناشئة وكغيرها من المؤسسات والكيانات الاقتصادية تمر بمراحل حياة مختلفة قد تطول هذه المراحل أو تختلف من مؤسسة إلى أخرى، وقد اختلفت الآراء وتضاربت حول هذه المراحل التي تمر بها المؤسسة الناشئة خلال دورة حياتها، فهناك بعض الدراسات التي قسمتها إلى ستة (6) مراحل مختلفة من

بينها دراسات كل من (Carrete & Faria, 2019) و(بوالشعور, 2018)، وهناك بعض الدراسات التي قسمتها إلى ثلاث (3) مراحل مختلفة مثل دراسة (Salamzadeh & Kawamorita Kesim, 2015). قام كل من (Salamzadeh & Kawamorita Kesim, 2015) بتقسيم مراحل تطور حياة المؤسسة الناشئة إلى ثلاث مراحل هي: المرحلة التمهيدية (Bootstrapping stage)، في هذه المرحلة المبكرة جداً، تظهر النية لدى صاحب المؤسسة في تحويل فكرة إبداعية إلى مؤسسة ناشئة، بحيث يستمر بالبحث في هذه الفكرة من خلال تشكيل فريق عمل وبالاعتماد على أمواله الشخصية. مرحلة البذرة (Seed stage)، في هذه المرحلة يستمر صاحب الفكرة في العمل عليها وتطوير المنتج ومحاولة طرحه لأول مرة في السوق والبحث عن آلية لتمويل مشروعه وتطويره، وطرح الفكرة على حاضنات ومسرعات الأعمال بغية الحصول على مختلف أنواع الدعم منها. مرحلة الإنشاء، في هذه المرحلة تبدأ عملية البيع لمنتجات المؤسسة وتبدأ في توظيف العمال، وتدخل المؤسسة في تحديات جديدة منها المنافسة وارتفاع الحاجات التمويلية مما يصعب من عملية الاستمرار والبقاء في السوق.

وقد قامت (بوالشعور, 2018) في دراستها حول المؤسسات الناشئة بتفصيل المراحل الستة لتطور حياة المؤسسة الناشئة كما يلي:

المرحلة الأولى: وهي مرحلة ما قبل الانطلاق وهي المرحلة التي تكون فيه المؤسسة مجرد فكرة ابداعية يقوم بطرحها شخص معين او مجموعة من الأشخاص، من خلال نموذج أعمال، حيث يتم دراسة إمكانية نجاح هذه الفكرة أو فشلها من خلال دراسة السوق وأذواق المستهلكين وتحديد الفئة المستهدفة من المنتج المراد تقديمه، وكذلك دراسة السوق من حيث المنافسة ومدى إمكانية الحصول على حصة سوقية في الأسواق المراد استهدافها، والبحث عن مصادر التمويل والتي غالباً ما تكون مصادر ذاتية.

المرحلة الثانية: وتسمى هذه المرحلة بمرحلة الانطلاق، حيث يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج سواء كان هذا المنتج سلعة أو خدمة، وعادة ما يواجه أصحاب هذه المؤسسة صعوبة في عرض منتجهم باعتباره جديد في السوق، خاصة إذا ما كانت السوق المستهدفة تتميز بمنافسة عالية وكذلك في الحصول على التمويل لهذه المرحلة، وغالباً ما يتم اللجوء إلى أفراد العائلة والأصدقاء من أجل تمويل المؤسسة خلال هذه المرحلة التي يكون فيها المنتج بحاجة إلى ترويج كبير مما يعني الحاجة إلى الكثير من الأموال للإشهار والتعريف بالمنتج.

المرحلة الثالثة: مرحلة مبكرة من الإقلاع والنمو، يبلغ فيها المنتج مرحلة الذروة حيث ينتشر العرض ويبدأ النشاط في التوسع وخروجه إلى خارج مبتكريه الاوائل، وتبدأ الضغوطات السلبية حيث تبدأ المنافسة تشد وتزيد تحديات المؤسسة من أجل تجنب الفشل ومحاولة البقاء، فهي مرحلة التحديات.

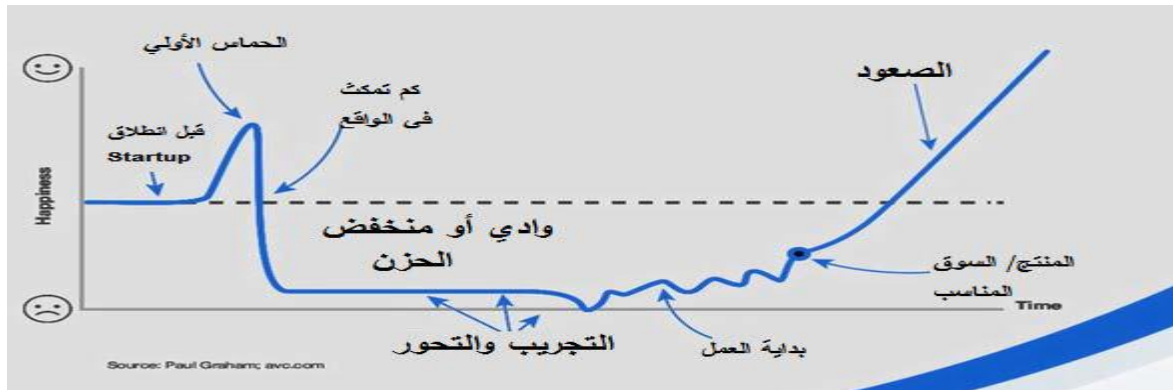
المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي: بالرغم من استمرار الممولين المخاطر في تمويل المؤسسة إلى أنها تستمر في التراجع إلى أن تصل إلى مرحلة يمكن تسميتها بمرحلة واد الموت أو الحزن، وتكون احتمالات الخروج من السوق كبيرة في هذه المرحلة إذا لم يتم اتخاذ الإجراءات اللازمة من أجل تدارك الموقف.

المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر في هذه المرحلة يحاول رائد الاعمال تدارك الوضع من خلال الاستمرار في إحداث تطويرات وتغييرات على المنتج، ومحاولة النهوض بالمؤسسة من جديد، ويمكن ان نطلق على هذه المرحلة اسم مرحلة اصدار الجيل الثاني من المنتج وضبط السعر من جديد واتباع طرق أخرى في التسويق تكون أكثر نجاعة مقارنة بالطرق السابقة.

المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع، يتم في هذه المرحلة تطوير المنتج بشكل نهائي، والخروج من مرحلة التجارب والاختبارات، وتبدأ الشركة في النمو السريع والمستمر، حيث يحتمل ان حوالي 30% من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد للمؤسسة، وتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

من أجل توضيح أكثر يتم استعراض الشكل رقم (8) الذي يفصل المراحل الستة السابقة

الشكل(8): المراحل الستة لتطور دورة حياة المؤسسة الناشئة.



المصدر: (بوالشعور , 2018).

7.1.1. المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مثلها من القطاعات القادرة على توسيع فرص العمل وتقديم خدمات اقتصادية واسعة للمجتمع. حيث يمكنها أن تؤدي دور في عملية التوزيع العادل للدخل وكذلك زيادة

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

دخل الأفراد وتشجيع النمو الاقتصادي (Sedyastuti, Suwarni, Rahadi, & Handayani, 2021). مصطلح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من المصطلحات التي لا يجتمع جميع الباحثون على تعريفها، إذ أن مفهومها يختلف من بلد إلى آخر. وعلى العموم هناك بعض المعايير شائعة الاستخدام وهي عدد الموظفين وإجمالي صافي الأصول والمبيعات و رأس المال (Ayyagari, Beck, & Demirguc-Kunt, 2007). في الجزائر تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها على أنها: "مؤسسات إنتاج السلع و/أو الخدمات، التي تشغل من 1 إلى 250 شخصا، وأن لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة (4) ملايين دينار جزائري، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية واحد (1) مليار دينار، وتستوفي معايير الاستقلالية" (رماش & بغداددي, 2023).

فتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محليا قائم على ثلاث معايير كما يوضح الجدول رقم (4).

الجدول (4): المعايير الكمية لتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

| المؤسسة | عدد العمال | رقم الأعمال | الميزانية السنوية |
|--------------|---------------|-----------------------|-----------------------|
| مؤسسة مصغرة | من 1 إلى 9 | أقل من 40 مليون دج | أقل من 20 مليون دج |
| مؤسسة صغيرة | من 10 إلى 49 | أقل من 400 مليون دج | أقل من 200 مليون دج |
| مؤسسة متوسطة | من 50 إلى 250 | من 400 إلى 4 مليار دج | من 200 إلى 1 مليار دج |

المصدر: بالاعتماد على: المادة 05 من القانون رقم 02/17 المؤرخ في 10/جانفي/2017،

مع الانتشار الواسع لمفهوم المقاولاتية، أصبح هناك تضارب كبير بين مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومفهوم المؤسسات الناشئة، حيث أنه ظهرت العديد من المعايير التي يمكن على أساسها التفريق بين المصطلحين (عيساوي & الهزام, 2020). يوضح الجدول الموالي أهم الفروقات بين المؤسسات الصغير والمتوسطة والمؤسسات الناشئة بالاستناد إلى العديد من المعايير (بخيتي & بوعوينة, 2020).

الجدول (5): يوضح أهم الفروقات بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

| المعيار | المؤسسات الناشئة | المؤسسات الصغيرة والمتوسطة |
|----------------------------------|---|--|
| الهدف من التأسيس | تقديم حلول ابتكارية فهي غالبا مؤسسة ذات طابع إبداعي. | لا تقدم حلول إبداعية غالبا، يغلب عليها الطابع التقليدي. |
| خطوات التأسيس | تعتمد أساسا على الابتكار مما يجعل فرص الحصول على الدعم منخفضة. | تعتمد على خطة عمل واضحة وتتمتع بفرص أكبر للحصول على الدعم اللازم. |
| البيئة الصناعية أو السوق المحلي. | تنشط في أسواق محددة ومستقرة، وتؤثر بشكل واضح على الاقتصاد حيث انها تساهم بشكل أكبر في خلق مناصب الشغل، وتعمل على تحقيق أرباح بطريقة تدريجية | تستهدف أسواق أكبر وأوسع بما أنها تعتمد على الابداع والابتكار، وهذا ما يجعل نسبة المخاطرة جد مرتفعة مقارنة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. |

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

| | | |
|---|---|-----------------------|
| تتعتمد بصفة عامة على التمويل التقليدي مثل القروض البنكية. | تعتمد بشكل كبير على مصادر التمويل الحديثة، مثل فتح رأس مال للاكتتاب والتمويل برأس المال المخاطر، والتمويل الملائكي. | من حيث مصادر التمويل |
| تحقق نمو تدريجي وثابت غالبا | تحقق نمو متزايد وسريع | النمو المتزايد |
| تحقق أرباح صغيرة وثابتة. | تحقق غالبا أرباح ضخمة متوافقة مع نسبة المخاطر التي تم تحملها. | من حيث الربحية |
| تعتمد على مدى قدرة أصحابها على تحقيق الاستقرار والربح. | مدة مؤقتة كونها تتحول مع الوقت إلى شركة كبيرة. | مدة المشروع أو الفكرة |

المصدر: بالاعتماد على (بخيتي & بوعويينة, 2020).

8.1.1.1 دوافع إنشاء مؤسسة ناشئة

إن وجود بيئة مواتية لإنشاء مؤسسات جديدة له تأثير مباشر على قرار اختيار الأفراد لمجال المقاولاتية وعالم المؤسسات الناشئة (Thomas, Passaro, & Scandurra, 2014)، وقد يتأثر هذا القرار بالعديد من العوامل يمكن تقسيمها إلى: عوامل أو دوافع داخلية نابغة من داخل الفرد المقاول في شكل عوامل شخصية وقدرات فردية وميولات ورغبات، أو يمكن أن تكون خارجية تتعلق بالمحيط الخارجي للفرد المقاول مثل: الأسرة، وبيئة الأعمال والبيئة الاقتصادية والاجتماعية ككل، وغيرها من العوامل (Iskamto, 2019). (Ghazali, Aftanorhan, & Bon, 2019).

1.8.1.1 العوامل الداخلية

كشفت العديد من الدراسات أن الثقة في النفس تعتبر من أهم الخصائص النفسية التي تدخل في تفسير النية المقاولاتية، وتتعرض هذه الخصائص في قدرة المقاول على مواجهة التحديات والصعوبات وحل المشكلات التي تواجهه، من خلال استحضار قدراته وإمكانياته (Atiya & Osman, 2021)، تعرف الثقة في النفس على أنها إيمان الفرد بقدراته الفردية على تنظيم وتنفيذ المشروع أو مجموعة محددة من المهام الضرورية لتحقيق أهداف معينة، والوصول إلى النتائج المرجوة والتي هي في هذه الحالة إنشاء مؤسسة خاصة (Vidal-Suñé & López-Panisello, 2013). وبالتالي تعتبر الثقة في النفس بمثابة الدافع أو الحافز الذي يدفع ذلك الشخص نحو التوجه لاستحداث مؤسسة ناشئة. من الدوافع الداخلية أيضا التي تؤثر على توجه الفرد نحو إنشاء مؤسسة ناشئة، نجد أيضا الرغبة في تحقيق الاستقلالية، حيث عوض أن يبقى الفرد يشغل وظيفة معينة يفضل أن يؤسس عمله الخاص به المستقل عن أطراف معين (Van Gelderen, 2006). يعكس الدافع الداخلي كذلك رغبة شخص ما في فعل شيء ما لمجرد أنه

يستمتع بفعله أو أنه شغوف بفعل هذا الأمر والمتمثل في إنشاء مؤسسة ناشئة، حيث أن هناك بعض الأشخاص يعتبرون هذا الأمر بمثابة تحدي بالنسبة لهم (Ooi & Ahmad, 2012).

2.8.1.1. الدوافع الخارجية

تتمثل العوامل الخارجية في المحيط الخارجي للفرد (Ooi & Ahmad, 2012)، وتتقسم عموماً هذه الدوافع الخارجية إلى: المحيط العائلي والأصدقاء، هياكل الدعم والمرافقة التي توفرها الدولة، الجامعات ومراكز التكوين (بركاتي & زواي, 2022). تعتبر العائلة من العوامل ذات التأثير العالي على نوايا الفرد اتجاه العمل المقاولاتي والمؤسسات الناشئة (Osorio, Settles, & Shen, 2017)، حيث يقدم أفراد العائلة الدعم المعنوي والنفسي للفرد والذي من شأنه أن يعزز من ميولاته وثقافته المقاولاتية (Tentama & Papatungan, 2019)، ويكون تأثير العائلة على توجه الفرد نحو خلق مؤسسة خاصة به عوض العمل لشخص معين من عدة جوانب مثل: التأثير على درجة الثقة في النفس، التأثير على الموقف والسلوك والقدرة الإبداعية، والميل للمخاطرة، وكذلك التأثير على القرارات والخيارات المهنية المستقبلية للفرد (I. Ahmed, 2020). فالشخص الذي يحظى بالدعم من والديه وأفراد أسرته وأصدقائه، يعزز ثقته في نفسه وتجعله على استعداد من أجل خوض مغامرة من أجل بدء مشروع مقاولاتي خاص به (I. Ahmed et al., 2020). أكدت العديد من الدراسات والتقارير على أهمية وجود بيئة ثقافية ومؤسسية داعمة للأنشطة المقاولاتية، والكثير من الحكومات تعمل على تشجيع العمل المقاولاتي والمؤسسات الناشئة لكنها تفشل في توفير بيئة داعمة لهذا المجال (Yurtkoru et al., 2014, p. 843)، وإذا ما أرادت الحكومة أن تدعم التنمية المقاولاتية فعليها أن تقوم بتوفير الموارد المالية وغير المالية مثل التدريب وتسهيل الوصول إلى الأسواق (Spigel, 2016, p. 147)، كما يمكن للدعم أن يكون من خلال التسهيلات في منح القروض من طرف البنوك العمومية (Trang & Doanh, 2019)، إن توفر الدعم بمختلف أشكاله يعمل على تحفيز الأفراد من أجل بدء أعمال جديدة وكذلك استمرارية وتطوير الأعمال القائمة، وهذا من خلال توفر هياكل دعم تعمل على تزويد المقاولين بالمهارات اللازمة والضرورية في أي مشروع مقاولاتي (Malebana, 2014). يمكن للجامعات أيضاً أن تؤدي دور كبير في التأثير الإيجابي على نوايا الطلاب اتجاه المقاولاتية وتمكينهم من إنشاء مشاريع جديدة وتطوير مشاريعهم القائمة (Anjum, Farrukh, Heidler, & Tautiva, 2020)، حيث تعتبر الجامعات مصدراً لتعزيز ودعم روح الابتكار وريادة الأعمال (Anjum et al., 2020, p. 4)، من خلال منحها دور قيادي في غرس المعرفة والمهارات الخاصة بريادة الأعمال التي ستكون مفيدة في مساعيهم المهنية المستقبلية (Keat, Selvarajah, & Meyer, 2011)، وتقديم برامج

إرشادية (تنظيم ندوات وملتقيات حول المقاولاتية أو مجال ريادة الأعمال) من شأنها أن تجمع بين رواد الأعمال المستقبليين مع رواد الأعمال ذوي الخبرة (Akinbola, Ogunnaike, & Amaihian, 2020). كل هذه الدوافع أو العوامل السابقة الذكر تؤثر بشكل كبير على توجه الفرد نحو عالم المقاولاتية والمؤسسات الناشئة، عوض العمل لحساب طرف معين كموظف، كما نشير أيضا إلى أن هذه العوامل تلعب دور أيضا في نجاح المؤسسات الناشئة واستمرارها بعد تأسيسها طبعاً، ولذلك يجب تضافر كل الجهود من أجل غرس هذه الثقافة داخل الفرد ليتحول في المستقبل إلى مقاول ناجح.

9.1.1. الصعوبات والعوائق التي تواجهها المؤسسات الناشئة

المؤسسات الناشئة وكغيرها من المؤسسات الأخرى تواجه العديد من التحديات، عبر مختلف مراحل العمر التي تمر بها، وقد تختلف هذه الصعوبات ويختلف تأثيرها من مؤسسة إلى أخرى، حيث أن هناك بعض الصعوبات الشائعة لدى جميع المؤسسات الناشئة وهناك بعض الصعوبات الفريدة من نوعها والتي تكون خاصة ببعض المؤسسات على خلاف الأخرى (Salamzadeh & Kawamorita Kesim, 2015). وعموماً يمكن تقسيم الصعوبات التي تواجهها المؤسسات الناشئة إلى ما يلي:

1.9.1.1. الصعوبات المالية

تحتاج الشركات الناشئة إلى رأس مال لبدء أعمالها، لكن رأس المال ليس دائماً متوفراً لجميع أصحاب الشركات الناشئة. إن الاستفادة من القروض المصرفية، يتطلب في الغالب إجراءات طويلة كما أن الحصول عليها ليس متاحاً لجميع الشركات، لذلك، فإن امتلاك رأس مال كافٍ لبدء الأعمال يمثل تحدياً كبيراً دائماً (Islam & Alghobiri, 2018). يعود سبب الصعوبة في الحصول على الدعم المالي من الهيئات الخاصة أو العامة إلى أن المؤسسات الناشئة تدرج على الكثير من المخاطر، وهذا ما ينفّر أصحاب رؤوس الأموال من تقديم التمويل لهذه المؤسسات خاصة القروض الطويلة الأجل. ولهذا نجد أن أغلب المؤسسات الناشئة التي نجحت قد قامت بتمويل نفسها بنفسها (ديناوي & زرواط, 2020).

2.9.1.1. الصعوبات التسويقية

إن المؤسسات الناشئة ومهما كان القطاع الذي تنشط فيه، ومهما كان المنتج جديد وابتكاري إلا أنها تواجه الكثير من الصعوبات في السوق، حيث أنه هناك الكثير من المنافسين في نفس السوق الذي تنشط فيه، بالإضافة إلى أنها تستهدف في بداياتها أسواق مجزأة وغير من منظمة وهذا أيضاً يشكل صعوبة كبيرة للمؤسسة من أجل استمرارها ونجاحها، بالإضافة كذلك لمشكل العلامة التجارية حيث أن أغلب المنتجات المشابهة لها تحوز على علامات تجارية مسجلة (Jegadeeshwaran & Kaleeshwari, 2021).

3.9.1.1. الصوبات المتعلقة بالموارد البشرية

إن المؤسسة الناشئة وكغيرها من المؤسسات تحتاج إلى خبراء وموظفين وعمال ذوي خبرة وكفاءة عالية، وهذا الأمر ليس بالسهل في ظل وجود تنافسية كبيرة من جهة ونذرة اليد العاملة الكفوة من جهة أخرى، إذ أن كل مؤسسة تسعى لأن يكون ضمن فريق عملها عمال مؤهلون خاصة وأن أغلب أنشطة المؤسسات الناشئة تتطلب تقنية عالية (Salamzadeh & Kawamorita Kesim, 2015).

4.9.1.1. الصوبات التنظيمية والقانونية

تتمثل هذه المعوقات في اللوائح والتشريعات والقوانين التي تؤثر على بيئة الأعمال بشكل عام، حيث تتميز أغلب التشريعات بالصعوبة والتعقيد خاصة ما تعلق منها بإجراءات إنشاء مؤسسة ناشئة وصعوبة الحصول على التراخيص الرسمية الخاصة بها، حيث تعاني المؤسسات الناشئة من تعدد الجهات الرقابية والتفتيشية (الاقتصادية، الصحية، الضمان الاجتماعي، الدوائر الضريبية والجمركية)، بالإضافة إلى غياب التنسيق بين هذه الجهات والهيئات التي تعتبر بمثابة المحيط الذي تتعامل معه المؤسسة الناشئة (قنوش، هاني، & هاني، 2020).

2.1. دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة

سيتم من خلال هذا العنصر التطرق إلى أهم أنواع أو أشكال الدعم الذي تحتاجه المؤسسات الناشئة بصفة عامة، ثم سيتم استعراض أهم هيئات الدعم والمرافقة المعروفة عالمياً بالنسبة للمؤسسات الناشئة، وفي الأخير سيتم استعراض أهم هيئات أو أجهزة الدعم والمرافقة الموجودة في الجزائر والتي تعمل على تقديم مختلف احتياجات الدعم للمؤسسات الناشئة محلياً.

1.2.1. أشكال الدعم المقدم للمؤسسات الناشئة

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة ومن بين أهم هذه العوامل النظام البيئي للمؤسسة الناشئة (Krajcik & Formanek, 2015). ويتكون النظام البيئي من العديد من الأعوان الذين تكون المؤسسة على علاقة مباشرة أو غير مباشرة معهم، مثل الهيئات الحكومية (الضرائب، التأمينات، البنوك)، أجهزة الدعم والمرافقة ونخص بالذكر حاضنات الأعمال سواء كانت خاصة أو عامة، المؤسسات المنافسة، وغيرهم من الهيئات التي تؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على أداء المؤسسة (Yaribeigi, Hosseini, Lashgarara, Mirdamadi, & Najafabadi, 2014). تعتبر هيئات الدعم والمرافقة بجميع أشكالها سواء كانت عامة أو خاصة (Hibah & Alhakimi, 2021)، تقدم الدعم المالي أو الدعم

غير المالي (Muhammad Anwar & Shuangjie Li, 2021)، من بين أهم عناصر النظام البيئي تأثيراً على نجاح المؤسسات الناشئة عبر جميع مراحلها العمرية (Brooksbank, 2008). حيث تعمل على تقديم خدمات الدعم الحكومية، الاستشارات، تحديد الأنشطة التجارية، والتدريب، وأبحاث السوق، والإعلان، والتكنولوجيا المبتكرة (Curran & Storey, 2002). وعموماً يمكن أن تنقسم عناصر أو أصناف الدعم التي تحتاجها المؤسسة إلى أصناف وتقسيمات مختلفة حسب المعيار المتعمد في عملية التقسيم، حيث قام (Heydebreck, Klofsten, & Maier, 2000)، بتقسيم عناصر الدعم التي تحتاجها المؤسسة إلى أربعة أصناف تتمثل فيما يلي:

1.1.2.1. الدعم المالي

يتمثل هذا النوع من الدعم في مختلف الخدمات المالية المتعلقة بالحصول على التمويل والوساطة المالية من مختلف هيئات الدعم التي تقدم هذا النوع من الخدمات (Heydebreck et al., 2000)، مثل البنوك، شركات رأس المال المخاطر (Davila, Foster, & Gupta, 2003)، وحاضنات الأعمال (KARA, 2022)، وهيئات الدعم والصناديق المستحدثة من طرف الحكومة، وغيرها من المؤسسات التي تعمل على تقديم الدعم المالي للمؤسسات (بولقواس، بوخيرة، & حسين، 2022)، خاصة في بداياتها على اعتبار أن البداية هي أصعب مرحلة من المراحل العمرية التي تمر بها المؤسسات بصفة عامة.

2.1.2.1. الدعم التكنولوجي

تشمل خدمات الدعم المتعلقة بالتكنولوجيا تنفيذ وإدارة خطط البحث والتطوير والاستشارات التكنولوجية والبحث عن شركاء تعاونيين في مجال البحث والتطوير والابتكار وطرق استغلال التقنيات الجديدة في مجال التكنولوجيا، وكذلك المساعدة في حماية الابتكارات التكنولوجية أو ما يعرف بحقوق الملكية الفكرية والصناعية (Heydebreck et al., 2000).

3.1.2.1. الدعم السوقي

تتكون خدمات الدعم المتعلقة بالسوق من المساعدة في تسويق المنتجات والتقنيات، والبحث عن العملاء والموردين، والمساعدة في إطلاق المنتجات الجديدة والمبتكرة (Heydebreck et al., 2000)، حيث أنه من أسباب فشل معظم المؤسسات الناشئة هو عدم القدرة على التعرف على فرص السوق عالية القيمة والاستجابة لها والفشل في اتخاذ إجراءات سريعة عند تحديد الفرص (Noor Hazlina & Pi-Shen, 2009)، كما أن أغلب المؤسسات الناشئة تواجه صعوبة في تسويق منتجاتها المبتكرة والجديدة، وتعتبر هذه الأخيرة من أسباب الفشل خاصة في ظل نظام بيئي يتميز بعدم الاستقرار.

4.1.2.1. الدعم الإداري

تشير خدمات الدعم الإداري إلى نوع آخر من الدعم، أو ما يعرف محليا بمراقبة المؤسسات الناشئة ويشمل هذا النوع توفير المعلومات، وبرامج التعليم والتدريب، المساعدة في حضور الندوات العلمية والمؤتمرات، وتسهيل الحصول على الاستشارات من مختلف الهيئات العمومية (Heydebreck et al., 2000). تساعد هذه الخدمات المؤسسات الناشئة على تطوير شبكة المعارف والاتصالات وتعزيز مكانتها بين مختلف الفاعلين في المجال.

كما يمكن تقسيم الدعم الذي تحتاجه المؤسسات بصفة عامة إلى الدعم المالي والدعم غير المالي وهذا حسب العديد من الدراسات مثل دراسة (Rungani & Potgieter, 2018) وكذلك دراسة (Rita, Nugrahanti, Kristanto, & Nastiti, 2022). وعلى الرغم من الاختلاف في التسميات إلا أن الجوهر والهدف واحد، حيث إذا نظرنا إلى الدعم السوقي والتكنولوجي والإداري فهو يعتبر من أنواع الدعم غير المالي. وقد تم في هذه الدراسة اعتماد التقسيم الثاني المتمثل في الدعم المالي وغير المالي، كنوعين من الدعم الذي توفره هيئات الدعم والمرافقة في الجزائر بالنسبة للمؤسسات بصفة عامة، والذي يسمى أيضا بالدعم المادي والدعم غير المادي.

2.2.1. هيئات دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة

إن نجاح المؤسسات الناشئة واستمراريتها له فوائد كبيرة ليس فقط بالنسبة للشخص صاحب المؤسسة ولكن بالنسبة للمنظومة الاقتصادية والاجتماعية ككل، لذلك فإن عملية إنجاح المؤسسات هي مسؤولية جميع الفاعلين في ميدان المقاولاتية والمؤسسات الناشئة، وقد ظهرت في الألفية الثالثة وانتشرت بكثرة، خاصة على مستوى دول ذات النظم الاقتصادية المتطورة العديد من الهيئات والمنظمات التي تولت مهمة دعم المؤسسات الناشئة وإنجاحها، منها الخاصة التي تعمل لمصلحتها الخاصة ومنها العمومية التي أنشأتها الحكومات كوسيلة من وسائل تحفيز الشباب على العمل المقاولاتي وبالتالي دفع عجلة الاقتصاد، وبصفة عامة يمكن تقسيم الهيئات والأجهزة المسؤولة عن دعم المؤسسات الناشئة بصفة عامة، وكما هو منتشر في أغلب دول العالم إلى ما يلي:

1.2.2.1. حاضنات الأعمال (Business Incubators)

"يرجع تاريخ أول ظهور لحاضنات الاعمال إلى سنة 1959 بولاية نيويورك بالولايات المتحدة، حيث تمت إقامة أول مشروع بمركز الاعمال المعروف باسم المركز الصناعي (bativia industrial center)، عندما قامت عائلة بتأجير وحداتها للأفراد الراغبين في إقامة مشاريع مع توفير الدعم والنصح والاستشارات، وقد ساعد الموقع الذي كان يقع فيه المركز على نجاح الفكرة ولقت رواج كبير، وبعد ذلك تحولت هذه الفكرة إلى ما يعرف بالحاضنة، وقد تم استحداث الآلاف من المؤسسات الصغيرة منذ ذلك الوقت في هذه الحاضنة والتي مازالت تنشط منذ ذلك الوقت إلى يومنا هذا تحت نفس المسمى" (خمخام & عطية, 2022). لقد أصبحت الحاضنات جزءًا لا يتجزأ من النظام البيئي لريادة الأعمال الحديث، مما يدعم نمو ونجاح المؤسسات الناشئة أو المشاريع الحديثة بصفة عامة (Hausberg & Korreck, 2021).

وقد عرفت الجمعية الوطنية الأمريكية حاضنات الأعمال على أنها: عبارة عن هيئات تهدف إلى تقديم المساعدات للمؤسسات المبدعة الناشئة ورجال الأعمال الجدد في مجال المقاولاتية، وتوفير لهم الوسائل والدعم اللازمين، من خبرة ومحلات، وكذلك الدعم المالي لتخطي أعباء ومراحل الانطلاق والتأسيس، كما تقوم بعمليات تسويق ونشر منتجات هذه المؤسسات، فهي عبارة عن مؤسسة قائمة بذاتها، تعمل على دعم المؤسسات الحديثة والصغيرة من خلال توفير مجموعة من الخدمات من أجل تجاوز مرحلة الانطلاق، وقد تكون حاضنة الأعمال مؤسسة خاصة أو مختلطة أو تابعة للدولة وهذه الأخيرة تعطي دعماً أقوى (الغول & الأحمر, 2021). تقدم حاضنات الأعمال مجموعة متنوعة من خدمات الدعم للمؤسسات الناشئة، حيث تسعى إلى ربط المواهب والتكنولوجيا ورأس المال والخبرة لتسريع نمو المشاريع الجديدة واستمراريتها (Chengappa & Geibel, 2014). وعموماً تتمثل الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال للمؤسسات الناشئة فيما يلي: (خمخام & عطية, 2022)

- الخدمات الإدارية بصفة عامة والمتمثلة في إقامة المشروع، المساعدات المحاسبية، إعداد الفواتير، كتابة التقارير، وغيرها.
- خدمات السكرتاريا مثل معالجة النصوص حفظ الملفات ، استقبال المكالمات.
- تقديم التمويل وطرق الوصول إليه من خلال شرح طرق وشروط الحصول على التمويل، تسهيل الوصول إلى الوسطاء الماليين، كما قد تلعب الحاضنة في حد ذاتها دور الوسيط المالي.
- خدمات الأعمال من خلال إيجاد حلول للمشاكل التي تواجهها المؤسسة سواء كانت مالية أو تقنية أو فنية.

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

- خدمات التعليم والوصول إلى المعرفة من خلال مساعدة المؤسسات على حضور الملتقيات والندوات والورشات، توفير البرامج التدريبية وتحفيز المؤسسة على حضورها، سواء في مرحلة ما قبل الانطلاق، أو بعد الانطلاق مما يساعد في تطوير المهارات القائمة واكتساب مهارات أخرى.
- المساعدات التسويقية من خلال المساعدة في دراسة السوق وبناء العلامة التجارية الخاصة بالمؤسسة وطرق كسب العملاء وتسويق المنتجات بالطرق الحديثة المواكبة للتطورات القائمة في الاسواق الرائدة.
- مختلف برامج التطوير والتدريب على الآلات أو البرامج التي تستخدمها المؤسسة، مع فتح المجال لمختلف التطورات الحاصلة في ميدان ورجال العمل الذي تخصص في المؤسسة بصفة عامة.
- من خلال ما سبق نلاحظ أن الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال تمس أربع جوانب مختلفة وهي: الجانب المالي، السوقي، التكنولوجي، والإداري.
- تمر عملية احتضان المؤسسات الناشئة أو المؤسسات بصفة عامة، من طرف حاضنات الاعمال مهما كان نوعها بالمراحل التالية: (زينات, 2022)
- **مرحلة الدراسة والمناقشة الابتدائية:** وتسمى أيضا بمرحلة ما قبل الاحتضان، حيث وبعد المقابلة بين إدارة الحاضنة ورواد الأعمال يتم التطرق إلى النقاط التالية: طرح الفكرة وتحليلها والتأكد من نية صاحبها في استحداث مؤسسة ناشئة، مدى قدرة فريق العمل على إدارة المشروع، دراسة الجدوى والسوق ومدى قدرة المنتج على دخول السوق والمنافسة، وكذلك مدى قابلية المشروع للتطور والتوسع.
- **مرحلة إعداد خطة المشروع:** بناء على ما تم التوصل إليه في المرحلة الأولى من دراسة للجدوى الفنية والسوقية، يقوم صاحب المشروع بإعداد خطة عمل بحيث يتم تأسيس المشروع والتعاقد مع الحاضنة رسميا، ويخصص له مكان يتناسب مع مشروعه ونوع نشاطه وحجمه.
- **مرحلة النمو والتطوير:** تعمل الحاضنة على نجاح المشروع ونموه وتطويره باللجوء إلى كل وسائل الدعم التي تقدمها الحاضنة من تمويل واستشارات وتدريب وغيرها من وسائل الدعم التي تحتاجها المؤسسة خلال هذه المرحلة والتي تساهم في نموها وتطورها.
- **مرحلة التخرج من الحاضنة:** وهي المرحلة النهائية للمشروع داخل الحاضنة، بعد تحقيق الأهداف المنشودة وتوسع النشاط وتحقيق النمو، وبروز المؤسسة في عالم الاعمال، حيث يتم وضع خطة

للخروج يحددها برنامج الحاضنة، حسب جملة من المعايير على غرار، عوائد المؤسسة، مستوى التوظيف، مدة الاحتضان، وغيرها.

تجدر الإشارة أيضا إلى انه ظهر مصطلح آخر مرادف نوعا ما لمصطلح حاضنات الاعمال وهو مسرعات الاعمال (business accelerators)، وتعتبر مسرعات الاعمال بمثابة الاسم المطور لحاضنات الاعمال (Pauwels, Clarysse, Wright, & Van Hove, 2016)، على الرغم من وجود اختلاف طفيف في الوظائف وطريق التدخل إلا أن جوهرها واحد، وتعرف مسرعات الاعمال على أنها منظمة تهدف إلى تسريع إنشاء المشاريع الجديدة من خلال توفير التعليم والدعم والتوجيه لمشروع أو لمجموعة من المشاريع خلال فترة زمنية محدودة وقصيرة نسبيا (مقارنة بالحاضنات) (Cohen & Hochberg, 2014)، وعلى العموم تختلف مسرعات الاعمال عن الحاضنات في بعض النقاط نذكر منها (Cohen, 2013): مدة احتضان المشروع حيث قد تتجاوز الخمس (5) سنوات في حالة الحاضنات، أما في حالة المسرعات فلا تتجاوز الثلاث (3) أشهر. كما أن أغلب مسرعات الاعمال تكون مملوكة للخواص وهدفها الوحيد هو تحقيق الأرباح وحتى ولو كان هذا على حساب المؤسسة المحتضنة على عكس الحاضنات، التي قد تكون مملوكة للدولة (عمومية)، وتهدف إلى تحقيق النمو الاقتصادي الكلي بالدرجة الأولى، كما أن المسرعات تتميز بارتفاع المخاطرة حيث أنها غالبا تدخل على المؤسسات التي تعاني من ضعف في النمو وتعمل على محاولة تسريع نموها في مدة زمنية قصيرة وهذا الامر قد يشكل خطر على المؤسسة المحتضنة.

2.2.2.1 رأس المال المخاطر (venture capital)

تعتبر شركات رأس المال المخاطر من بين الهيئات الداعمة للمؤسسات الناشئة، ولا يقتصر دورها على تقديم الدعم المادي وإنما يمتد أيضا إلى تقديم الدعم غير المادي (Jeong, Kim, Son, & Nam, 2020)، وقد ساهم هذا النوع من الشركات في خلق العديد من المؤسسات الناشئة والناجحة منذ ظهوره إلى يومنا هذا (Bernstein, Giroud, & Townsend, 2016) (Engel, 2002). وقد عرفته الجمعية الأوروبية بأنه " كل رأس مال يوظف بواسطة وسيط مالي متخصص في مشروعات خاصة ذات مخاطر مرتفعة باحتمال تحقيق نمو كبير مع عدم التأكد من استرداد رأس المال في الآجال المحددة وهذا ما يصاحبه مخاطر (مع وجود أمل في الحصول على فائض في المستقبل)" (ولدعابد، عابد، & صلواتشي، 2018). كما يعرف على أنه نوع من المخاطرة بين المالك للمؤسسة والمسير لها، وبين صاحب رأس المال بحيث يهدف كل من الطرفين إلى تحقيق الربح (طبيبي & لعمرى، 2021). عُرّف رأس المال المخاطر كذلك بأنه عبارة

عن استثمارات مرتبطة بالأسهم يدعم فيها المستثمرون رواد الأعمال من خلال توفير الأموال والمهارات الإدارية اللازمة لاستغلال فرص السوق لتحقيق أرباح طويلة الأجل (Benzouai & Djefal, 2021b). تهدف شركات رأس المال المخاطر إذا إلى توفير رأس المال للمؤسسات الناشئة والمصغرة والتي تتميز بالمخاطرة العالية، حيث أنها تعتبر بديلا ماليا ملائما لهذه المؤسسات التي يصعب عليها الحصول على التمويل التقليدي من البنوك وكذلك في حالة ضعف السوق المالي في حالة البلدان النامية مثل الجزائر (بريش، 2007)، أيضا تساهم في توظيف الفوائض المالية الموجودة في البنوك والتي تجد صعوبة في استثمارها بسبب القيود التي يفرضها عليها النظام المصرفي، بسبب ارتفاع المخاطرة الكبير الذي تدرج عليه المشاريع و المؤسسات الناشئة (ولدعابد 2018، et al.)، وتتدخل شركات التمويل برأس المال المخاطر عبر كافة مراحل تطور المؤسسة، وعموما يمكن تقسيم هذه المراحل إلى ما يلي: (طبيبي & لعمرى، 2021a)

- مرحلة ما قبل الانشاء: وهي المرحلة التي تكون المؤسسة الناشئة عبارة عن فكرة قيد التجسيد، حيث تنتبى شركات رأس المال المخاطر الفكرة وتقوم بتوفير مصاريف ما قبل الانطلاق مثل البحث والتطوير ودراسة السوق والتجارب الأولية للمنتج وبعث المنتج في السوق.
- مرحلة الانطلاق: تتولى الشركة في هذه المرحلة عملية تجسيد المشروع على أرض الواقع من خلال تمويل التهيئة وشراء الآلات والمعدات، كذلك التكفل بعملية التسويق والترويج والاشهار للمنتج وغيرها من المصاريف اللازمة من أجل بعث المؤسسة الناشئة.
- مرحلة التوسع: في هذه المرحلة تقوم الشركات الخاصة برأس المال المخاطر بتمويل مؤسسات قائمة في حد ذاتها، لكن ليست لها القدرة على القيام بأفكار توسعية وابتكارية من أجل بعث منتجات جديدة مثلا أو زيادة الطاقة الانتاجية في خط انتاجي معين أو تطوير منتجات جديدة، أو استهداف أسواق جديدة.

يتطلب التمويل برأس المال المخاطر توفر ثلاث أطراف رئيسية تتمثل في شركات رأس المال المخاطر، والتي تمثل في هذه الحالة دور الوسيط، المستثمرون والذين يملكون الفوائض المالية ويرغبون في توظيفها للحصول على عوائد مالية، المستفيدين والذين يمثلون أصحاب العجز المالي أو طالبي التمويل، بالإضافة إلى طرف رابع يطلق عليه اسم المستأنفون، والذين يبرزون بعد انتهاء العملية التمويلية وخروج شركة رأس المال المخاطر وفيما يلي سيتم التطرق إلى كل منها بشيء من التفصيل (الأغا & حشماوي، 2016):

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

- المستثمرون: هم اولئك الأشخاص الذين يملكون موارد مالية فائضة عن حاجتهم، ويرغبون في توظيفها واستثمارها من أجل تحصيل عوائد مالية في المستقبل، غالبا يتميز هؤلاء الأشخاص بميولهم إلى المخاطرة على اعتبار أن هذه الأموال تمنح بدون ضمانات، كما أنه لا يحق لهم المطالبة باستردادها قبل انقضاء الأجل أو المدة التمويلية بحيث تتجاوز المؤسسة الممولة مرحلة الخطر وتكون قادرة على مواصلة الطريق دون الحاجة إلى الدعم من شركة رأس المال المخاطر.
- شركات رأس المال المخاطر: عموما تكون في شكل شركة ذات أسهم، لها قابلية أو قدرة على تمويل المشاريع الصغيرة والناشئة وحتى الأفكار الرائدة من خلال الاموال الخاصة بها أو من خلال الاموال المحصلة من طرف المستثمرين، فهي تمثل وسيلة من وسائل التمويل الحديثة نسبيا بالنسبة للمؤسسات، وصورة من صور الوساطة المالية، حيث تدخل في البداية كشريك في المؤسسة المراد تمويلها من خلال عقد يتم ابرامه مع المعنيين من اصحاب المؤسسة، وبعد تحقيق النمو والاستقرار تخرج شركة رأس المال المخاطر من المؤسسة من خلال طرح اسهمها للاكتتاب، أو من خلال أي طريقة من الطرق المتفق عليها في العقد المبرم.
- المستفيدون: وهم الأطراف طالبي التمويل، ويمثلون غالبا أصحاب المؤسسات الناشئة والمشاريع الصغيرة وكذلك تمتد أحيانا إلى غاية أصحاب الأفكار الريادية، والذين لا يملكون القدرة على استحداث المؤسسة الناشئة سواء من الناحية المالية، او من نواحي اخرى فنية وإدارية وتقنية وغيرها، ونظرا لأن المشاريع الجديدة تنطوي على أفكار ذات مستوى عالي من المخاطرة، تجد هذه المؤسسات صعوبة كبيرة في الحصول على الدعم من المؤسسات التقليدية، لذلك تجد في شركات رأس المال المخاطر البديل التمويلي الملائم لمثل هذه الحالات.
- المستأنفون: بعد تجاوز المؤسسة الممولة لمرحلة الخطر وتحقيقها للاستقرار والثبات وتصبح قادرة على قيادة نفسها دون تدخل أي طرف آخر، يصل موعد خروج شركة رأس المال المخاطر حسب ما تم الاتفاق عليه في العقد عند البداية، وهنا يظهر المستأنفون وهم الأطراف الذين سيدخلون مكان شركة رأس المال المخاطر، وغالبا ما يكون هؤلاء من المسيرين داخل المؤسسة، أو يمثلون طرف آخر يدخل من خلال الاكتتاب في قيمة الأسهم الخاصة بشركة رأس المال المخاطر، وكل هذا يكون خاضع للعقد الموقع بين شركة رأس المال المخاطر وأصحاب الشركة.

تجدر الإشارة إلى أن الدعم المقدم من طرف شركة رأس المال المخاطر لا يكون في شكل مالي فقط وإنما يكون في شكل غير مالي أيضا (فني؛ تسويقي؛ تكنولوجي، تنظيمي)، فهو يمس جميع أنواع الدعم التي من شأنها تساهم في نجاح المؤسسة الممولة واستمراريتها.

1.3.2.1. أجهزة الدعم والمرافقة في الجزائر

الجزائر وكغيرها من الدول التي تسعى إلى النهوض بالقطاع الاقتصادي ودفع عجلته نحو الأمام، عملت جاهدة على دعم المؤسسات بصفة عامة وبمختلف مسمياتها سواء كانت ناشئة أو صغيرة أو متوسطة، أو حتى مؤسسات كبيرة، حيث عملت على استحداث العديد من الهياكل والأجهزة التي تعمل على تقديم الدعم بمختلف أشكاله للمؤسسات الحديثة العهد، كما عملت على خلق جو ملائم لاستحداث هيئات خاصة لها نفس الدور في دعم المؤسسات الحديثة النشأة وحتى المؤسسات القائمة، مثل الحاضنات وشركات رأس المال المخاطر، وفيما يلي سنقوم بعرض مختلف هذه الهيئات سواء كانت عامة أو خاصة.

1.3.2.1. الوكالة الوطنية لدعم وترقية المقاولاتية (ANAD)

هي هيئة عمومية ذات طابع خاص وهي امتداد للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب (ANSEJ) التي كانت تحت وصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، والتي تم تأسيسها بموجب المرسوم التنفيذي 26-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996 وكان هذا هو الاسم الساري المفعول لهذه الوكالة التي كانت تعنى بتقديم الدعم والتمويل لفائدة الشباب الراغب في تأسيس مؤسسات صغيرة ومتوسطة إلى غاية انتخاب الرئيس الجديد في ديسمبر 2019، وبعد إعلانه عن الحقائق الوزارية وأعضاء الحكومة، ظهرت وزارتين جديدتين متمثلتين في: الوزارة المنتدبة لدى الوزير الأول المكلفة بالمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، والوزارة المنتدبة لدى الوزير الأول المكلفة بالمؤسسات المصغرة، هذه الأخيرة كانت تظم تحت غطاءها الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب والتي كانت من قبل تحت لواء وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي. ليتم تحويلها فيما بعد إلى الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANAD) بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-329 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020. وبعد دمج وزارتي المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة ووزارة المؤسسات المصغرة في حقيبة واحدة، تم اسناد الوكالة إلى وزارة المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة والمؤسسات المصغرة. وقد غير استحداث هذه الوكالة التوجه الخاص بها من توجه اجتماعي مثل ما كان معمول به في الوكالة السابقة إلى توجه اقتصادي تماشيا والسياسة الجديدة للجزائر في النهوض بالقطاع

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

الاقتصادي وقد كانت من بين المهام التي تعنى بها الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ما يلي: (زايدي، 2022)

- نشر روح المقاولاتية بين الشباب من خلال الترويج لها وتحسين صورتها لتصبح ثقافة منتشرة بين أوساط الشباب.
- تقديم النصح والارشاد والدعم المالي لحاملي المشاريع المقاولاتية.
- مراقبة حاملي المشاريع والأفكار إلى غاية التجسيد الفعلي لهذه المشاريع على أرض الواقع.
- العمل على تنظيم دورات تدريبية لتطوير المهارات الفنية والتقنية والتنظيمية والإدارية لحاملي المشاريع.
- ضمان المرافقة والمتابعة المستمرة للمؤسسات المقاولاتية من أجل تجنب التعثر.
- إعداد خارطة النشاطات والمشاريع وتحيينها وعقد الشراكات مع مختلف الهيئات والقطاعات المعنية.
- العمل على تطوير ورقمنه طرق إدارة وتسيير الوكالة وتكوين إطارتها على هذا الأساس.
- العمل على إنعاش المؤسسات المتعثرة والتي كانت تحت لواء الوكالة بمسماها القديم، من خلال منح قروض جديدة لفائدة هذه المؤسسات.
- ومن بين الشروط التي وضعتها الوكالة من أجل الاستفادة من الدعم ما يلي:
- أن يتراوح سن حامل المشروع بين 18 و 55 سنة.
- أن يكون صاحب المشروع أو الفكرة ذو شهادة أو تأهيل مهني أو له مهارات معرفية يتم إثباتها بوثيقة من جهة مختصة.
- أن لا يكون حامل المشروع قد استفاد من أي دعم من الجهات والوكالات المختصة في السابق.
- أن يقدم صاحب الفكرة أو المؤسسة تمويل أو مساهمة شخصية منه حسب الصيغة التمويلية المختارة من طرف صاحب المشروع.
- وعموما هناك صيغتين للتمويل يتم اعتمادهما من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية وهما كما يوضحه الجدول رقم (6).

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

الجدول(6): الصيغ التمويلية التي توفرها الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية.

| التمويل الثلاثي | | | | | |
|-----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|-------|
| قيمة الاستثمار | الفئة | المنطقة | المساهمة الشخصية | مساهمة الوكالة | البنك |
| | البطالين والطلبة | كافة المناطق | 5% | 25% | 70% |
| 10.000.000 | | منطقة الجنوب | 10% | 20% | 70% |
| | غير البطالين | الهضاب العليا | 12% | 18% | 70% |
| | | باقي المناطق | 15% | 15% | 70% |
| التمويل الثنائي | | | | | |
| قيمة الاستثمار | المساهمة الشخصية | مساهمة الوكالة | | | |
| 10.000.000 | 50% | 50% | | | |

المصدر: بالاعتماد على (زايدي, 2022).

الملاحظ للجدول أعلاه يجد أن هناك صيغتان للتمويل بالنسبة للوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، صيغة ثلاثية وتتم من خلال مساهمة ثلاث أطراف هي صاحب المشروع وتختلف قيمة مساهمته حسب الوضعية إذا ما كان بطال أو غير بطال، وكذلك حسب المنطقة الجغرافية التي تتواجد بها المؤسسة، وتتراوح قيمة مساهمته بين 5% و 15% من قيمة الاستثمار الاجمالية والتي يجب أن لا تتجاوز 1 مليار سنتيم، الطرف الثاني وهو الوكالة حيث تتراوح قيمة مساهمتها بقرض دون فائدة بين 25% و 15% من قيمة الاستثمار الاجمالية، أما الطرف الثالث فهو البنك حيث تساوي قيمة مساهمته إلى 70% من قيمة المشروع الاجمالية كقرض بفوائد. أما بالنسبة للتمويل الثنائي فيكون التمويل بين صاحب المشروع والوكالة مناصفة ب 50% لكل طرف، حيث تكون مساهمة الوكالة عبارة عن قرض بدون فائدة.

تجدر الإشارة أنه هناك تغيير طفيف في طريقة التمويل فيما يخص مساهمة صاحب المشروع مقارنة مع ما كان عليه الحال في السابق، حيث كانت مساهمة صاحب المشروع لا تتجاوز 2% كأقصى تقدير، في حين قد تبلغ 15% حسب الصيغة الحالية، كما لا بد من التنويه إلى أنه وبالإضافة إلى تقديم التمويل للمؤسسات الحديثة فإنها تعمل على مساعدة المؤسسات المتعثرة من خلال تقديم قروض خاصة بعد القيام بدراسة معمقة لملف المؤسسة المعنية.

2.3.2.1. الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر

هي وكالة وطنية عمومية ذات طابع اقتصادي تتمتع بالشخصية المعنوية والقانونية والاستقلال المالي، تم تأسيسها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22 جانفي 2004 وضعت تحت سلطة وزارة التضامن الوطني، حيث كانت تندرج ضمن الاستراتيجية الوطنية لمحاربة الفقر والتهميش، كما أن أغلب المستفيدين منها يصنفون ضمن الفئات الهشة في المجتمع، وتمس بالأخص المرأة الماكثة خاصة في المناطق النائية ومن مهامها ما يلي: (صالح، 2021)

- دعم وتوجيه الأطراف المستفيدة من خدمات الوكالة من أجل تجسيد وتحقيق مشاريعهم على أرض الواقع، بداية من تشكيل الملف إلى غاية الانطلاق.
 - متابعة ومراقبة مختلف الأنشطة التي تم إنجازها من خلال الوكالة، والحرص على احترام الاتفاقيات المبرمة مع طالبي التمويل.
 - الحفاظ على العلاقة المستمرة مع البنوك والمؤسسات المالية الأخرى فيما يخص تمويل المشاريع، وتنفيذ المخطط التمويلي وضمان استيفاء الديون المستحقة في الآجال المتفق عليها.
 - تكوين حاملي المشاريع والمستفيدين من خدمات الوكالة، من خلال تنظيم دورات تدريبية وتعريفهم بمختلف تقنيات تمويل الأنشطة.
 - تنظيم معارض وطنية وجهوية وولائية، وأيام تحسيسية حول خدمات الوكالة وتوضيح مختلف الأنشطة والأشخاص الذين لهم الحق في الاستفادة من خدمات الوكالة.
 - المساهمة في مكافحة البطالة والفقر بين فئات المجتمع، خاصة في المناطق الشبه الحضرية والريفية والجبالية، من خلال تشجيع العمل الحر في البيوت وتشجيع النشاطات الحرفية وضمان استمراريتها.
 - العمل على رفع الوعي العملي بين أفراد المجتمع في المناطق النائية من خلال التعريف بالمشاريع والأنشطة المذرة للمداخل والمولدة لمناصب العمل.
 - دعم عملية تسويق منتجات المشاريع المستفيدة من تمويل الوكالة من خلال تنظيم المعارض والأيام المفتوحة على منتجات معينة في مناطق مختلفة من الوطن.
- أما فيما يخص الطرق أو الآليات التي تنتهجها الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر من أجل تمويل المشاريع المستفيدة فيمكن تقسيمها إلى قسمين وهما: (ولدقادة، 2022)

- تمويل شراء المواد الأولية: حيث يمكن أن تمنح الوكالة قرض بدون فائدة لا يتعدى 100000 دينار جزائري، وقد تصل قيمته إلى 250000 دينار جزائري في مناطق الجنوب الكبير، بشرط أن يكون هذا القرض موجه لاقتناء المواد الأولية التي يتم استعمالها في النشاط الممول من طرف الوكالة.
- التمويل الثلاثي: يكون باشتراك ثلاث أطراف متمثلة في صاحب المشروع حيث لا تتعدى مساهمته 1% من قيمة المشروع الإجمالية، وكذلك البنك بمساهمة تصل إلى 70% من قيمة المشروع، والنسبة الباقية تساهم بها الوكالة، كما قد تصل القيمة الإجمالية للمشروع إلى قيمة 1 مليون دينار جزائر، على أن توجه هذه المبالغ إلى اقتناء العتاد والمواد الأولية اللازمة للانطلاق في المشروع.

3.3.2.1. الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC)

الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC) هو هيئة حكومية تتدرج تحت سلطة وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، تم تأسيسه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-188 المؤرخ في 06 جوان 1994، يتمتع الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، كان الهدف الرئيسي من تأسيسه هو تسهيل اندماج فئة البطالين والأشخاص الذين فقدوا مناصب عملهم في الحياة العملية، من خلال إنشاء مؤسسات ومشاريع خاصة بهم، حيث أنه وبالإضافة إلى دوره الاجتماعي أصبح له دور اقتصادي، إذ أنه أصبح مصنف كمؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي، ومن بين المهام والصلاحيات التي يقوم بها الصندوق نذكر ما يلي: (بلقاسم & قايدي، 2020)

- العمل على استمرارية ضبط بطاقة المنخرطين ويضمن تحصيل الاشتراكات المخصصة لتمويل أداءات التأمين عن البطالة في الحياة النشيطة.
- القيام بعمالية الرقابة التي تنص عليها القوانين المعمول بها في مجال التأمين عن البطالة.
- يسهل من عملية الاتصال مع مختلف المصالح المكلفة بالتشغيل ومختلف الهيئات المحلية مثل الولاية والدائرة والبلدية.
- العمل على تسيير الأداءات المقدمة بعنوان الخطر الذي يغطيه.
- يؤسس ويحفظ صندوق الاحتياط حتى يمكنه من مواجهة التزاماته مع المستفيدين.
- التمويل الجزئي للدراسات المتعلقة بالأشكال غير النموذجية للعمل والأجور وتشخيص مجالات العمل ومكانه.

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

- التكفل بالقيام بمختلف دراسات الجدوى الفنية والتسويقية والمالية لمختلف المشاريع الطالبة للتمويل من الصندوق بالتنسيق مع مختلف الهيئات والمصالح المختصة.
- تقديم مختلف المساعدات المالية وغير المالية للمؤسسات التي تواجه صعوبات، من أجل تجنب تسريح العمال والموظفين وبالتالي تجنب خروجهم إلى البطالة.
- تقديم الدعم والمرافقة المالية وغير المالية للأشخاص حاملي المشاريع والذين تتراوح أعمارهم بين 35 و 50 سنة.

أما فيما يخص صيغ التمويل التي يقدمها الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC) فيمكن تقسيمها إلى صنفين رئيسيين كما يلي: (خلخال & عماري, 2021)

- **الصيغة الأولى:** حالة الاستثمار الذي يقل أو يساوي 5.000.000 دج حيث تكون نسبة المساهمة الشخصية في هذه الحالة 10% من القيمة الاجمالية للمشروع الاستثماري، في حينه تمثل قيمة السلفة التي يقدمها الصندوق بدون فوائد ما يعادل 20% من القيمة الإجمالية للمشروع الاستثماري، أما القيمة الباقية والتي تمثل 70% من قيمة المبلغ الاستثماري فيتكفل بمنحها البنك في شكل قرض مع فوائد واجبة السداد.

- **الصيغة الثانية:** حالة الاستثمار الذي يتراوح ما بين 5.000.001 و 10.000.000 دج ويكون توزيع النسب أيضا في هذه الحالة بنفس نسب الحالة الأولى بين الأطراف الثلاث الممثلة في المستثمر طالب التمويل، والصندوق الوطني للتأمين عن البطالة الذي يقدم سلفة خالية من الفوائد أيضا، والبنك الذي يقدم قرض واجب السداد مع فوائد مترتبة عنه.

4.3.2.1. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)

تم إنشاء هذه الوكالة في إطار الجيل الأول من الإصلاحات التي أجريت في الجزائر خلال العشرية الأخيرة من القرن الماضي، وبالضبط سنة 1993 وكانت في البداية تسمى بالوكالة الوطنية لدعم وترقية ومتابعة الاستثمار، وفي سنة 2001 تم تغيير تسميتها إلى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار وهذا بموجب القانون رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001، وكان الهدف الرئيسي لهذه الوكالة هو دعم وتشجيع المستثمرين من خلال تقديم التسهيلات اللازمة وإزالة العوائق التي كانت تواجههم من قبل ومن بين المهام الموكلة لهذه الوكالة نذكر ما يلي: (قويدر & فودوا, 2021)

- استقبال المستثمرين ودعمهم وتوجيههم في كل المراحل التي يمر بها المشروع وحتى بعد الإنجاز.

- محاولة تجميع كل المعلومات الخاصة بالاستثمار والمستثمرين في شتى المجالات، وجعلها متاحة لفائدة المستثمرين في حالة طلبها.
- العمل على تشجيع مختلف الاستثمارات ومتابعتها والقيام بمختلف التحليلات على الاحصائيات التي تم جمعها.
- العمل على تبسيط الاجراءات مع مختلف الادارات المعنية وتسهيل التعاون وترتيب اللقاءات وتسهيل إجراءات إنشاء المؤسسات وشروط استغلالها، الأمر الذي من شأنه أن يحسن من مناخ الاستثمار في الجزائر.
- العمل على ترقية الشراكة والفرص الجزائرية للاستثمار داخل الوطن وخارجه.

5.3.2.1. الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI)

هي هيئة رسمية تم إنشائها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 18-170 المؤرخ في 26 جوان 2018 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 25-331 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020. تتولى الوكالة الوطنية تنفيذ سياسة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال الانشاء والإنماء، وديمومة هذه المؤسسات بالتنسيق مع القطاعات المعنية". وللوكالة فروع محلية تتمثل في مشاتل المؤسسات وكذا مراكز الدعم والاستشارة، والتي سيتم استعراضها فيما يلي:

- **مشاتل المؤسسات (pépinieres):** مشاتل المؤسسات الناشئة هي واحدة من هيئات دعم ومرافقة المؤسسات الناشئة في الجزائر، وقد تعددت التعاريف المقدمة لهذه الهيئة فهناك من عرفها على أنها: "مؤسسة تنشأ لتقديم الخدمات والمستلزمات الانتاجية المادية إلى الصناعات الصغيرة في بداية نشوئها، والارتقاء بها إلى مرحلة العمل التجاري مقابل أجر رمزي" (نعيجي & نشمة, 2021). فهي عبارة عن كيان مستقل هدفه تقديم الدعم والمساعدة للمؤسسة الناشئة ابتداء من مرحلة الفكرة وإلى غاية تجسيدها فعليا على أرض الواقع، وهناك من يرى أن مشاتل المؤسسات تأتي كمرحلة ثانية بعد حاضنات الأعمال، حيث تقوم المشتلة باستقبال المؤسسات التي تخرجت من الحاضنة وتقدم لها مكاتب مدعمة ومساعدتها من خلال تقديم خدمات تقنية، فنية، إدارة، ومحاسبية (بلعادل & لحسين, 2022). كما ننوه إلى أنه هناك تداخل نوعا ما بين المشاتل وحاضنات الأعمال في الجزائر، بل أن المشاتل والتي تندرج تحت مسمى "محضنة" كانت تشير إلى مفهوم حاضنة الأعمال، إلى غاية صدور المرسوم التنفيذي رقم 20-254 الذي أشار إلى مصطلح "حاضنات الأعمال" بمعناها

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

الصحيح، كما أن الكثير من الدراسات الاكاديمية تشير إلى مشاتل المؤسسات على أنها حاضنات في الجزائر (بوسعدة & بعوني, 2018)، وتعود تجربة الجزائر في مجال المشاتل إلى سنة 2001، حين تم وضع القانون التوجيهي الذي يتضمن رسم الخطوط العريضة التي يجب اتباعها من أجل تحسين مجال عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقيتها، من خلال إنشاء وكالات وصناديق ومراكز تعنى بهذا الأمر، ثم بعد ذلك تم صدور المرسوم التنفيذي رقم 03 المؤرخ في 25 فيفري 2003 المتضمن القانون الأساسي لمشاتل المؤسسات، وجاء تعريفها على أنها: عبارة عن مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي على أن تأخذ أحد الأشكال التالية: المحضنة (وتعكس مفهوم المشتلة)، ورشة الربط، نزل المؤسسات، وتهدف هذه المشاتل إلى مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال ما يلي: (ميلي, 2020)

- تطوير التعاون في المحيط المؤسسي.

- تشجيع الشباب على الابتكار وتقديم المساعدات للمؤسسات الجديدة.

- ضمان ديمومة المؤسسات من خلال مرافقتها.

- تقديم الدعم لمنشئي المؤسسات الجدد.

- المشاركة في الحركة الاقتصادية.

ومن المهام الموكلة للمشاتل ما يلي: (بوشعير & حسياني, 2021)

- استقبال وتوجيه ومرافقة لمدة محددة المؤسسات حديثة النشأة وأصحاب المشاريع الريادية.

- احتضان أصحاب المشاريع بتوفير محلات مجهزة بتجهيزات المكتب ووسائل الإعلام الآلي، توضع

تحت تصرفهم وتضمن التوطين الإداري والتجاري للمؤسسات حديثة النشأة وللمتعهدين بالمشاريع.

- تتولى مرافقة ومتابعة أصحاب المشاريع قبل إنشاء مؤسساتهم وبعده.

- تقديم الاستشارة في الميدان القانوني والمحاسبي والتجاري والمالي، لأصحاب المشاريع وتلقيهم

مبادئ التسيير خلال مرحلة إنضاج المشروع.

وإلى غاية كتابة هذه الأسطر يوجد في الجزائر 18 مشتلة للمؤسسات موزعة على 18 ولاية كما يلي:

ميلة، خنشلة، باتنة، عنابة، بسكرة، ورقلة، غرداية، الأغواط، أدرار، بشار، البيض، تيارت، سيدي بلعباس،

وهران، برج بوعريج، البويرة، الجزائر العاصمة.

- مراكز الدعم والاستشارة (مراكز التسهيل سابق): يعتبر مركز الدعم والاستشارة بمثابة مؤسسة

عمومية ذات طابع اقتصادي، تم إنشائها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-79 المؤرخ في 25

فيفري 2003 حيث سمح هذا المرسوم بتحديد الطبيعة القانونية لهذا المركز وكذا مختلف المهام الموكلة إليه، وكان يسمى مركز التسهيل قبل أن تأتي المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 18-170 المؤرخ في 26 جوان 2018 ليصبح هيئة محلية ذات طابع خاص تعمل على تنفيذ ومتابعة أعمال الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار، ويتحول إسمه إلى مركز الدعم والاستشارة حسب ما ورد في نص المادة السابقة الذكر. ومن المهام المكلفة بها مراكز الدعم والاستشارة نذكر ما يلي: (معطوب & مشري, 2021)

- العمل على تطوير ونشر ثقافة المقاولاتية.
 - ضمان تسيير الملفات التي تحظى بمساعدات الصناديق المنشأة لدى وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة.
 - وضع شبك يتكيف مع الاحتياجات المطلوبة من طرف مؤسسي المؤسسات.
 - العمل على تقليص آجال إنشاء المؤسسات وتوسيعها واستردادها.
 - العمل على عصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ونشر ثقافة الابتكار بين أصحاب المشاريع الريادية وحملة الأفكار.
 - اقتراح أفكار ومشاريع للتطوير الجماعي أو للنظم البيئية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
 - تنفيذ البرامج والتعليقات المسطرة من طرف الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار.
 - دراسة وتحليل مختلف الاحتياجات التي تحتاجها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال، تنظيم لقاءات وندوات وتوجيه الدعوة لأصحاب المؤسسات وحاملي الأفكار والمشاريع الريادية القابلة للتجسيد.
 - تقديم الحلول والاقتراحات للمشاكل التي يواجهها أصحاب المؤسسات على جميع الأصعدة.
- نشير إلى أنه يوجد 35 مركز دعم واستشارة في الجزائر، موزع على 35 ولاية.

6.3.2.1 حاضنات الأعمال (Business Incubators)

تم الإشارة فيما سبق إلى أن هناك خلط في الجزائر بين حاضنات الأعمال من جهة، ومشاتل المؤسسات ومراكز الدعم والاستشارة من جهة أخرى، ويبدو هذا واضحا من خلال الدراسات التي تناولت موضوع حاضنات الأعمال، إذ أن اغلب هذه الدراسات تناولت مشاتل المؤسسات على أنها حاضنات أعمال (فرج, حمادي, موراد, & بوعكاز, 2022)، لكن المتمعن فيها يجد أن هناك فرق بينها، فمшатل المؤسسات ومراكز

الدعم والاستشارة هي هيئات عمومية (غير ربحية نسبياً) ذات طابع اقتصادي تعمل تحت غطاء الوكالة الوطنية لدعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار، والتي بدورها تعمل تحت سلطة وزارة الصناعة والمناجم، أما حاضنات الأعمال بجميع أنواعها، سواء العامة أو الخاصة فهي تعمل تحت سلطة وزارة المؤسسات المصغرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، وكان هذا واضحاً من خلال صدور المرسوم التنفيذي رقم 20-254 الذي استعمل لفظ "حاضنات الأعمال" في نصه (لمين & حساين, 2020). هذه الأخيرة ومنذ أن ظهرت كحقيبة وزارية مستقلة عن بقية الوزارات في التشكيلة الوزارية التي ظهرت عقب الانتخابات الرئاسية الأخيرة، عمدت إلى العمل على دعم المؤسسات الناشئة وحاملي المشاريع المبتكرة، وكذا دعم حاضنات الأعمال وتيسير وتسهيل طرق إنشاء حاضنات الأعمال، حيث عمدت إلى وضع لجنة وطنية مختصة في منح علامة حاضنة، وهذا بناء على ما ورد في المادتين 22 و 23 من المرسوم التنفيذي رقم 20-254 سالف الذكر، والذي يوضح طريقة وشروط الحصول على علامة مؤسسة حاضنة بعد دراسة الملف المقدم من طرف صاحب الطلب إلى اللجنة الوطنية المختصة، والتي تكون تحت رئاسة الوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة أو من ينوب عنه، والتي تتكون من الأعضاء التالية حسب ما ورد في نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي 20-254:

- ممثل عن الوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة؛
 - ممثل عن الوزير المكلف بالتعليم العالي والبحث العلمي؛
 - ممثل عن الوزير المكلف بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية؛
 - ممثل عن الوزير المكلف بالصناعة؛
 - ممثل عن الوزير المكلف بالفلاحة؛
 - ممثل عن الوزير المكلف بالصيد البحري والمنتجات الصيدية؛
 - ممثل عن الوزير المكلف بالرقمنة؛
 - ممثل عن الوزير المكلف بالانتقال الطاقوي والطاقات المتجددة؛
- فيما يخص الأعضاء السابق ذكرهم فإنهم يعينون بموجب قرار وزاري لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد، من قبل الوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة، بناء على اقتراح من الوزراء الذين يتبعونهم، ولا يمكن استخلافهم في حالة غيابهم، ولقد أكد المرسوم التنفيذي في طي المادة 04 منه على وجوب أن يتمتع ممثل كل وزير بتجربة مهنية كافية في قطاع الابتكار أو التكنولوجيا الجديدة" (سويفي, 2021).

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

وفي لقاءه الأخير مع الحكومة في أواخر جانفي 2023 أكد وزير اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة، أن عدد حاضنات الأعمال بمعناها الحديث في الجزائر، قد ارتفع من 14 حاضنة في سنة 2020 إلى 60 حاضنة بمختلف أنواعها وأصنافها منها الجامعية والخاصة والحكومية، ومن بين هذه الحاضنات نذكر على سبيل المثال لا الحصر الحاضنات التالية كما يوضحه الجدول رقم (7).

الجدول (7): توزيع حاضنات الأعمال في الجزائر.

| النوع | الولاية | اسم الحاضنة |
|----------|-----------|--|
| جامعية | واد سوف | حاضنة جامعة الواد |
| | قالمة | حاضنة جامعة قالمة |
| | المسيلة | حاضنة جامعة المسيلة |
| | بومرداس | حاضنة جامعة بومرداس |
| | قسنطينة | حاضنة جامعة قسنطينة |
| | العاصمة | حاضنة المدرسة الوطنية العليا للزراعة |
| | العاصمة | حاضنة التكنولوجيا بالمدرسة الوطنية متعددة التقنيات |
| خاصة | العاصمة | مركز البحث في التكنولوجيا الصناعية |
| | تبيازة | BLUEGREEN BUSINESS |
| | العاصمة | L'INCUBATEUR GROWUP IN ALGERIA |
| | البلدية | CREARENA |
| | توقورت | SMART CONSULTING AND TRAINING ACADEMY |
| | واد سوف | A SOUF T.T(SOUF BUSINESS BOOSTER) |
| | وهران | WESTINNOV INCUBE AND ACCELERATE BY IDENET OR ALGERIE |
| | وهران | MAKERS LAB |
| | العاصمة | TEC2HUB BY BRENCO |
| | العاصمة | SYLABS |
| | سطيف | SARL INCUBATE IT |
| | العاصمة | LENCUBATOR |
| | العاصمة | INCUBME |
| | سطيف | SETIF INNOVATION HUB |
| | تبسة | INNOEST COMPANY |
| العاصمة | CAPCOWRK | |
| تيزي وزو | COWORKART | |

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

| | |
|---------|--|
| العاصمة | ALGERIAN CENTER FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP |
| الأغواط | MZI |
| العاصمة | MAKTABEE SERVICES |
| سطيف | SCALY ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION HUB |
| عمومية | العاصمة ALGERIA VENTURE |
| | العاصمة الحظيرة التكنولوجية لسيدى عبد الله |

المصدر: بالاعتماد على: <https://startup.dz> تم الاطلاع في: 2 فيفري 2023.

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك 30 حاضنة أعمال مدرجة ضمن البوابة الوطنية للمؤسسات الناشئة، منها 2 عمومية مقرها الجزائر العاصمة، و 8 جامعية موزعة على ولايات: العاصمة، بومرداس، قالمة، المسيلة، قسنطينة وواد سوف، وهران، في حين أن 20 حاضنة المتبقية فكلها حاضنات خاصة موزعة كما يلي: سطيف، العاصمة، وهران، تيزي وزو، تيبازة، البليدة، الأغواط، قسنطينة، واد سوف، بشار، تبسة، توفورت. كما نشير أنه وحسب تصريح الوزير لا تزال هناك 30 حاضنة أخرى غير مدرجة ضمن المنصة إلى غاية كتابة هذه الأسطر، وهذا ما حال دون إمكانية إدراجها ضمن الجدول إلى غاية كتابة هذه الأسطر.

7.3.2.1 شركات رأس المال المخاطر

"إن بداية صناعة رأس المال المخاطر بالجزائر (بداية من التسعينيات) لم تكن تابعة لإطار تشريعي خاص بها، بل تم ممارستها دون أطر قانونية نظرا لعدم دراية المشرع الجزائري بضرورة وضع تنظيم خاص بها، ودامت هذه الوضعية إلى غاية منتصف سنة 2006، أين تم صدور القانون رقم 06-11 الصادر في 24 جوان 2006 الذي حدد شروط إنشاء ونشاط مؤسسات رأس المال الاستثماري وكيفية سيرها، مدرجا بذلك رأس المال المخاطر ضمن رأس المال الاستثماري" (الآغا & حشماوي، 2016). وقد عرف المشرع الجزائري شركات رأس المال الاستثماري من خلال القانون 06-11 بأنها: "الشركات التي تهدف إلى المشاركة في رأسمال المؤسسة الممولة، وفي كل عملية تتمثل في تقديم حصص من أموال خاصة أو شبه خاصة لمؤسسات في طور التأسيس أو النمو، أو التحويل أو الخصخصة". والملاحظ للتعريف السابق يجد أن المشرع الجزائري لم يحدد إطار خاص بشركات رأس المال المخاطر، وإنما أدرجه ضمن إطار نشاط رأس المال الاستثماري أما بالنسبة لعملية الرقابة على نشاط هذه الشركات، فهي تخضع لسلطة ضبط السوق المالي (cosob) وفقا للمرسوم رقم 93-10 الصادر في 23 ماي 1993 (طبيبي & لعمرى، 2021).

ومن أهم شركات رأس المال المخاطر الناشطة في الجزائر نذكر ما يلي: (زغدة، 2020)

- الشركة الجزائرية السعودية للاستثمار (ASICOM): تم إنجاز هذه الشركة بموجب بين الجزائر، والمملكة العربية السعودية بداية من سنة 2004، وتعتبر هذه الشركة هي الأولى من نوعها في الجزائر، وقد قدر رأس مالها بثمانية (8) مليارات دينار جزائري، حيث تم اقتسام هذا المبلغ مناصفة بين الطرفين المساهمين في رأس المال، يدير الشركة مجلس إدارة مكون من 6 أعضاء يضم 3 من كل دولة، يتمثل نشاطها الحالي في التمويل برأس المال المخاطر للشركات الناشئة، وكذا تقديم خدمات أخرى كالإيجار المالي ومنح القروض.

- مؤسسة فينالب (finalep): تأسست سنة 1999 من طرف أربع مساهمين وبنس مختلفة من المساهمة لكل طرف ويتمثل هؤلاء المساهمون في:

- بنك التنمية المحلية BDL

- القرض الشعبي الجزائري CPA

- الصندوق الفرنسي للتنمية CFD

- البنك الأوروبي للاستثمار BEI

ومن المهام الموكلة لهذه المؤسسة العمل على ترقية العملية الاستثمارية في الجزائر، وقد قدر رأس مالها الافتتاحي بما يعادل 159,750 مليون دينار جزائري، وتهدف إلى ترقية الشراكة الأوروبية الجزائرية، بالإضافة إلى المساهمة في إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة خاصة التي تمارس نشاطها في المجال الانتاجي.

- الشركة المالية للاستثمار المساهمة والتوظيف (SOFINANCE): تعتبر من المؤسسات ذات الأسهم هدفها العمل على تسهيل الاستثمارات والشراكات وتوظيف الأموال، تأسست هذه الشركة بتاريخ 04 أفريل من سنة 2000، حيث بلغ رأس مالها الاستثماري ما يقارب حوالي 5 مليار دينار جزائري، وانطلقت فعليا في ممارسة نشاطها بداية من 09 جانفي من سنة 2001 بعد حصولها على الاعتماد من طرف بنك الجزائر، وتعمل هذه الشركة في مجال الصناعات التحويلية للمنتجات الغذائية، وتخزين المنتجات الفلاحية ومواد التعليب، وصناعة الألبسة والخشب والثروات المنجمية.

- شركة الجزائر استثمار: هي مؤسسة ذات رأس مال قدر ب واحد مليار دينار جزائري، يستحوذ على رأس مالها بنكان عموميان هما: بنك الفلاحة والتنمية الريفية بنسبة 70%، وكذلك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بنسبة 30%، وقد تم اعتمادها وبداية نشاطها في 06 ماي 2010، وتعمل في مجال تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في مجال التكنولوجيا والاتصال.

- الصندوق المغربي لرأس المال الاستثماري (MPEF): ينشط الصندوق المغربي لرأس المال الاستثماري بثلاث (3) دول مغربية هي الجزائر، تونس والمغرب، ويتم تسييره بواسطة مجمع "تونانفست" (Tuninvest group)، وقد استهل نشاطه لأول مرة سنة 2000 بتونس من طرف المؤسسة المالية الدولية (International Financial Corporation)، ويهدف هذا الصندوق إلى الاستثمار في الأموال الخاصة للمؤسسات، والعمل على مرافقتها وتطويرها وإنجاحها، كما يعمل على تدعيم برنامج الخصوصية في الدول المغاربية خلال مرحلة تحول المؤسسات العمومية القائمة إلى مؤسسات خاصة، كما يلعب دور الوسيط بين المؤسسات الطالبة للتمويل والتي تكون على علاقة معه والمؤسسات المقرضة أو المقدمة للتمويل مثل البنوك العامة والخاصة والمؤسسات المالية المتخصصة في تقديم القروض. وقد باشر هذا الصندوق مهامه في الجزائر سنة 2001 بواسطة "أفريكاأنفست" (Africainveste) برأس مال قدره 5 مليار دينار جزائري، وقد قام بالاستثمار في حوالي 12 مؤسسة من أشهرها شركة التنمية الصناعية والتجارية (sodenco) وشركة المصبرات الجزائرية الجديدة (rouiba NCA)، وغيرهم من الشركات الأخرى.

8.3.2.1. الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة

ظهر هذا الصندوق بعد انشاء الوزارة المكلفة باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، حيث تم وضع إطار قانوني يسمح بتحديد الوضعية القانونية للمؤسسات الناشئة والميزات الممنوحة لها، ومن بين هذه الميزات الداعمة للمؤسسات الناشئة ظهر صندوق تمويل المؤسسات الناشئة بموجب المادة 131 من قانون المالية لسنة 2020 في 03-10-2020 خلال المؤتمر الوطني للمؤسسات الناشئة الذي تم تنظيمه بالمركز الدولي للمؤتمرات بالجزائر العاصمة. أما فيما يخص آلية عمل هذا الصندوق فهو يعمل وفق آلية قائمة على الاستثمار في رؤوس الأموال وليس على الطرق التقليدية التي كانت تعتمد عليها أغلب أجهزة دعم ومرافقة المؤسسات من قبل، وبالتالي يمكن القول أن آلية عمل الصندوق تشبه إلى حد كبير آلية عمل شركات رأس المال المخاطر، فهو يقوم بتمويل المؤسسات مع تقاسم الأرباح والمخاطر دون المطالبة بتقديم ضمانات عينية ليست بحوزتهم، فهو يدخل كشريك أكثر منه كمقرض أو ممول. ومن الشروط الأساسية للحصول على هذا التمويل من الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة، يجب أن تكون المؤسسة حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة كما أن الصندوق يمنح تمويل للمؤسسات الناشئة على عدة مستويات ومراحل عمرية بداية من مرحلة النشأة بمبلغ يصل حتى خمسة (5) مليون دينار جزائري، وتمويل المؤسسات القائمة بمبلغ يصل إلى

20 مليون دينار جزائري، وتمويل المؤسسات الناشئة أو التي حققت نمو معين بمبلغ يصل إلى 150 مليون دينار جزائري (عرب & صديقي، 2021).

تعتبر الهيئات السابقة الذكر من أهم هيئات وأجهزة دعم ومرافقة المؤسسات بصفة عامة في الجزائر، والمؤسسات الناشئة بصفة خاصة، وقد حاولت هذه الدراسة الإمام بمختلف هذه الهيئات والتطرق إلى آلية عمل كل واحدة منها على حدى. وبالإضافة إلى هذه الأجهزة هناك العديد من الطرق والآليات الأخرى التي يمكن لحاملي المشاريع الناشئة الاستعانة بها من أجل تمويل مشاريعهم، مثل آليات التمويل التقليدية على غرار البنوك العمومية، وإن كانت هذه الآلية غير متاحة لجميع حاملي المشاريع والأفكار الريادية بسبب الشروط التعجيزية التي تكون كعائق أمام هذه الفئة التي غالبا ما تكون من أصحاب الدخل المحدود إن لم نقل المنعدم خاصة الطلبة الجامعيين منهم، كذلك البنوك الإسلامية أو المصارف الإسلامية التي تقوم بعرض العديد من الصيغ تمويلية القائمة على احترام مبادئ وقواعد الدين الإسلامي، كما تأخذ بعين الاعتبار رغبات العملاء، ولذلك فهي توفر العديد من صيغ التمويل منها ما هو قائم على المشاركة أو المرابحة أو المضاربة أو الاستصناع (قلوش، سحنون، & قازي، 2022).

كذلك من الطرق الحديثة لدعم وتمويل المؤسسات الناشئة والتي عرفت رواجاً خاصة في الدول المتقدمة والتي قطعت أشواط كبيرة في مجال المقاولاتية بصفة عامة والمؤسسات الناشئة بصفة خاصة هو ما يعرف بالتمويل الملائكي (Angel financing) أو ملائكة الأعمال (Business Angels)، ويمثل ملائكة الأعمال المستثمرين ورجال المال والأعمال من القطاع الخاص الذين اكتسبوا ثروة وخبرة أثناء عملهم من قبل، وهم على استعداد تام من أجل الاستثمار في مشاريع جديدة لمساعدة رواد الأعمال الشباب في تجسيد مشاريعهم وتحقيق الربح في نفس الوقت (Ramadani, 2009)، ويتطلب وجود هذا النوع من الدعم في الجزائر انتشار واسع لثقافة الاستثمار وثقافة المقاولاتية بين أوساط رجال المال والأعمال.

تجدر الإشارة إلى أنا موضوع المؤسسات الناشئة يعتبر من المواضيع الحديثة جدا سواء في الميدان بين أوساط المستثمرين ورواد الأعمال وصناع السياسات الاقتصادية وأصحاب القرار، وحتى أكاديميا بين مختلف الباحثين والمهتمين بمجال المؤسسات الناشئة، حيث أن أول كلام حقيقي عن الموضوع كان في بداية 2020 مع تعيين الحكومة الجديدة بعد الانتخابات الرئاسية التي كانت في 12 ديسمبر 2019، كما أن القاعدة القانونية المتعلقة بالمؤسسات الناشئة وهياكلها الداعمة لا تزال غير مستقرة وثابتة، حيث تظهر كل يوم قوانين ومراسيم متعلقة بهذا الموضوع، ومن بين آخر المستجدات في المجال ظهور القرار الوزاري

1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 الذي جاء في إطار تجسيد سياسة قطاع التعليم العالي والبحث العلمي الساعية إلى تهيئة الأعمال والمشاريع الناشئة المنجزة من طرف الطلبة أثناء مسارهم التكويني عند إعدادهم لمذكرة التخرج في طور الماستر أو مهندس أو أطروحة دكتوراه وذلك في إطار آلية شهادة مؤسسة ناشئة أو شهادة براءة اختراع من خلال الولوج إلى منصة ابتكار المخصصة للطلبة المبتكرين وأصحاب المشاريع الابتكارية.

كما أن الاحصائيات الكاملة المتعلقة بالمؤسسات الناشئة في الجزائر لا تزال غير واضحة المعالم، حيث أنه وإلى غاية كتابة هذه الأسطر لا توجد هناك احصائيات واضحة حول عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر، باستثناء تلك الاحصائيات حول عدد الحاضنات وتصنيفاتها والمتوفر على المنصة التي خصصتها الوزارة المكلفة بالمؤسسات الناشئة وحاضنات الأعمال ([/https://startup.dz](https://startup.dz)).

3.1.1. نجاح المؤسسات الناشئة

سيتم من خلال هذا العنصر التطرق إلى مفهوم النجاح في المؤسسات الناشئة أو في المؤسسات بصفة عامة، ثم سيتم استعراض أهم العوامل التي يمكن أن تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة ومحاولة تبويب هذه العوامل وتصنيفها، وهذا من خلال القيام بقراءة في الدراسات السابقة التي تناولت موضوع النجاح في المؤسسات بصفة عامة، ليتم في الأخير الخروج بنموذج عام للعوامل التي تؤثر بشكل أو بآخر في نجاح المؤسسات الناشئة.

1.3.1. تعريف النجاح في المؤسسات الناشئة

ولادة المؤسسة هو أول نجاح بالنسبة لها (Van Gelderen et al., 2006) وإذا رجعنا إلى قبل هذا فإن أول نجاح للمؤسسة الناشئة هو أن تكون للشخص النية في إنشاء مؤسسة ناشئة حيث وحسب الدراسة التي قام بها (Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010) فإن وجود النية لإنشاء مؤسسة في المستقبل يرفع من فرص نجاحها واستمراريتها. إن المؤسسة الناشئة وكغيرها من المؤسسات تعيش في محيط يتميز بالضبابية والمخاطرة وعدم اليقين تربطها علاقات مختلفة مع أطراف كثيرة، حيث أن أصحابها يبذلون جهدا كبيرا من أجل الخروج بمنتجات وخدمات ترقى إلى المستوى المطلوب (Janáková, 2015)، وبالتالي فإن نجاح المؤسسة الناشئة يرتبط إلى حد كبير بمحيطها الخارجي (Giudici, Guerini, & Rossi, 2019)، بالإضافة إلى مؤثرات أخرى قد تتعلق بالمؤسسة في حد ذاتها ومختلف التوجهات والاستراتيجيات المتبعة، أو بصاحب المؤسسة، وخصائصه ومميزاته الشخصية.

إن عملية قياس وتحديد مدى نجاح المؤسسة تعتبر جد صعبة حيث أنها تتميز بالنسبية وعدم الدقة (Luc & Phung, 2020)، فما يراه شخص معين نجاح قد يعتبره الطرف الآخر ليس كذلك وهذا يتعلق عموماً بتوجهات صاحب المؤسسة وميولاته الشخصية. وحتى من الناحية الأكاديمية فقد كان هناك تضارب بين مختلف الدراسات والباحثين فيما يخص تحديد مفهوم نجاح المؤسسات بصفة عامة، كما أن النجاح يختلف حسب وجهة نظر أصحاب المصلحة داخل المؤسسة، فمثلاً من وجه نظر المستثمرين وأصحاب رؤوس الأموال، فإن النجاح يعرف على أنه مدى قدرة المؤسسة على تحقيق الأرباح (Santisteban & Mauricio, 2017)، فطالما المؤسسة التي استثمر فيها أمواله تمكنه من تحقيق عائد عن استثماراته فهي في نظره ناجحة. أو يمكن تعريفه أيضاً على أنه مدى قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف المسطرة مسبقاً (Vu, Bui, & Pham, 2012)، من أكثر المؤشرات أيضاً التي تستخدم في تعريف النجاح أيضاً هو مؤشر الاستمرارية، حيث أنه إذا كنت لا تزال موجود فأنت ناجح وإذا اختفيت فأنت بهذا تكون قد فشلت (Preisendörfer, Bitz, & Bezuidenhout, 2012). في حين ذهبت بعض الدراسات إلى تعريف النجاح على أنه مدى رضى الشخص صاحب المؤسسة أو المقاول عن عمله، وهذا المعيار يعرف بمعيار التقييم الذاتي وبالتالي فهو يختلف من طرف إلى آخر (Preisendörfer et al., 2012)، فقد يكون الهدف من إنشاء المؤسسة هو هدف مالي، وقد يكون هدف غير مالي (Luc & Phung, 2020)، أيضاً تم تعريفه على أنه مدى قدرة المؤسسة على توليد مناصب العمل، أو مدى رضى العملاء على السلع والخدمات الذي تقدمها المؤسسة لهم، يمكن تعريفه أيضاً بالاعتماد على مدى استخدام المؤسسة للتكنولوجيا الحديثة وشبكة الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي عند القيام بمختلف الأنشطة والوظائف داخل المؤسسة (D. M. H. Kee, Yusoff, & Khin, 2019). إذا فتعريف نجاح المؤسسات الناشئة لا يخضع لمعيار أو مؤشر معين وإنما هي مجموعة من المعايير تكون مجتمعة في المؤسسة لتحقق البقاء والاستمرارية حيث أنه طالما أن المؤسسة موجودة ومستمرة في المنافسة، فهي ناجحة وإذا خرجت من المنافسة فهي فاشلة (Preisendörfer et al., 2012). يوضح الجدول الموالي أهم التعريفات المقدمة لنجاح المؤسسات بصفة عامة.

الجدول (8): تعريف النجاح في المؤسسات.

| المرجع | تعريف نجاح المؤسسات |
|--------------------------------|--|
| (Santisteban & Mauricio, 2017) | النجاح هو مدى قدرة المؤسسة على تحقيق الأرباح. |
| (March-Chordà, 2004) | يعرف النجاح على أنه مدى قدرة المؤسسة على استحداث مناصب عمل جديدة. |
| (Vu et al., 2012) | هو مدى قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف المسطرة في البداية، مع وجود فعالية كبيرة في التسيير. |
| (Hyder & Lussier, 2016) | مدى قدرة المؤسسة على تطوير منتجات و / أو خدمات عالية الجودة تساعد في تلبية الاحتياجات وتحسين حياة الناس. |
| (Kim & Heshmati, 2010) | مدى قدرة المؤسسة على الرفع من الحصة السوقية وعدد العملاء. |
| (Preisendörfer et al., 2012) | النجاح هو مدى قدرة المؤسسة على الاستمرارية في ممارسة نشاطها. |
| (Luc & Phung, 2020) | يعرف النجاح بأنه مقياس للأداء يحدث عندما تخلق المؤسسات قيمة لعملائها بطريقة مستدامة وفعالة من حيث التكلفة. |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدراسات السابقة المذكورة في الجدول.

2.3.1. العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة

إن المؤسسة الناشئة وكغيرها من المؤسسات الأخرى تنشط ضمن بيئة خاصة بها، حيث تربطها العديد من العلاقات مع العديد من الأطراف الخارجية. وقد أشارت الكثير من الدراسات إلى أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر في نجاح المؤسسات الناشئة والمؤسسات بصفة عامة خاصة ما تعلق منها ببيئة المؤسسة (Santisteban & Mauricio, 2017). لكن العوامل البيئية ليست وحدها هي المؤثرة في نجاح المؤسسات الناشئة، بل هناك عوامل أخرى. وعلى الرغم من أن تصنيف هذه العوامل كان محل خلاف بين مختلف الباحثين إلا أن جوهرها كان واحداً، فهناك من قسم هذه العوامل إلى عوامل داخلية وأخرى خارجية (Strielkowski, 2012)، وهناك من صنفها إلى عوامل مالية وعوامل غير مالية (Purves, Niblock, & Sloan, 2015)، في حين ذهب البعض إلى تصنيفها إلى عوامل بيئية: أي متعلقة بالمحيط الخارجي للمؤسسة وعلاقتها مع مختلف الأطراف الفاعلة في المجال، عوامل شخصية: متعلقة بشخصية المقاول وصاحب المؤسسة الناشئة، وعوامل مؤسسية: متعلقة بالمؤسسة في حد ذاتها ككيان مستقل وشخصية معنوية مستقلة عن الأطراف المالكة أو المؤسسة لها (Santisteban & Mauricio, 2017). كل تلك

العوامل السابقة الذكر إذا ما اجتمعت في مؤسسة واحدة فلا شك أنها سوف تؤثر بشكل كبير في نجاحها. وفيما يلي سيتم استعراض هذه العوامل بشيء من التفصيل.

1.2.3.1. العوامل الشخصية

هي العوامل المتعلقة بشخص المقاول أو صاحب المؤسسة بصفة عامة (Díaz-Santamaría & Bulchand-Gidumal, 2021)، حيث أن أي مقاول لديه خصائص مميزة تميزه عن غيره من الأفراد، هذه الخصائص تساهم بشكل كبير في نجاح المؤسسة واستمراريتها، ومن أهم هذه الخصائص نذكر:

- **الخبرة:** ونقصد بها هنا الخبرة على مستوى العمل المقاولاتي، أي إذا ما كان للشخص تجارب سابقة

في مجال المؤسسات الناشئة والمجال المقاولاتي (Gelderen, Thurik, & Bosma, 2005)،

حيث أن الفرد الذي لديه سابقة، بالتأكيد ستكون له تجربة عامة في المجال وهذا يعني زيادة فرص

أو احتمالية نجاح المؤسسة الناشئة. كذلك الخبرة في مجال الإدارة بصفة عامة، كأن يكون صاحب

المؤسسة قد سبق له وأن شغل مناصب إدارية في مؤسسات أخرى، سواء كانت عامة أو خاصة،

حيث من شأنها أن تكسبه مهارات في مجال الإدارة وهذه الأخيرة تعتبر من العوامل ذات التأثير على

نجاح الأعمال أو الأنشطة المقاولاتية (Agbim, 2013).

- **المهارة:** وتعني هنا مدى امتلاك الشخص المقاول وصاحب المؤسسة لمهارات معينة في مجالات

مختلفة، مثل المهارة في التسويق أو الإدارة أو المحاسبة (Zahra, Nouri, & Imanipour, 2014)،

أو غيرها من المجالات الأخرى التي تساهم بشكل مباشر في التأثير على أداء المؤسسة

الناشئة وبالتالي نجاحها واستمراريتها.

- **العمر:** ونقصد هنا عمر المقاول (Mas-Tur, Pinazo, Tur-Porcar, & Sánchez, 2015)،

حيث يشير العمر إلى الخبرة، أي أنه كلما كان المقاول أكبر عمرا كلما كان

أكثر خبرة وريانة، وكلما كانت قدرته على اتخاذ القرارات السليمة أكبر (Kautonen, 2008)،

وبالتالي زيادة فرص النجاح.

- **نوع الجنس:** أي نوع جنس المقاول إذا ما كان ذكر أو أنثى (Mas-Tur et al., 2015)، حيث

أثبتت الدراسات أنه لنوع الجنس تأثير على نجاح المؤسسات الناشئة واستمراريتها، إذ أن الخصائص

التي تميز الذكر تختلف عن الخصائص التي تميز الأنثى وبالتالي فإن احتمالية نجاح المؤسسة

المملوكة للذكر مثلا تختلف عن فرص نجاح المؤسسة المملوكة للأنثى (Bird & Sapp, 2004).

- **المؤهل العلمي:** أي المستوى الدراسي للشخص المقاول وصاحب المؤسسة الناشئة (Gelderen et al., 2005)، أو مدى امتلاكه لشهادات في مجال المؤسسات الناشئة والمقاولاتية، كذلك مدى حصوله على شهادات تدريب من الهيئات المتخصصة في مجال المقاولاتية وتسيير المؤسسات والتسويق وغيرها من المجالات المؤثرة بشكل مباشر في نجاح المؤسسات الناشئة.

2.2.3.1. عوامل متعلقة بالمؤسسة (عوامل مؤسسية)

هي مجموع العوامل المتعلقة بالمؤسسة في حد ذاتها وخصائصها ومميزاتها (Díaz-Santamaría & Bulchand-Gidumal, 2021)، حيث أنه ولا شك أن كل مؤسسة تختلف عن المؤسسات الأخرى في العديد من الميزات والخصائص، فما تمتلكه مؤسسة قد تعجز عن امتلاكه مؤسسة أخرى، كما أن الاستراتيجيات والتوجه المقاولاتي يختلف من مؤسسة إلى أخرى، فكل مؤسسة تتبنى استراتيجية تختلف عن نظيراتها من المؤسسة الأخرى، ومن أهم هذه العوامل نذكر ما يلي:

- **حجم المؤسسة:** حيث أنه كلما زاد حجم المؤسسة كلما زادت فرص النجاح، إذ أن زيادة الحجم مرتبطة بزيادة عدد العمال، وكلما كان عدد العمال كبير ومتنوع كلما كانت المهارة والكفاءة داخل المؤسسة أكبر، كما أن المؤسسات ذات الحجم الكبير تعتبر مؤسسة ناجحة إذ أنها تمكنت من زيادة عدد العمال كما أشار إليه (Aminova & Marchi, 2021).

- **عمر المؤسسة:** كذلك عمر المؤسسة من المعايير التي تدل على نجاحها (Song, Podoyrnitsyna, Van Der Bij, & Halman, 2008)، حيث كلما كانت مدة حياة الشركة أكبر كلما كانت خبرتها في مجال الصناعة أكبر وبالتالي زيادة فرص النجاح والاستمرارية.

- **الابتكار:** وهو مدى قدرة المؤسسة الناشئة على تقديم منتجات وخدمات ذات درجات عالية من الابتكار تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى، أو هو أي فكرة أو ممارسة أو شيء ينظر إليه على أنه جديد من قبل المؤسسة التي تتبناه (Aminova & Marchi, 2021)، وتعتبر القدرة على الابتكار من أبعاد التوجه المقاولاتي (Martens, Machado, Martens, & de Freitas, 2018) التي تميز مؤسسة معينة عن مؤسسة أخرى، وبالتالي فإن الابتكار من العوامل ذات التأثير العالي على نجاح المؤسسة الناشئة.

- **المخاطرة:** وتعني المخاطرة مدى قدرة المؤسسة على الدخول في أعمال أو استثمارات أو مشاريع ذات درجة عالية من المخاطرة وعدم اليقين مع احتمال تحقيق عوائد كبيرة (Lomberg, Urbig, Stöckmann, Marino, & Dickson, 2017)، والمخاطرة أيضا عنصر من عناصر التوجه

المقاولاتي التي تتميز بها بعض المؤسسات عن بقية المؤسسات الأخرى (Martens et al., 2018)، والقاعدة المتعارف عليها دائما أنه كلما زادت المخاطرة زادت فرصة تحقيق أرباح كبيرة، وتحقيق الأرباح يعني بالضرورة الاستمرارية والاستمرارية تعني النجاح.

- **التوجه التسويقي:** هي فلسفة الشركة التي تركز على دراسة واكتشاف رغبات العملاء ومحاولة تلبيةها (Avlonitis & Gounaris, 1999)، وهذه الخطوة تسمح للمؤسسة باكتساب ميزة تنافسية تميزها عن بقية المؤسسات الأخرى، كما أن التوجه التسويقي يؤثر على أداء المؤسسات الناشئة وهذا حسب ما توصل إليه (Avlonitis & Gounaris, 1997).

- **التكاليف:** أي مدى قدرة المؤسسة على التحكم في تكاليفها وتدنيها قدر المستطاع، وهذا العنصر أيضا من العناصر التي تكسب المؤسسة ميزة تنافسية تميزها عن بقية المؤسسات الأخرى، ولا شك أنها أيضا من العوامل ذات التأثير الواسع على نجاح المؤسسة الناشئة واستمراريتها ونموها (Song et al., 2008).

- **مخطط الأعمال:** وثيقة تتضمن الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها، والاستراتيجيات المتبعة، فهو عبارة عن مخطط للأعمال الحالية والمستقبلية للمؤسسة، فهو يعكس صلابة دراسة الجدوى للمؤسسة سواء قبل نشأتها أو في مرحلة نشاطها، وهو من العوامل ذات التأثير الواسع على مشاريع الأعمال خاصة الجديدة منها وهذا حسب الدراسة التي قام بها كل من (Dalal, 2017).

- **المحل:** أو المقر أو الموقع الجغرافي للمؤسسة، حيث أن المؤسسة التي توجد في موقع استراتيجي قريب من العملاء والموردين، ويتوفر على جميع المرافق الضرورية لسيرورة مختلف الأنشطة التي تمارسها المؤسسة، سيؤثر هذا بالتأكيد على فرص نجاح المؤسسة بصفة عامة (Santisteban & Mauricio, 2017).

3.2.3.1 العوامل المتعلقة بالمحيط الخارجي للمؤسسة (عوامل خارجية)

المحيط الخارجي للمؤسسة الناشئة يمثل ذلك الوسط الذي تنشط فيه المؤسسة مع غيرها من المؤسسات الأخرى (Song et al., 2008)، حيث أن المحيط الخارجي من العوامل ذات التأثير الواسع على جميع المؤسسات الناشئة وحتى غير الناشئة (Silva et al., 2016). وعموما فإن المحيط الخارجي لا يخضع إلى سيطرة المؤسسة بصفة عامة، وإنما هو من العناصر التي لا يمكن للمؤسسة التحكم فيه بل تتعايش معه فقط. لقد شكلت العلاقة بين المحيط الخارجي للمؤسسة أو العوامل الخارجية ونجاح المؤسسات محور رئيسي للعديد من الدراسات (Matović, 2020). والعناصر التي تشكل المحيط الخارجي للمؤسسة

تتمثل غالبا في المنافسين، المؤسسات العمومية ذات العلاقة المباشرة مع المؤسسة الناشئة، مثل الضرائب والضمان الاجتماعي، كذلك المؤسسات المالية سواء العامة أو الخاصة، تقليدية كانت مثل البنوك (Fauzi, 2022)، أو خاصة مثل شركات رأس المال المخاطر (Santisteban & Mauricio, 2017)، بالإضافة إلى هيئات الدعم والمراقبة سواء كانت عامة أو خاصة مثل الحاضنات ومسرعات الأعمال (Díaz-Santamaría & Bulchand-2021)، وغيرها من أجهزة الدعم والمراقبة التي تختلف من دولة إلى أخرى مثل ما هو الحال في الجزائر، كذلك المؤسسات الجامعية ممثلة في حاضنات الأعمال الجامعية، وعموما يمكن تقسيم العوامل التي تؤثر في نجاح المؤسسات الناشئة والمصنفة ضمن العوامل الخارجية إلى ما يلي:

- **الدعم:** ويتمثل في مختلف المساعدات التي تحصل عليها المؤسسة، سواء كانت مساعدات مالية (دعم مالي أو مادي) ، ممثلة في مختلف المساعدات المالية التي تحصل عليها المؤسسة الناشئة في مرحلة التأسيس أو النشأة، وكذلك المساعدات المالية التي تحصل عليها المؤسسة الناشئة بعد التأسيس من أجل تمويل عملياتها أو من أجل التوسع في استثماراتها ونشاطاتها، أو مساعدات غير مالية (دعم غير مالي أو غير مادي) مثل المساعدة في الحصول على الاستشارات القانونية والمالية، وكذلك التسهيلات الإدارية، والمساعدات السوقية والمتمثلة في دراسة السوق وتحليله، وأيضا المساعدة في عملية الترويج للمنتج والاشهار والاعلان في مختلف الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى المساعدات في مجال التكنولوجيا والابتكار، وتسهيل حضور المؤسسة لمختلف الندوات والملتقيات المتعلقة بمجال المقاولاتية وتطوير المؤسسات الناشئة، ومساعدتها على الاحتكاك بمختلف العناصر والهيئات المكونة للمحيط الخارجي للمؤسسة (Pompa, 2013) (Heydebreck et al., 2000)، وكما تم الإشارة إليه فإن المؤسسة الناشئة تحصل على الدعم بنوعيه (المالي وغير المالي)، من الهيئات المتخصصة في هذا المجال سواء كانت عمومية والتي أسستها الحكومة من أجل دعم وتطوير مجال المقاولاتية والمؤسسات الناشئة، أو حاضنات الأعمال أو مسرعات الأعمال التي يمكن أيضا أن تكون عمومية أو خاصة، كذلك الجامعة ممثلة في الحاضنات الجامعية، ولا بد من الإشارة أيضا إلى أن نظام الدعم يختلف من دولة إلى أخرى.

- **المنافسة:** المنافسون يمثلون مختلف المؤسسات التي تنشط في نفس الصناعة التي تنشط فيها المؤسسة الناشئة، وقد يكون المنافسون موجودين حاليا في الصناعة، أو يمكن أن يدخلوا إلى الصناعة في المستقبل، فالمنافسون يعتبرون بمثابة العناصر التابعة للمحيط الخارجي للمؤسسة والتي

لها تأثير مباشر على المؤسسة، خاصة من جانب الصعوبة في دخول الأسواق (Hashai & Markovich, 2017).

- **السوق:** السوق هو المكان الذي يلتقي فيه البائعون للسلع والخدمات والمشترون لها، وقد يكون السوق عبارة عن حيز مكاني محدد جغرافياً أو قد يكون عبر منصات ووسائط التواصل الاجتماعي، كما قد يكون سوق محلي أو سوق خارجي، ومهما كان فهو من العناصر ذات التأثير الفعال على نجاح المؤسسات بصفة عامة، والمؤسسة التي تتحكم فيه من خلال دراسته وتحليله قبل دخوله واقتحامه بالتأكد ستخلق لنفسها فرص للنجاح والاستمرار. فالسوق يمكن أن يكون ديناميكي ولديه مستويات عالية من التغيير من سنة لأخرى، وكذلك مدى انفتاح السوق وحرية دخول وخروج المؤسسات (Okrah, Nepp, & Agbozo, 2018).

- **العوامل الاقتصادية الكلية:** مثل السياسة المالية والنقدية والتي تعتبر من الأدوات التي تستعين بهما الحكومة، لتحقيق الأهداف الاقتصادية الكلية، من خلال الاستعمال الجيد لأدواتها من قبل السلطات المالية والنقدية، وكذلك القوانين والتشريعات الحكومية، (Khan, Salamzadeh, Shah, & Hussain, 2021) (Luc & Phung, 2020) (Okrah et al., 2018). فالمؤسسة الناشئة تعتبر جزء لا يتجزأ من المنظومة الاقتصادية لأي حكومة، وبالتالي فإن أي تغيير من طرف الجهات المسؤولة عن وضع وبلورة السياسات المالية والنقدية سيكون له انعكاسات ملموسة على مختلف المكونات الرئيسية للمنظومة الاقتصادية سواء بالسلب أو بالإيجاب.

هذا التصنيف الذي تم اعتماده في هذه الدراسة، هو التصنيف الأكثر اعتماداً من طرف الباحثين، لكن هذا لا ينفي وجود تصنيفات أخرى للعوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة، والمؤسسات بصفة بعامة، وتجدر الإشارة إلى أنه ومهما كانت المؤسسة سواء ناشئة أو غير ذلك، كبيرة أو صغيرة فإنها تتأثر إلى حد كبير بهذه العوامل السابقة الذكر، ولذلك إذا ما أرادت أي مؤسسة التفوق والنجاح في مجال صناعتها والحفاظ على استمراريتها وتواجدها في السوق، لا بد لها من محاولة التكيف مع العوامل الخارجية، وكذلك اكتساب المهارات المتعلقة بالعوامل الداخلية الخاصة بالفرد والمؤسسة، وجعلها نقطة قوة في صالحها بدلاً من أن تكون نقطة ضعف في صالح الأطراف المنافسة لها ولمزيد من التبسيط، تم استعراض الجدول رقم (9) والشكل رقم (9).

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

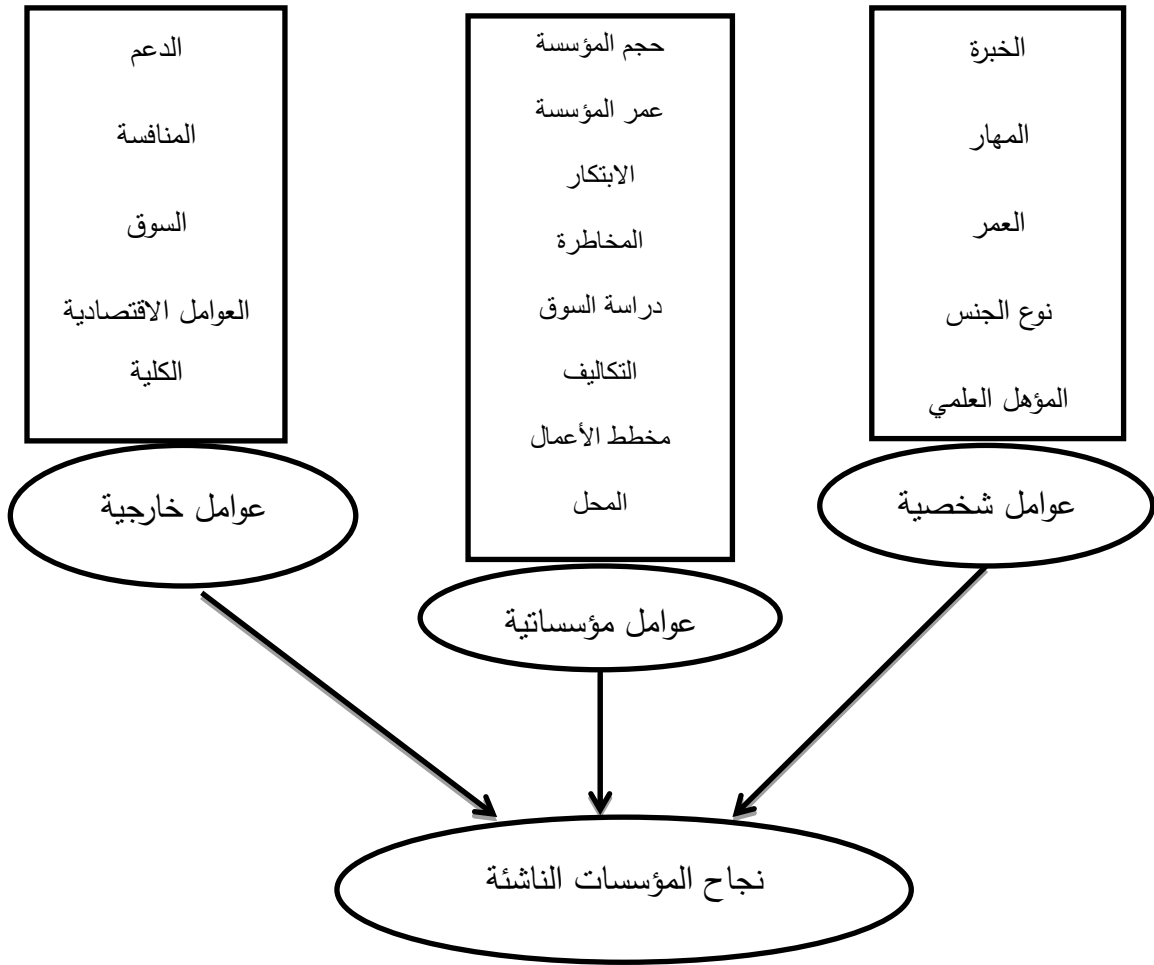
الجدول رقم (9): يوضح العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة حسب الصنف.

| المرجع | العامل | الفئة |
|--|---------------------------|---|
| (Agbim, 2013) | الخبرة | العوامل الشخصية (التي تتعلق بشخصية المقاول أو صاحب المؤسسة) |
| (Zahra et al., 2014) | المهارة | |
| Santisteban & Mauricio,) (2017 | العمر | |
| (Bird & Sapp, 2004) | نوع الجنس | |
| (Gelderen et al., 2005) | المؤهل العلمي | العوامل المتعلقة بالمؤسسة (عوامل مؤسسية) |
| Aminova & Marchi,) (2021 | حجم المؤسسة | |
| (Song et al., 2008) | عمر المؤسسة | |
| Marullo, Casprini, Di) (Minin, & Piccaluga, 2018 | الابتكار | |
| Daradkeh & Mansoor,) (2023 | المخاطرة | |
| Avlonitis & Gounaris,) (1997 | التوجه التسويقي | |
| (Song et al., 2008) | التكاليف | |
| (Dalal, 2017) | مخطط الأعمال | |
| Santisteban & Mauricio,) (2017 | المحل | |
| Heydebreck et al.,) (2000 | الدعم | |
| Hashai & Markovich,) (2017 | المنافسة | |
| (Okrah et al., 2018) | السوق | |
| (Okrah et al., 2018) | العوامل الاقتصادية الكلية | |

المصدر: بالاعتماد على الدراسات السابقة المذكورة في الجدول.

بالاعتماد على الجدول رقم (9) الذي يلخص مختلف العوامل الداخلية والخارجية والمؤسسية التي تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة ونموها واستمراريتها، تم وضع أو اقتراح النموذج الموضح في الشكل (9)، ويعتبر هذا النموذج كنموذج أو مساعد لبناء النموذج النهائي الخاص بهذه الدراسة.

الشكل (9): نموذج يلخص العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة.



المصدر: بالاعتماد على الجدول (9).

يوضح النموذج الأخير أهم العوامل التي تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة، والتي تم وضعها وتصنيفها وتبويبها بالاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت نجاح المؤسسات الناشئة، أو المؤسسات بصفة عامة، كما أن النموذج السابق يتقاطع مع نموذج هذه الدراسة في عدة نقاط، حيث أن هذه الدراسة تتناول دور أجهزة الدعم والمراقبة في نجاح المؤسسات الناشئة، حيث تتضمن متغير الدعم والمراقبة كمتغير مستقل، ونجاح المؤسسات الناشئة كمتغير تابع، وكما تم الإشارة إليه في السابق فإن الدعم من العوامل المؤثرة على نجاح المؤسسات الناشئة، والتي تم تصنيفها ضمن العوامل الخارجية أو البيئية، كما تم إدراج أيضا متغيرات أخرى وسيطية ومعدلة، متمثلة في التوجه المقاولاتي والميزة التنافسية، وهما أيضا يمكن تصنيفهما حسب النموذج السابق ضمن العوامل المتعلقة بالمؤسسة (عوامل مؤسسية). وبالتالي فإن المتغيرات المدرجة ضمن هذه الدراسة تضمنت صنفين من العوامل التي تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة، وهي: المتغيرات البيئية أو الخارجية، وكذلك المتغيرات المؤسسية والتي تتعلق بالمؤسسة في حد ذاتها.

2. بناء الفرضيات

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور الدعم والمرافقة في نجاح المؤسسات الناشئة. وكما هو معلوم فإن الدعم الذي تحتاجه أي مؤسسة سواء كانت ناشئة أو غير ناشئة يتم تقسيمه إلى عدة أصناف مختلفة، حيث قد يكون الدعم مالي أو غير مالي، أو قد يكون الدعم تكنولوجي، تسويقي وإداري. في هذه الدراسة تم اعتماد تقسيم الدعم المالي والدعم غير المالي، كمتغيرين مستقلين، أما نجاح المؤسسات الناشئة فتم اعتباره كمتغير تابع، باعتباره محور هذه الدراسة، كما تم الاستعانة بمتغيرات أخرى تلعب دور الوسيطة والمعدلة، حيث تم إدراج متغير التوجه المقاولاتي كمتغير معدل بين الدعم (بنوعيه المالي وغير المالي) ونجاح المؤسسات الناشئة، في حين تم اعتماد متغير الميزة التنافسية كمتغير وسيط بين الدعم المالي وغير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى.

1.2. العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة

تعتبر عملية تمويل المؤسسات الناشئة من أهم المشكلات التي يركز عليها الباحثون في مجال المؤسسات الناشئة (Cassar, 2004)، وقد تم الإشارة سابقا إلى أن المؤسسات الناشئة تواجه العديد من التحديات في الحصول على التمويل نظرا إلى أنها تتميز بارتفاع درجة المخاطرة وعدم اليقين، خاصة في المراحل الأولى من ولادتها وقبل ولادتها بقليل. حيث تواجه المؤسسة في هذه المرحلة صعوبات كبيرة ونجاحها مرتبط بالعديد من المتغيرات من بينها المحيط المالي للمؤسسة (Geldereren et al., 2005). هناك أنواع مختلفة من خيارات التمويل المتاحة للمؤسسات الناشئة خلال المراحل المختلفة لدورة حياتها، نظرا لأن نوع التمويل يختلف حسب المرحلة العمرية للمؤسسة (Tariq, 2013). وتعتبر البدائل التمويلية للمؤسسات الناشئة في بداياتها جد محدودة تتمثل أساسا في الدعم المالي الذي تحصل عليه من مؤسسات الدعم المتخصصة في مثل هكذا نوع من المؤسسات مثل: حاضنات الأعمال وملائكة الأعمال، وشركات رأس المال المخاطر، والدعم الحكومي (Klačmer Čalopa, Horvat, & Lalić, 2014). إن توفر الدعم المالي للمؤسسات المقاولاتية سواء كانت ناشئة أو غير ذلك يساهم بشكل كبير في تحسين أدائها (Yusoff et al., 2021) وبالتالي نجاحها واستمراريتها.

هناك الكثير من الدراسات والبحوث التي تناولت العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات بصفة عامة، أو أدائها أو نموها والتي تصب جميعها في نفس المعنى وتؤدي إلى نفس الهدف وهو استمرار المؤسسة في عملها ونشاطها وتجنب فشلها واضمحلالها. في الدراسة التي قام بها (Jayeola et al., 2022) التي كانت تحت عنوان (Government financial support and financial performance of SMEs) والتي هدفت إلى قياس مدى تأثير الدعم المالي المقدم من طرف الحكومات

على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في وجود الميزة التنافسية كمتغير وسيط، تم إجراء هذه الدراسة في ماليزيا على 204 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، اعتمد الباحث في عملية التحليل على أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية من خلال برنامج Smart pls في تحليل المدخلات وتوصل بعد عملية التحليل وعرض النتائج وقرائنها إلى أن الدعم المالي الحكومي يؤثر على الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في وجود الميزة التنافسية كمتغير وسيط .

دراسة أخرى أجراها كل من (Yaacob, Mahmood, Mat Zin, & Puteh, 2014) تحت عنوان (An Investigation of the Small Business Start-ups' Performance)، حاول الباحثون من خلال هذه الدراسة تحليل العوامل التي لها علاقة بأداء المؤسسات الناشئة، من بين هذه العوامل رأس المال الافتتاحي للمؤسسة الناشئة، تم القيام بهذه الدراسة أيضا في ماليزيا على مجموعة من المشاريع الصغيرة في عدة ولايات من الوطن، وقد استعان الباحثون في تحليل بيانات دراستهم ببرنامج SPSS وتوصل بعد عملية التحليل إلى أنه لا يمكن تأكيد العلاقة لا بالإيجاب ولا بالسلب بين رأس المال الابتدائي للمؤسسة الناشئة وأدائها.

دراسة أخرى قام بها كل من (Park, Lee, & Kim, 2020) والتي كانت تحت عنوان (Government support and small- and medium-sized enterprise (SME) performance: the moderating effects of diagnostic and support services) حاول الباحثون من خلال هذه الورقة البحثية دراسة مدى تأثير الدعم الحكومي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث قاموا بتقسيم الدعم الحكومي إلى قسمين هما: التمويل الحكومي أو التمويل بالقروض العامة، ويقصد بها القروض المقدمة من طرف الهيئات العامة الحكومية، واعتبر هذا النوع من التمويل كمتغير مستقل، في حين أن القسم الثاني والذي أطلق عليه اسم الخدمات الغير النقدية من الحكومة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة اعتبره كمتغير معدل بين التمويل بالقروض العامة والأداء، هذا الأخير قام بتقسيمه إلى قسمين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هما: الاستمرارية وكذلك النمو، ومن أجل اختبار الفرضيتين المطروحتين في هذه الدراسة، تم استخدام مجموعة بيانات ثانوية من 42261 شركة صغيرة ومتوسطة في كوريا، توصل في نهاية بحثه وبعد تحليله للبيانات المتحصل عليها إلى أن الدعم المالي أو التمويل الحكومي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يساهم في استمرارية وتحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

دراسة أخرى أجراها كل من (Rosa, Sukoharsono, & Saraswati, 2019) تحت عنوان (The Role of Venture Capital on Start-up Business Development in Indonesia)، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد المعايير التي تستخدمها شركات رأس المال المخاطر من أجل الاستثمار في المؤسسات الناشئة، ودورها كعنصر داعم للمؤسسات الناشئة في إندونيسيا. استخدم الباحثون في هذه الدراسة منهج دراسة الحالة، استهدفوا من خلاله المؤسسات الناشئة في مدينة جاكارتا بإندونيسيا على أساس أنها تعتبر مركز اقتصاد البلد، وهناك العديد من شركات رأس المال الاستثماري الكبيرة التي تستثمر في الشركات الناشئة. تم جمع البيانات باستخدام المقابلة والملاحظة والمراقبة، وكذلك تفحص البيانات من مواقع الشركات محل الدراسة من أجل استخدامها كمكمل في عملية التحليل بعد تبويب البيانات وقراءتها، وتوصلوا بعد القيام بعملية التحليل إلى أن شركات رأس المال المخاطر لها دور داعم للمؤسسات الناشئة في إندونيسيا من خلال المساعدة في الوصول إلى التمويل، بالإضافة إلى خدمات أخرى تتعلق بالتسويق والادارة.

إذا فالدعم المالي أو التمويل بصفة عامة يؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة، فالمؤسسة تحتاج التمويل في جميع نشاطاتها فهو يعتبر العصب المحرك لأي مشروع اقتصادي ولأي مؤسسة اقتصادية مهما كان نوعها، ومهما كانت مرحلتها العمرية، فكما تحتاجه في مرحلة النشأة من اجل اعداد مخطط الأعمال والقيام بالدراسات الأولية، تحتاجه كذلك في مرحلة الانطلاق وبداية الانتاج وتسويق المنتج، وكذلك في مرحلة النمو والتوسع، أو محاولة ابتكار منتجات جديدة أو استحداث طرق وميكانيزمات انتاج أو تسويق جديدة، ولهذا فإن المؤسسة الناشئة أو أي مؤسسة كانت سواء عامة أو خاصة، ربحية أو غير ذلك بحاجة إلى الحصول على الدعم المالي من مختلف الهيئات خاصة الحكومية منها، على اعتبار أن الحكومة هي المسؤول الأول على النهوض بهذا القطاع الذي له دور كبير في دعم المنظومة الاقتصادية للبلدان.

بناء على ما سبق ذكره تم طرح الفرضية التالية:

H1: يؤثر الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي.

2.2. العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة

تحتاج المؤسسات الناشئة خاصة تلك الجديدة في الصناعة إلى الكثير من الدعم ليس فقد الدعم المالي، وإنما أيضا الدعم غير المالي (Pompa, 2013)، مثل الدعم التكنولوجي والدعم السوقي (D. M. H., 2019). حيث تحتاج المؤسسات الناشئة إلى خدمات الدعم المتعلقة بالسوق مثل المساعدة في تسويق المنتجات والخدمات في أسواق جديدة، والبحث عن العملاء والموردين، والمساعدة في إطلاق المنتجات الجديدة (Heydebreck et al., 2000)، كذلك المساعدة في إقامة اتصالات مع الشركات

الأخرى، والبحث عن شركاء جدد، والمساعدة في استغلال الفرص الجديدة وتبني استراتيجيات تسويقية جديدة (Knockaert, Vandenbroucke, & Huyghe, 2013)، كما تحتاج المؤسسات الناشئة إلى المساعدة والدعم في مجال التكنولوجيا وتشمل عموماً الخدمات المتعلقة بالتكنولوجيا التي تحتاجها المؤسسات الناشئة، في تنفيذ وإدارة مشاريع البحث والتطوير والاستشارات والبحث عن شركاء تعاونيين في مجال البحث والتطوير والتكنولوجيا (Heydebreck et al., 2000)، كذلك الحصول على التسهيلات الإدارية من الجهات الوصية من أجل تنفيذ أو تجسيد المشاريع في مجال البحث والتطوير والابتكار، المساعدة في الحصول على الخبرة أو إيجاد معرفة في مجال التكنولوجيا الجديدة، بالإضافة إلى المساعدة في حماية الابتكارات الجديدة أو ما يعرف بحقوق الملكية الفكرية والصناعية (Knockaert et al., 2013). بالإضافة إلى المساعدات في التسويق والابتكار والتكنولوجيا، تحتاج أيضاً المؤسسات الناشئة إلى مساعدات أخرى مثل: المساعدة في تطوير خطة العمل، المساعدة في حضور الندوات والملتقيات والدورات التعليمية والتدريبية في مجال التسويق وإدارة المنظمات، الحصول على الاستشارات في المجالات القانونية والمعاملات التجارية، كذلك المساعدة في إيجاد أو توليد أفكار جديدة وابتكارية (Knockaert et al., 2013). وبالتالي فإن الدعم غير المالي ولا شك يؤثر بشكل إيجابي في نجاح المؤسسات الناشئة ونموها واستمراريتها والرفع من كفاءتها في مجال التسويق والابتكار والإدارة.

هناك الكثير من الدراسات التي تناولت العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات بصفة عامة ونموها واستمراريتها، فمثلاً في الدراسة التي قام بها (D. M. H. Kee et al., 2019)، والتي كانت تحت عنوان (THE ROLE OF SUPPORT ON START-UP SUCCESS: A PLS-SEM APPROACH)، حيث قام الباحثون في هذه الدراسة بتقسيم خدمات الدعم (كمتغير مستقل) إلى أربعة (4) أنواع من بينها الدعم المالي، أو خدمات الدعم المرتبطة بالجانب المالي (Finance-related support)، وخدمات الدعم المرتبطة بالجانب السوقي (Market-related support)، وخدمات الدعم المرتبطة بالجانب التكنولوجي (Technology-related support)، بالإضافة إلى نوع آخر من الدعم أطلق عليه اسم الدعم المرن أو اللين (Soft-related support)، والملاحظ لهذه التقسيمات يجد أنه يمكن تصنيفها إلى الدعم المالي والدعم غير المالي، حيث أن الدعم التكنولوجي والدعم السوقي والدعم المرن يمكن اعتبارها على أنها تمثل الدعم غير المالي. تم إجراء هذه الدراسة في ماليزيا على 500 مؤسسة ناشئة، استخدم في عملية التحليل أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، معتمداً على برنامج Smart PLS في تحليل بيناته، وتوصل بعد عملية التحليل إلى أن خدمات الدعم المالي وخدمات

الدعم التكنولوجي وخدمات الدعم المرنة تؤثر بشكل إيجابي في نجاح المؤسسات الناشئة، في حين توصل إلى أن الدعم السوقي لا يساهم في نجاح المؤسسات الناشئة حسب هذه الدراسة طبعاً.

دراسة أخرى قام بها (Ombi, Ambad, & Bujang, 2018) والتي كانت تحت عنوان (The Effect of Business Development Services on Small Medium Enterprises SMEs Performance) والتي كان الهدف منها دراسة مدى تأثير خدمات الدعم المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحسين أدائها، حيث قام الباحثون في هذه الدراسة بتقسيم الخدمات المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى خدمات مالية وخدمات غير مالية (non-financial services and financial services) والتي تعتبر من خدمات الدعم المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ماليزيا أين تم إجراء هذه الدراسة على 161 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، في المنطقة الصناعية بمدينة صباح (Sabah) في ماليزيا، اعتمد الباحثون على أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، مستخدماً في ذلك برنامج Smartpls وبعد عملية التحليل وعرض النتائج وقرائنها، توصل الباحثون إلى أن الدعم المالي يؤثر بشكل إيجابي في أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، على عكس الدعم غير المالي الذي لا يؤثر في نجاح المؤسسات الناشئة حسب النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة.

أما الدراسة التي قام بها كل من (N. Ahmed, Li, Qalati, Khan, & Siddiqui, 2020) والتي كانت تحت عنوان (Role of Business Incubators as a Service Provider in Entrepreneurship development) هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الخدمات التي تقدمها حاضنات الأعمال للمؤسسات المقاولاتية، حيث قام الباحثون بتقسيم الخدمات التي تقدمها هذه الحاضنات إلى ثلاث أقسام كانت كالتالي: الخدمات الشبكية أو العلائقية (Networking services) وهي الخدمات التي تساعد المؤسسات على تكوين علاقات مع مختلف الأطراف الفاعلة في مجال المقاولاتية ومجال الصناعة التي تنشط فيها المؤسسة، مثل الوسطاء الماليين، البنوك، مدراء الحاضنات، مؤسسات الضرائب والضمان الاجتماعي وغيرها، الدعم الرأسمالي (Capital support) أي رأس مال المؤسسة عند التأسيس أو ما أطلق عليه في هذه الدراسة اسم الدعم المالي، بالإضافة إلى النوع الثالث من المساعدات التي تقدمها حاضنات الأعمال ويتمثل في برامج التدريب (Training program)، والملاحظ لهذه التقسيمات يجد أنه يمكن تصنيف التقسيم الأول والثالث ضمن صنف الدعم غير المالي، تم إجراء هذه الدراسة في باكستان حيث شملت عينة الدراسة 245 مؤسسة موزعة على مدن إسلام آباد (Islamabad)، ولاهور (Lahore)، وكراتشي (Karachi) وبيشاور (Peshawar)، اعتمد الباحثون في عملية التحليل على أسلوب النمذجة

بالمعدلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، معتمدون على برنامج SmartPLS في تحليل بيانات أو مدخلات الدراسة، وبعد عملية التحليل توصل الباحثون إلى أن الخدمات العلائقية أو الشبكية وكذلك برامج التدريب لها دور في التطوير أو النهوض بالمؤسسات المقاولاتية.

إذن فالدعم غير المالي وعلى غرار الدعم المالي يؤثر بشكل إيجابي على نجاح المؤسسات الناشئة، لأن المؤسسة الناشئة مثلما تحتاج إلى المال في مختلف الأنشطة التي تمارسها، تحتاج أيضا إلى المهارة في الانتاج والمعرفة في الابتكار والكفاءة في الادارة، وكذلك تحتاج إلى المعلومات في دراسة السوق، وكل هذه الميزات يمكن اكتسابها أو الحصول عليها من خلال الدعم غير المالي الذي يمكن أن تقدمه المؤسسات المتخصصة في هذا النوع من الدعم مثل: الحاضنات والجامعات والمؤسسات الحكومية.

بناء على ماسبق سرده تم طرح الفرضية التالية:

H2: يؤثر الدعم غير المالي بشكل إيجابي في نجاح المؤسسات الناشئة.

3.2. الميزة التنافسية كمتغير وسيط بين الدعم المالي وغير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة

لقد تم تناول مصطلح الميزة التنافسية في العديد من الدراسات والأبحاث السابقة، ويعتبر الباحث (Ansof 1965) هو أول من تناول مفهوم الميزة التنافسية على أنها تلك الخصائص الفريدة والمميزة للمنتجات التي تمنح الشركة أو المؤسسة مركزاً تنافسياً قوياً (Sigalas, 2015). يتم الحصول على الميزة التنافسية عندما تطور المنظمة أو تكتسب مجموعة من السمات (أو تقوم ببعض الإجراءات) التي تسمح لها بالتفوق على منافسيها (Išoraitė, 2018). تسمح الميزة التنافسية للمؤسسة بالبقاء في صدارة المنافسة الحالية أو المحتملة ، وبالتالي فإن الأداء المتفوق الذي يتم الوصول إليه من خلال الميزة التنافسية سيضمن ريادة السوق (Wang, Lin, & Chu, 2011). يقول بورتر: إن الميزة التنافسية تمثل العامل الأكثر تأثيراً في أداء المؤسسة في الأسواق التنافسية، كما أن الميزة التنافسية تعني وجود تكاليف منخفضة، أو ميزة تفاضلية، أو استراتيجية تركيز ناجحة (Rumelt, 2003). فالعديد من الدراسات السابقة أكدت على أن الميزة التنافسية تساهم في تحسين أداء المؤسسات (Powell, 2001).

في الدراسة التي قام بها (Potjanajaruwit, 2018) والتي كانت تحت عنوان (competitive advantage effects on firm performance : A case study of startups in thailand) كان الهدف الأساسي لهذا البحث هو دراسة العوامل المسببة للقدرة التكنولوجية والتعاون بين المنظمات التي تؤثر على الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة، والتي بدورها تؤثر على أداء المؤسسات الناشئة في تايلاند، كان هذا

البحث عبارة عن بحث مختلط يشمل الأدوات الكمية والنوعية من خلال استخدام المقابلات والاستبيانات، تكونت العينة المستخدمة في هذا البحث من رواد الأعمال والمديرين التنفيذيين للشركات الناشئة في تايلاند حيث تم استهداف 420 شخص بين رائد أعمال ومدير تنفيذي، تم استخدام برنامج أموس لتحليل البيانات التي تم الحصول عليها. من خلال النتائج التي تم التوصل إليها بعد التحليل، وجد الباحثون أن العوامل السببية للقدرة التكنولوجية والتعاون بين المنظمات كان لها تأثير إيجابي مباشر على الميزة التنافسية للشركات الناشئة، وكان للميزة التنافسية تأثير إيجابي مباشر على أداء الشركات الناشئة في تايلاند. علاوة على ذلك، كان من الواضح أن القدرة التكنولوجية والتعاون بين المنظمات كان لهما تأثير مباشر وغير مباشر على أداء الشركات الناشئة في تايلاند. أي أن الميزة التنافسية كان لها دور الوسيط في هذه الدراسة بين القدرة التكنولوجية وأداء المؤسسات الناشئة.

أيضا الدراسة التي قام بها كل من (Cahyono et al., 2023) والتي كانت تحت عنوان (The role of supply chain management practices on competitive advantage and of halal agroindustry SMEs performance)، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين ممارسات إدارة سلسلة التوريد وأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشطة في مجال الزراعة الصناعية الحلال، في وجود الميزة التنافسية كمتغير وسيط بينهما، تم جمع بيانات هذه الدراسة من 165 عاملا في إحدى الشركات الصغيرة والمتوسطة في صناعة الزراعة الحلال في إندونيسيا. تم تحليل بيانات باستخدام النمذجة بالمعادلات الهيكلية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) من خلال برنامج Smartpls. أشارت النتائج إلى أن ممارسات سلسلة إدارة التوريد يمكن أن تؤدي إلى زيادة الميزة التنافسية وتحسين الأداء. كما أن الميزة التنافسية لها تأثير إيجابي مباشر على الأداء في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. تؤكد هذه الدراسة أيضًا على وجود علاقة تأثير إيجابي لممارسات إدارة سلسلة التوريد على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال الميزة التنافسية، أي أن الميزة التنافسية لها تأثير على الأداء كمتغير مستقل مباشر كما لها تأثير كمتغير وسيط.

دراسة أخرى قام بها كل من (Songling, Ishtiaq, Anwar, & Ahmed, 2018) تحت عنوان (The Role of Government Support in Sustainable Competitive Position and Firm Performance)، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الدعم المقدم من طرف الحكومات وأداء المؤسسات في وجود استدامة الميزة التنافسية كمتغير وسيط، حيث قام الباحثون بتقسيم الدعم الحكومي إلى نوعين هما: دعم مالي (Financial Support)، ودعم غير مالي (Nonfinancial Support)، تم إجراء

هذه الدراسة في باكستان على 357 مؤسسة في كل من مدن إسلام آباد، لاهور وكراتشي، بعد جمع البيانات وتحليلها باستخدام أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على التغيرات المشترك (CV-SEM)، باستخدام برنامج أموس (Amos)، تم التوصل إلى أن كل من الدعم المالي وغير المالي له تأثير مباشر على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما أن هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين كل من الدعم المالي والدعم غير المالي على الأداء من خلال استمرارية الميزة التنافسية، فنلاحظ من خلال هذه الدراسة أن الباحثين قاموا بإدراج الميزة التنافسية كمتغير وسيط بين الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة، وأداء المؤسسات من جهة أخرى.

دراسة أخرى قام بها (Pergelova & Angulo-Ruiz, 2014) والتي كانت تحت عنوان (The impact of government financial support on the performance of new firms: the role of competitive advantage as an intermediate outcome) حيث هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الدعم المالي المقدم من طرف الحكومات للمؤسسات الحديثة النشأة وأداء هذه الأخيرة، مع وجود الميزة التنافسية كمتغير وسيط، قام الباحثون في هذه الدراسة بتقسيم الدعم المالي الحكومي إلى ثلاثة (3) أنواع هي القروض الحكومية (Loans)، الضمانات (Guarantees)، والأسهم الحكومية (Government equity)، كما قاموا أيضا بتقسيم الميزة التنافسية إلى: الميزة التنافسية القائمة على الابتكار (Innovation-based)، القائمة على التسويق (Marketing-based)، والقائمة على رأس المال البشري (Human capital-based)، تم إجراء هذه الدراسة في الولايات المتحدة الأمريكية على ما يعادل 4920 مؤسسة حديثة النشأة، حيث تم الاعتماد في عملية تحليل البيانات على برنامج SPSS، وتم التوصل بعد عملية التحليل إلى أن الدعم المالي الحكومي له تأثير مباشر على الأداء المالي للمؤسسات الناشئة، كما له تأثير غير مباشر من خلال الميزة التنافسية على الأداء المالي للمؤسسات الحديثة النشأة، أي أن الباحثون في هذه الدراسة أيضا استعانوا بمتغير الميزة التنافسية كمتغير وسيط بين الدعم المالي والأداء.

توجد أيضا الدراسة التي أجراها كل من (Muhamad Anwar & Shuangjie Li, 2021) والتي كانت تحت عنوان (Spurring competitiveness, financial and environmental performance of SMEs through government financial and non-financial support) هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير أو مدى تحفيز الدعم المالي والدعم غير المالي للميزة التنافسية والتي بدورها تؤثر على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أي أن الباحثين في هذه الدراسة اعتبروا أن الدعم الذي تقدمه الحكومات للمؤسسات الاقتصادية بصفة عامة ينقسم إلى نوعين هما: الدعم المالي (financial support)،

والدعم غير المالي (non-financial support)، أما الميزة التنافسية فتتضمن حسب هذه الدراسة استراتيجية تدنية التكلفة (Cost leadership strategy)، واستراتيجية التمايز (Differentiation strategy)، أما الأداء فتم تقسيمه إلى الأداء المالي (financial performance) والأداء البيئي (environmental performance)، تم إجراء هذه الدراسة في باكستان على 315 مالك أو مسير للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، واستعان الباحثون في هذه الدراسة من أجل تحليل البيانات المتحصل عليها وعرضها ببرنامج SPSS، وقد تم في هذه الدراسة اختبار العلاقة بين كل الأبعاد لمتغيرات الدراسة وتوصلوا كحوصلة لدراستهم إلى أن، كل من الدعم المالي والدعم غير المالي يؤثران بشكل إيجابي على الأداء المالي والأداء البيئي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في باكستان، كما يؤثران أيضا على الميزة التنافسية ببعديها (استراتيجية قيادة التكلفة واستراتيجية التمايز)، توصل أيضا الباحثون في هذه الدراسة إلى أن الميزة التنافسية تتوسط العلاقة بين الدعم المالي والدعم غير المالي والأداء، أي أنه في هذه الدراسة أيضا تم تناول الميزة التنافسية على أنها متغير وسيط بين الدعم عامة والأداء الذي يعتبر جزء من النجاح في المؤسسات الاقتصادية.

وكحوصلة لما تم عرضه في الدراسات السابقة يمكن ملاحظة أن الميزة التنافسية لها تأثير مباشر على أداء ونجاح المؤسسات، كما أن الدعم المالي والدعم غير المالي له تأثير مباشر على الرفع من الميزة التنافسية للمؤسسات بصفة عامة، وبالتالي فإن الميزة التنافسية يمكن لها أن تؤدي دور الوسيط في العلاقة بين الدعم بشكليه (المالي وغير المالي) والنجاح، أو بعبارة أخرى يمكن القول أن الدعم له تأثير غير مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية. بناء على ما تم سرده سابقا قام الباحث بطرح الفرضيات التالية:

H3: يؤثر الدعم المالي بشكل إيجابي على الميزة التنافسية في المؤسسات الناشئة.

H4: يؤثر الدعم غير المالي بشكل إيجابي على الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة.

H5: تؤثر الميزة التنافسية بشكل إيجابي على نجاح المؤسسات الناشئة.

H6: يؤثر الدعم المالي بشكل إيجابي على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية (الميزة

التنافسية تتوسط العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة).

H7: يؤثر الدعم غير المالي بشكل إيجابي على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية

(الميزة التنافسية تتوسط العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة).

4.2. التوجه المقاولاتي كمتغير معدل بين الدعم المالي وغير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة

إن التوجه المقاولاتي (Entrepreneurial orientation) يعتبر من أهم المصطلحات المتداولة في مجال الأبحاث المتعلقة بالمقاولاتية وريادة الأعمال (Covin et al., 2020)، والتوجه المقاولاتي (EO) هو توجه استراتيجي يعكس كيفية تنظيم المؤسسة لاكتشاف واستغلال الفرص في السوق (Reijonen, Hirvonen, Nagy, Laukkanen, & Gabrielsson, 2015)، فهو ضروري لاستدامة المؤسسات والاستقرار الاقتصادي للحكومات (Yi, Amenuvor, & Boateng, 2021)، يعتبر ميلر (Miller) أول باحث في مجال المقاولاتية تطرق لمفهوم التوجه المقاولاتي، وحسبه فإن التوجه المقاولاتي هو النتيجة الحتمية للمزج بين كل من المخاطرة، الابتكار والاستباقية (مجدوب، جابرة، تي، & أحمد، 2023). أي أن التوجه المقاولاتي يرتبط أساساً بالاستراتيجية التي يتبناها صناع القرار أو الإدارة في المؤسسة بصفة عامة، والتي تقوم أو تبنى على ثلاث عناصر أساسية هي: الابتكار، المخاطرة، الاستباقية. من جهة أخرى يرى (Lumpkin & Dess, 1996) بأن التوجه المقاولاتي هو ذلك التوجه الاستراتيجي للمؤسسة الذي يمزج بين، الاستقلالية (Autonomy)، المخاطرة (Risk Taking)، الابتكار (Innovativeness)، الاستباقية (Proactiveness)، والمنافسة العدوانية (Competitive Aggressiveness)، أي أن (Lumpkin & Dess, 1996) قسم أبعاد الميزة التنافسية إلى خمسة (5) أقسام. وتجدر الإشارة إلى أنه هناك تضارب كبير بين الباحثين فيما يخص أبعاد التوجه المقاولاتي وهذا ما ذهب إلى التفصيل فيه كل من (مجدوب et al., 2023) وكذلك (Mason, Floreani, Miani, Beltrame, & Cappelletto, 2015) في دراساتهم حول التوجه المقاولاتي حيث قاموا بتصنيف الدراسات التي تناولت التوجه المقاولاتي والأبعاد التي تم اعتمادها في كل دراسة. وقد تم في هذه الدراسة اعتماد التقسيم الثلاثي الذي قدمه ميلر (Miller) لأبعاد التوجه المقاولاتي (مجدوب et al., 2023)، والتي تتمثل في: أولاً المخاطرة: والتي تشير إلى سلوك المؤسسة في مواجهة عدم اليقين (الدخول في أعمال ذات درجة عالية من المخاطرة)، الاستباقية: والتي تشير إلى مدى قدرة المؤسسة على توقع المشاكل المحتملة في المستقبل، الابتكار: والتي تشير إلى مدى ميل المؤسسات لاستخدام الإجراءات والأفكار الجديدة والأصالة والتجارب والحفاظ عليها، والتي تقود الشركة بعد ذلك إلى إنتاج منتجات أو خدمات أو عمليات تشغيلية جديدة وابتكارية (Indianti, Dalimunthe, & Triono, 2020).

في دراسة قام بها (Richard, Wu, & Chadwick, 2009) والتي كانت تحت عنوان: (The impact of entrepreneurial orientation on firm performance: the role of CEO position tenure and industry tenure) هدفت هذه الورقة البحثية في الأساس إلى دراسة مدى تأثير التوجه المقاولاتي على أداء المؤسسات، وتم تسليط الضوء على الصناعة البنكية في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تم استهداف 579 مديرا تنفيذيا، اعتمد الباحثون في عملية التحليل على طريقة الانحدار الخطي من خلال برنامج SPSS، وبعد عملية إدخال البيانات وتحليلها تم التوصل إلى أن التوجه المقاولاتي يؤثر بشكل إيجابي على أداء المؤسسات البنكية في الولايات المتحدة الأمريكية.

دراسة أخرى قام بها كل من (Frare, Cruz, Lavarda, & Akroyd, 2022) تحت عنوان (Packages of management control systems, entrepreneurial orientation, and performance in Brazilian startups) حاول الباحثون من خلال هذه الدراسة تحليل العلاقة بين كل من التوجه المقاولاتي وأداء المؤسسات الناشئة في وجود متغير وسيط يتمثل في نظام الرقابة الادارية، تم إجراء هذه الدراسة في البرازيل على 100 مؤسسة ناشئة، وبعد جمع البيانات وتقريغها، اعتمد الباحثون في عملية تحليلها على أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، وتم التوصل بعد عملية التحليل إلى أن التوجه المقاولاتي يؤثر بشكل إيجابي مباشر على أداء المؤسسات الناشئة.

دراسة أخرى قام بها كل من (D. Kee & Rahman, 2018) تحت عنوان (Effects of perspective entrepreneurial orientation on start-up success: A gender) هدفت هذه الورقة البحثية إلى دراسة تأثير التوجه المقاولاتي على نجاح المؤسسات الناشئة، قام الباحثون في هذه الدراسة باعتماد التصنيف الثلاثي الأبعاد للتوجه المقاولاتي والمتمثلة في الابتكار، الاستباقية، والمخاطرة، حيث تم دراسة مدى تأثير كل بعد على حدى، بالإضافة إلى دراسة الأثر الكلي للأبعاد الثلاثة مجتمعة، تم إجراء هذه الدراسة في ماليزيا على 120 مؤسسة ناشئة، حيث تم اعتماد أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات المطلوبة في عملية التحليل، وقد تم الاعتماد على طريقة النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، وبعد عملية التحليل توصل الباحثون إلى أنه هناك أثر إيجابي للتوجه المقاولاتي على نجاح المؤسسات الناشئة، بالإضافة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لكل بعد من الأبعاد الثلاثة على نجاح المؤسسات الناشئة. أي أن التوجه المقاولاتي في المؤسسات الناشئة أو غيرها يؤثر على نجاحها، وهذا ما كان واضحا من خلال ما توصل إليه الباحثون في الدراسات الثلاث الأخيرة.

من جهة أخرى حاول كل من (Mohd, Noorul, & Zatul, 2019) الجمع بين المتغيرات الثلاثة والمتمثلة في الدعم الحكومي، التوجه المقاولاتي، ونجاح المؤسسات الناشئة في علاقة واحدة، كانت الدراسة تحت عنوان (Financial Support Services, Entrepreneurial Orientation and Malay) *Entrepreneurs' Performance*، حاولت الدراسة تحليل العلاقة بين الدعم المالي المقدم من طرف الحكومة وأداء المؤسسات المقاولاتية في وجود التوجه المقاولاتي كمتغير معدل للعلاقة، تم إجراء هذه الدراسة في ماليزيا على 670 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، حيث تم جمع البيانات بالاعتماد على أداة الاستبيان، وتم اعتماد أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، بعد عملية التحليل توصل الباحثون إلى أن برامج الدعم الحكومي تؤثر على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، في حين أن التوجه المقاولاتي لا يعدل العلاقة بين برامج الدعم المالي الحكومي وأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا بالسلب ولا بالإيجاب.

دراسة أخرى قام بها (Hoque, 2018) حاول الباحث من خلالها الجمع بين الدعم والتوجه المقاولاتي، ونجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كانت الدراسة تحت عنوان (Does Government Support Policy Moderate the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Bangladeshi SME Performance? A SEM Approach)، تم من خلالها دراسة مدى إمكانية تعديل العلاقة بين التوجه المقاولاتي وأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال سياسة الدعم المالي الحكومي للمؤسسات، تم إجراء هذه الدراسة في بانغلاش على 150 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، وتم اعتماد أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات التي تم تحليلها بالاعتماد على أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على التغيرات المشترك (CV-SEM)، وتم التوصل بعد عملية التحليل إلى أن التوجه المقاولاتي يؤثر على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإيجاب، كما أن سياسة الدعم المالي الحكومي تعمل على تعديل العلاقة بين التوجه المقاولاتي والأداء في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

نفس العلاقة السابقة تناولها كل من (Nakku, Agbola, Miles, & Mahmood, 2020) في دراستهم التي كانت تحت عنوان (The interrelationship between SME government support programs, entrepreneurial orientation, and performance: A developing economy perspective)، حاول الباحثون من خلال هذه الدراسة تحليل العلاقة بين كل من التوجه المقاولاتي وأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في وجود الدعم الحكومي كمتغير معدل للعلاقة، وقد تم تقسيم الدعم الحكومي إلى دعم مالي ودعم غير مالي، تم إجراء هذه الدراسة في أوغندا على 240 مؤسسة صغيرة

ومتوسطة، وتم استخدام أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات، هذه الأخيرة تم تحليلها باعتماد أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، وبعد عملية التحليل وعرض النتائج توصل الباحثون إلى أن كل من الدعم المالي والدعم غير المالي يعمل على التعديل الايجابي للعلاقة بين التوجه المقاولاتي وأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في أوغندا، أو بعبارة أخرى أن وجود الدعم المالي وغير للمالي الحكومي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يزيد من قوة تأثير التوجه المقاولاتي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

بنفس الطريقة السابقة وكذلك نفس المتغيرات والعلاقة تم قياسها من خلال الدراسة التي قام بها كل من (D. M. H. Kee & Rahman, 2017) والتي كانت تحت عنوان (Analyzing entrepreneurial orientation impact on start-up success with support service as moderator: A PLS-SEM approach)، تم من خلال هذه الدراسة الجمع بين التوجه المقاولاتي وخدمات الدعم ونجاح المؤسسات الناشئة في علاقة واحدة، حيث كان الدعم كمتغير معدل للعلاقة بين التوجه المقاولاتي ونجاح المؤسسات الناشئة، تم من خلال هذه الدراسة تقسيم خدمات الدعم المقدمة من طرف الحكومة للمؤسسات الناشئة إلى خدمات الدعم المرتبطة بالجانب المالي (Finance-related support)، وخدمات الدعم المرتبطة بالجانب السوقي (Market-related support)، وخدمات الدعم المرتبطة بالجانب التكنولوجي (Technology-related support)، بالإضافة إلى خدمات الدعم المرن (Soft-related support)، تم إجراء هذه الدراسة في ماليزيا على 120 مؤسسة ناشئة، وقد تم اعتماد أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) من أجل تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال أداة الاستبيان، وقد تم التوصل بعد عملية التحليل إلى أن التوجه المقاولاتي يؤثر بشكل إيجابي على نجاح المؤسسات الناشئة، كما أن خدمات الدعم المقدمة من طرف للحكومة للمؤسسات الناشئة تعمل على تعديل العلاقة بشكل إيجابي، أي أن وجود خدمات الدعم يزيد من قوة تأثير التوجه المقاولاتي على نجاح المؤسسات الناشئة.

وبالتالي فإن التوجه المقاولاتي يساهم في الرفع من أداء المؤسسات الناشئة وبالتالي نجاحها، فالمؤسسة التي تتبنى المخاطرة في أعمالها واستثماراتها لديها فرصة كبيرة لتحقيق أرباح عالية، نظرا لأن القاعدة المعروفة أنه كلما زادت المخاطرة زادت الأرباح، والأرباح هي مؤشر من مؤشرات النجاح في المؤسسات، كما أن المؤسسة التي تتبنى نهج الابتكار والتطوير في منتجاتها سواء القائمة أو ابتكار منتجات جديدة، يمنحها ميزة تميزها عن بقية المنتجات المنافسة لمنتجاتها في السوق، ونفس الشيء بالنسبة لبعد الاستباقية

في اتخاذ القرارات في المؤسسة، مما يجعل المؤسسة متقدمة بخطوة عن بقية المؤسسات الأخرى. وبالتالي فإن تبني التوجه المقاولاتي يزيد من فرص نجاح المؤسسة الناشئة، خاصة إذا كان هذا التوجه مقرون مع توفر الدعم المالي وغير المالي للمؤسسات الناشئة، لأن هذا ولا شك سيزيد قوة تأثير أحدهما على نجاح المؤسسات الناشئة في وجود الآخر.

بناء على ما سبق تم طرح الفرضيات التالية:

H8: التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بشكل إيجابي لتأثير الدعم المالي على النجاح في المؤسسات الناشئة (أي أن التوجه المقاولاتي يزيد من قوة تأثير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة).

H9: التوجه المقاولاتي يقوم بتعديل العلاقة بشكل إيجابي لتأثير الدعم غير المالي على النجاح في المؤسسات الناشئة (أي أن التوجه المقاولاتي يزيد من قوة تأثير الدعم غير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة).

يوضح الجدول رقم (10) ملخص كامل للفرضيات المطروحة في هذه الدراسة، والمقدرة بتسعة (9) فرضيات.

مراجعة الأدبيات وبناء الفرضيات

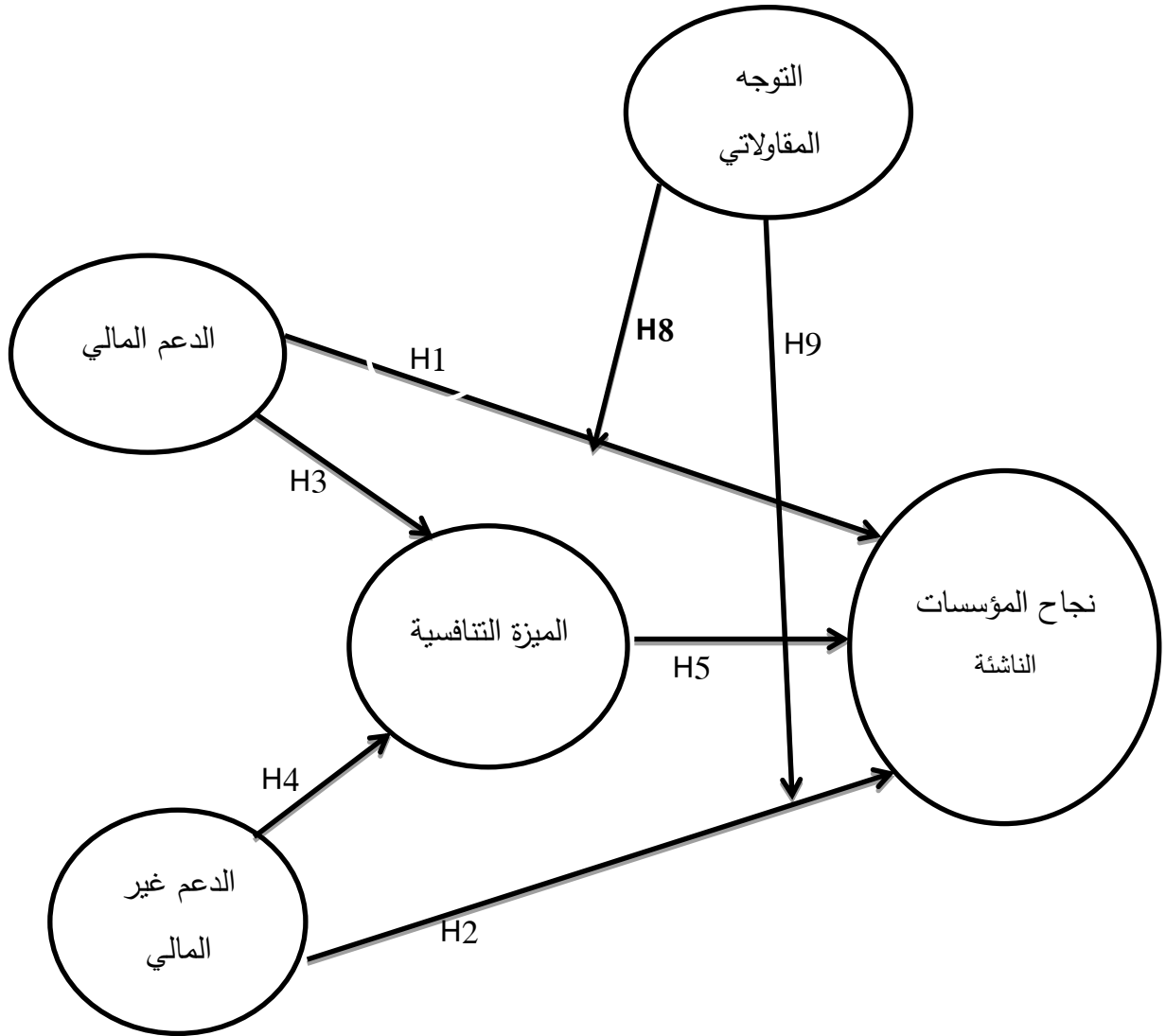
الجدول (10): ملخص شامل للفرضيات الخاصة بنموذج الدراسة.

| الدراسات المعتمدة في بناء الفرضية | الفرضية | الرقم |
|--|---|-------|
| (Rosa et al., 2019) | الدعم المالي له تأثير موجب مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة. | H1 |
| (D. M. H. Kee et al., 2019) | الدعم غير المالي له تأثير موجب مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة. | H2 |
| (Pergelova & Angulo-Ruiz,) (2014) | الدعم المالي له تأثير موجب مباشر على الميزة التنافسية. | H3 |
| (Pergelova & Angulo-Ruiz,) (2014) | الدعم غير المالي له تأثير موجب مباشر على الميزة التنافسية. | H4 |
| (Songling et al., 2018) | الميزة التنافسية لها تأثير موجب مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة | H5 |
| (Pergelova & Angulo-Ruiz,) (2014) | الدعم المالي له تأثير موجب غير مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية. | H6 |
| (Muhamad Anwar &) (Shuangjie Li, 2021) | الدعم غير المالي له تأثير موجب غير مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية | H7 |
| (Hoque, 2018) | التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بشكل موجب بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة. | H8 |
| (D. M. H. Kee & Rahman,) (2017) | التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بشكل موجب بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة. | H9 |

المصدر: بالاعتماد على الدراسات السابقة.

بناءً على العلاقات بين المتغيرات التي تم طرحها سابقاً بالاعتماد على الدراسات السابقة، والفرضيات المستخلصة الموضحة في الجدول رقم (10) تم وضع النموذج النهائي لهذه الدراسة، والذي يمكن توضيحه من خلال الشكل الموالي:

الشكل (10): النموذج النهائي للدراسة.



المصدر: بالاعتماد على الجدول (10).

يمثل الشكل السابق النموذج النهائي للدراسة والذي تم اعتماده في بناء أداة الدراسة (الاستبيان)، حيث يتضح من خلال النموذج أنه تم اعتماد الدعم المالي والدعم غير المالي كمتغيرات مستقلة (مفسرة)، في حين تم اعتماد نجاح المؤسسات الناشئة كمتغير تابع، بالإضافة إلى متغيرات أخرى تم إدراجها في نموذج الدراسة كوسيط والتي تمثل الميزة التنافسية، التي كان لها دور الوسيط بين كل من الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى، في حين تم اعتماد التوجه المقاولاتي كمتغير معدل للعلاقة بين كل من الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى، تجدر الإشارة إلى أن الفرضيات الغير المباشرة لا تظهر في الشكل.

خلاصة الفصل

تم في هذا القسم من الدراسة التطرق إلى الجانب النظري من الدراسة، حيث تم استعراض الجانب النظري للمؤسسات الناشئة إذ تم استعراض أهم التعريفات الخاصة بمصطلح المؤسسات الناشئة لدى العديد من الباحثين في المجال، ليتم في النهاية الخروج بتعريف شامل لها، ثم التطرق إلى أهم الخصائص التي تميز المؤسسات الناشئة عن غيرها من المؤسسات الأخرى وكذلك استعراض أهم الفروقات بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لينتقل بعدها الطالب إلى الجزء الثاني من هذا القسم حيث تم فيه التطرق إلى أنواع الدعم الذي تحتاجه المؤسسات الناشئة، وكذلك أهم أجهزة الدعم والمرافقة في الجزائر المسؤولة عن دعم المؤسسات الناشئة والمؤسسات بصفة عامة، أما في الجزء الثالث من هذا الفصل فتم استعراض أهم عوامل النجاح التي تؤثر بشكل أو بآخر على نجاح المؤسسات الناشئة واعتبارها كقاعدة تم الاعتماد عليها من أجل بناء الفرضيات والخروج بنموذج نهائي خاص بهذه الدراسة.

III. الطــــريــــقة والأدوات

III. الطريقة والأدوات

يعتبر بناء النموذج النهائي للدراسة وتحديد الفرضيات الأساسية التي يتم صياغتها بالاعتماد على النموذج بمثابة الخطو التمهيدي لأسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، وتأتي في المرحلة الموالية لهذه المرحلة تحديد العينة المستهدفة وكذلك بناء أداة الدراسة، حيث يتم تحديد المؤشرات التي يتم اعتمادها في قياس كل متغير من المتغيرات الداخلة في النموذج، وهذا يكون بالاعتماد على الدراسات السابقة، حيث يتم اختيار العبارات الملائمة تماشياً وموضوع الدراسة.

بعد الانتهاء من اعداد الاستبيان النهائي يتم الانتقال إلى المرحلة الموالية والمتمثلة في عملية جمع البيانات من العينة المستهدفة التي تم تحديدها في البداية، وتعتبر مرحلة جمع البيانات هي المرحلة الأصعب، خاصة إذا كان المجتمع غير معلوم العدد، حيث تتطلب هذه المرحلة الكثير من الجهد والتكاليف والوقت. وسيتم في القسم الموالي من الدراسة التطرق إلى العناصر الرئيسية التالية:

1. عينة الدراسة.

2. أداة الدراسة.

3. التحليل.

1. عينة الدراسة

مجتمع الدراسة، أو المجتمع الإحصائي (statistical population) هو عبارة عن جميع المفردات أو العناصر التي يشملها موضوع الدراسة، والتي تتشابه في نفس الخصائص، أو هو عبارة عن مجموع العناصر التي يهدف البحث إلى معرفة خصائصها، أو حقائق عنها، أو مدى تأثرها بمتغيرات، أو ظواهر أخرى. أي أن مجتمع الدراسة يتم تعيينه بناء على موضوع الدراسة، وقد يكون مجتمع الدراسة عبارة عن شخص طبيعي، أو شخص معنوي، وهذا يختلف باختلاف الموضوع، وباختلاف طريقة التحليل الإحصائي المراد اتباعها. كما قد يكون المجتمع معلوم العدد أو معرف، وقد يكون غير معلوم أو غير معرف.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر، وبالتالي فإنه من خلال الموضوع نلاحظ أن مجتمع الدراسة يتمثل في "المؤسسات الناشئة في الجزائر". ونظر لحداثة هذا الموضوع في الجزائر، إذ أنه ولحد الساعة لاتزال القاعدة القانونية التي تضبط موضوع المؤسسات الناشئة غير ثابتة، حيث تشهد كل يوم قرارات وقوانين جديدة تتعلق بأحد جوانب المؤسسات الناشئة، و كذلك عدم توفر الإحصائيات الكاملة حول المؤسسات الناشئة في الجزائر (إلى غاية كتابة هذه الأسطر)، فإنه يمكن اعتبار المجتمع الإحصائي الخاص بهذه الدراسة غير معرف، ولهذا سيتم اختيار عينة الدراسة بما يتناسب وأسلوب التحليل المستخدم في الجانب التطبيقي من الدراسة (أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية)، وقد تم استهداف هياكل الدعم المسؤولة عن دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر كوسطاء من أجل تسهيل عملية الوصول إلى العينة المستهدفة، مثل حاضنات الأعمال ومشاتل المؤسسات ومراكز الدعم والاستشارة، حيث يتم استهداف مدراء المؤسسات أو من ينوب عنهم من أجل تعبئة كل استمارة تم توزيعها. وقد تم الاعتماد على معيار العمر كمعيار أساسي لتحديد المؤسسات الناشئة، أي أننا اعتبرنا كل مؤسسة لا يتجاوز عمرها ثمان (8) سنوات هي مؤسسة ناشئة.

عينة الدراسة، أو العينة الإحصائية (statistical sample) هي عبارة عن جزء من المجتمع الإحصائي، حيث يتم اختيار جزء من مفردات المجتمع من أجل إجراء الدراسة عليها، ثم تعميم النتائج على بقية مفردات المجتمع، ويتم عند اختيار عينة الدراسة مراعاة العديد من الشروط والضوابط من بينها، نوع العينة المناسب حيث تم اختيار العينة الملائمة (convenient sample)، وكذلك حجم العينة المناسب في الدراسة، وقد بلغ حجم العينة المستخدمة في هذه الدراسة 122 مؤسسة ناشئة (من مجتمع غير معرف)، وهذا العدد يعتبر جيد إذا ما نظرنا إلى نموذج الدراسة المستخدم، وكذلك حسب طريقة أو أسلوب التحليل المستخدم في الجانب التطبيقي للدراسة، والمتمثل في أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على

المربعات الصغرى الجزائية (PLS-SEM)، حيث من خصائص هذا الأسلوب أن حجم العينة الصغير لا يعتبر من المشاكل التي تعيق الحصول على نتائج جيدة، إذ يمكن الحصول على قوة إحصائية معتبرة بعينة ذات حجم صغير، لكن هذا لا ينفي أن العينات ذات الحجم الكبير تعطي قوة تنبؤية كبيرة ودقة في تقديرات النمذجة أفضل بكثير من العينات الصغيرة، كما أن هذا لا يعني أنه يمكن استخدام عينات صغيرة (أقل من 100 مثلاً) من أجل دراسات على مجتمعات كبيرة (تفوق المليون مفردة مثلاً). وتعتبر قاعدة العشرة (10) أضعاف أن حجم العينة يجب أن يكون: (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2021)

- أكبر بعشرة أضعاف من أكبر عدد من المؤشرات التكوينية المستخدمة لقياس مبنى واحد.
- أكبر بعشرة أضعاف من أكبر عدد من المسارات الهيكلية الوجيهة إلى مبنى واحد معين في النموذج الهيكلية للدراسة.

تشير هذه القاعدة إلى أن الحجم الأدنى للعينة يجب أن يكون أكبر بعشرة أضعاف من أكبر عدد من رؤوس الأسهم التي تشير إلى متغير كامن في أي مكان من النموذج الخاص بالدراسة، فمثلاً إذا كان عدد الأسهم الموجهة لمتغير كامن ما في النموذج يساوي 12 عشرة سهم، أو بعبارة أخرى يتم قياس متغير ما باستخدام 12 مؤشر عاكس، فإن حجم العينة في هذه الحالة يجب أن تفوق 120 كحد أدنى. وهو ما يتطابق مع هذه الدراسة حيث بلغ عدد المؤشرات المستخدمة لقياس متغير الدعم المالي ثلاثة عشرة مؤشر (13) في حين بلغ حجم العينة 122 وهذا يعتبر مقارب. هناك قاعدة أخرى يتم استخدامها في الحالات التي يكون فيها المجتمع غير معرف، وهي قاعدة عدد المتغيرات في النموذج، وتنص هذه القاعدة على أن حجم العينة يساوي إلى عدد المتغيرات في النموذج مضروب في العدد عشرة (10)، أي إذا كان عدد المتغيرات يساوي خمسة (5) مثل ما هو الحال في النموذج الخاص بهذه الدراسة، فإن حجم العينة يساوي خمسة (5) ضرب عشرون (20) وتساوي خمسون (50) (Dessyana & Riyanti, 2017). وبالتالي يمكن القول أن متطلبات الحد الأدنى لحجم العينة متوفر في هذه الدراسة. كما أن أغلب الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المؤسسات الناشئة من خلال الاستبيان كأداة لجمع البيانات كان حجم العينة فيها مقارب لما تم استخدامه في هذه الدراسة. يوضح الجدول رقم (11) عدد من الدراسات التي تم إنجازها في مجموعة من البلدان المختلفة، التي تناولت في مضمونها جانب من جوانب المؤسسات الناشئة أو المؤسسات بصفة عامة، مع استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المؤسسات، وكذلك استخدام النمذجة بالمعادلات البنائية (PLS-SEM) كأسلوب للتحليل في الجانب التطبيقي، من خلال الجدول يتضح أن حجم العينة تراوح بين 62 مؤسسة كأدنى حد لدراسة تم إنجازها في المغرب، و 320 مؤسسة كأعلى قيمة لدراسة تم إنجازها في

الطريقة والأدوات

فيتنام، وبالتالي يمكن القول أن حجم العينة المعتمد في هذه الدراسة والمتمثل في 122 مؤسسة يعتبر مقبول، مقارنة مع ما هو معروض في الجدول أدناه.

الجدول (11): العينة المستخدمة حسب الدراسات السابقة.

| حجم العينة | البلد | المرجع | عنوان الدراسة |
|------------|-----------|---|--|
| 100 | البرازيل | Frare, Cruz, Lavarda, &) (Akroyd, 2022 | Packages of management control systems, entrepreneurial orientation, and performance in Brazilian startups |
| 131 | إندونيسيا | Kurniawan & Dachyar,) (2021 | Tech –Startup Digital Business Strategy Utilizing Structural Equation Modeling (SEM) |
| 120 | ماليزيا | (Kee & Rahman, 2017) | This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search. |
| 320 | فيتنام | (Le Trinh, 2019) | Factors Affecting Startup Performance of Small and Medium–Sized Enterprises in Danang City |
| 124 | نيجيريا | (Aminu & Mahmood, 2015) | Mediating Role of Dynamic Capabilities on the Relationship between Intellectual Capital and Performance: A Hierarchical Component Model Perspective in PLS–SEM Path Modeling |
| 241 | عمان | (Al Badi & Khan, 2020) | Examining Challenging Factors of Tourism Entrepreneurship in Oman using PLS–SEM |
| 152 | إسبانيا | Robina–Ramírez,) Fernández–Portillo, & Díaz– (Casero, 2019 | Green start–up’s attitudes towards nature when complying with the corporate |
| 62 | المغرب | (BELLIHI & OUFKIR, 2022) | Innovation culture and performance of processes and products in Moroccan startups |
| 206 | السعودية | (Abdulrab et al., 2021) | Mediating role of strategic orientations in the relationship between entrepreneurial orientation and performance of Saudi SMEs |
| 133 | الهند | Patil, Navalgund, &) (Mahantshetti, 2022 | Digital Marketing Adoption by Start–Ups and SMEs |

المصدر: بالاعتماد على الدراسة السابقة المذكورة في الجدول.

2. أداة الدراسة

تعتبر المعلومات أو البيانات التي يقوم أي باحث بجمعها بمثابة اللبنة الأساسية التي يبني عليها أي بحث علمي، وهناك العديد من الأدوات والوسائل التي يستعين بها الباحثون من أجل القيام بعملية جمع البيانات، وتختلف الأداة التي يستخدمها الباحث باختلاف البيانات المستهدفة وكذلك باختلاف طريقة تحليل هذه البيانات والهدف من جمعها، وأيضا كمية البيانات المراد جمعها. ولهذا فإن طرق جمع البيانات الملائمة لإجراء دراسة معينة، قد لا تكون ملائمة لإجراء دراسة أخرى، لأنها قد تعطي نتائج غير دقيقة وغير مفيدة بالنسبة للباحث وبالنسبة للهدف من إجراء هذه الدراسة. ولهذا يجب على أي باحث أن يختار أداة جمع البيانات بدقة وعناية فائقة، حتى يتمكن من الوصول إلى النتائج التي يبحث عنها وتحقيق الأهداف المرجوة من دراسته (Lethbridge, Sim, & Singer, 2005).

هناك العديد من أدوات جمع البيانات التي يمكن للباحث الاعتماد عليها عند قيامه بالدراسة التطبيقية الخاصة ببحثه، مثل الملاحظة والمقابلة والاستبيان (ريال، 2021)، هذا الأخير يعتبر من بين أكثر أدوات جمع البيانات استخداما في الدراسة الحديثة القائمة على التحليل الإحصائي للبيانات، والتي تكون المتغيرات المستخدمة فيها هي متغيرات نوعية أو مجردة والتي لا يمكن قياسها بطريقة مباشرة، وإنما يتم قياسها بطريقة غير مباشرة وبالاعتماد على مجموعة من المؤشرات أو العبارات التي تعكس المعنى الحقيقي والكامل للمتغير محل الدراسة، فمثلا لا يمكن قياس متغير الرضى أو متغير الثقة بطريقة مباشرة، لكن يمكن الاعتماد على عدة مؤشرات تفسر المعنى الحقيقي للرضى أو للثقة (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2021). ولهذا يعتبر الاستبيان من أحسن أدوات الدراسة التي يمكن استخدامها في هكذا نوع من الدراسات والبحوث.

يعرف الاستبيان على أنه أداة لجمع البيانات من عينة معتبرة من المستجيبين الخاضعين لنطاق الدراسة، وعادة ما يتم إرسال هذا الاستبيان إلى المستجيبين بالبريد أو يتم توزيعه على مجموعة من الأشخاص في نفس الوقت من خلال إعطائهم النماذج المناسبة وجمعها لاحقا (Gangrade, 1982)، ويتم هذا من خلال نموذج معين يصممه الباحث بنفسه أو يستعين بمجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع. يراعى في إعداد الاستبيان مجموعة من الضوابط والقواعد، كأن تكون لغة الأسئلة سليمة ومفهومة وواضحة، كما يجب أن يكون الباحث على دراية أولية بالمبحوثين المستهدفين من خلال هذا الاستبيان، فمثلا الاستبيان الموجه للسياح والأجانب يجب أن تراعى فيه بعض الضوابط والشروط على عكس الاستبيان الموجه للسكان المحليين، كذلك الاستبيان الموجه للأطفال سيختلف بالتأكيد عن ذلك الموجه للبالغين، كذلك أن يتجنب

المصمم في الاستبيان الأسئلة المخرجة التي قد تؤدي بالمستجيب إلى عدم الاجابة على الأسئلة المطروحة أو جزء معين منها (حوتية & عفيفة, 2019).

مع التطور التكنولوجي الحاصل ومع ظهور منصات التواصل الاجتماعي وما يعرف بالمجتمع الافتراضي، أصبح من السهل على الباحث أن يقوم بجمع البيانات الضرورية واستهداف العينة المنشودة من خلال ما يعرف بالاستبيان الإلكتروني، وعلى عكس الطريقة التقليدية تسمح هذه الطريقة للباحث باختصار الجهد والوقت والتكلفة، لكن هذا لا ينفي وجود عدة عيوب لهذه الطريقة (غربي & تيشوش, 2023).

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى تأثير الدعم المالي والدعم غير المالي المقدم من طرف أجهزة الدعم والمرافقة في الجزائر على نجاح المؤسسات الناشئة، ولقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من العينة المنشودة (المؤسسات الناشئة في الجزائر)، من أجل الوصول إلى تحقيق الهدف المنشود من هذه الدراسة، ومن الأسباب التي دفعت بنا إلى اختيار الاستبيان كأداة لجمع البيانات هو وجود الكثير من الدراسات خاصة الاجنبية منها، والتي تناولت مواضيع تشبه هذا الموضوع واعتمدت في دراستها التطبيقية على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المؤسسات الناشئة ونذكر على سبيل المثال دراسات كل من، (Ahmadabadi & Heravi, 2019) (Zaman, Nawaz, Tariq, & Humayoun, 2019) (Thavorn, Chandrachai, Klongthong,) (Rompho, 2018) (Sivathanu & Pillai, 2020) (Hou, Hong, & Zhu, 2019) (Thanabodypath, & Dhammathattariya, 2020) (Baluku,) (Prohorovs, Bistrova, & Ten, 2019) (Dessyana & Riyanti, 2017) (Pramono, Manurung,) (Bednár & Tarišková, 2017) (Kikooma, & Kibanja, 2016) (Heriyati, & Kosasih, 2021). كما أنه تم اختيار أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية من أجل تحليل العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة، وكما هو معلوم فإن النمذجة بالمعادلات البنائية تتطلب غالباً جمع البيانات عن طريق الاستبيان من العينة المستهدفة (على الرغم من أنه هناك دراسات استخدمت البيانات الكمية).

1.2. تصميم أداة الدراسة

تم تقسيم الاستبيان إلى قسمين (2) رئيسيين، قسم أول متعلق بالبيانات الوصفية للدراسة والأسئلة الديمغرافية للعينة المستهدفة، وقسم متعلق بالفقرات التي تم اعتمادها في قياس متغيرات النموذج والتي كانت كما يلي: نجاح المؤسسات الناشئة كمتغير تابع، الدعم المالي والدعم غير المالي كمتغيرين مستقلين، الميزة التنافسية كمتغير وسيط بين الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة

الطريقة والأدوات

أخرى، وكذلك التوجه المقاولاتي كمتغير معدل للعلاقة بين كل من الدعم المالي والدعم الغير المالي، ونجاح المؤسسات الناشئة.

1.1.2. القسم المتعلق بالبيانات الوصفية

تم في هذا القسم من الاستبيان إدراج أسئلة متعلقة على العموم بالمتغيرات الوصفية لعينة الدراسة المستهدفة والتي تمثلت فيما يلي: الجنس وتم ترميزه برمز (Sex) وتم قياسه كما يلي (01) ذكر و(2) أنثى. العمر وتم ترميزه (Age) في حين تم قياسه ب (1) بين 20 و 30 سنة، (2) بين 30 و 40 سنة (3) أكبر من 40 سنة. عمر المؤسسة وتم ترميزه ب (Age startup) وقياسه (1) من سنة واحدة إلى سنتين (2) من ثلاث سنوات إلى خمس سنوات (3) من خمس سنوات إلى ثمان سنوات، قطاع النشاط وتم ترميزه (Sect) وقياسه ب(1) صناعي (2) فلاحي (3) خدمي، منطقة النشاط وتم ترميزها (Zone) في حين تم قياسها ب (1) شمال و(2) جنوب. يوضح الجدول رقم (12) وصف شامل عن قسم البيانات الديمغرافية من استبيان الدراسة.

الجدول (12): القسم المتعلق بالبيانات الوصفية لعينة الدراسة.

| المتغير | الترميز | القياس (عند تفرغ البيانات) |
|--------------|---------|---|
| الجنس | Sex | ذكر.....(1) أنثى.....(2) |
| العمر | Age | بين 20 و 30 سنة.....(1) بين 30 و 40 سنة.....(2) أكبر من 40 سنة.....(3) |
| عمر المؤسسة | Agest | بين سنة وستين.....(1) بين ثلاث سنوات وخمس سنوات.....(2) بين خمس وثمان سنوات.....(3) |
| قطاع النشاط | Sector | صناعي.....(1) فلاحي.....(2) خدمي.....(3) |
| منطقة النشاط | Zon | شمال.....(1) جنوب.....(2) |

المصدر: من إعداد الطالب.

2.1.2. القسم الخاص بمتغيرات الدراسة

يتضمن هذا القسم خمسة (5) محاور بحسب عدد المتغيرات الداخلة في تشكل النموذج النهائي لهذه الدراسة، ولهذا سيتم التفصيل في كل محور على حدى من حيث عدد الفقرات التي تم اعتمادها في قياس كل متغير، وكذلك ترميزها (يقصد بالترميز كيفية كتابة كل متغير عند القيام بعملية تفرغ البيانات ونقلها إلى برنامج (Smart PLS) وقياسها.

1.2.1.2. متغير نجاح المؤسسات الناشئة (startups success)

كما تم الإشارة إليه في الجزء المتعلق بتعريف النجاح في المؤسسات الناشئة، فإنه لا يوجد مفهوم واحد وموحد لتعريف النجاح في المؤسسات الناشئة وحتى في المؤسسات بصفة عامة، وهذا لأن مفهوم النجاح قد يختلف من مؤسسة إلى أخرى ومن رائد أعمال إلى آخر، فما يراه شخص معين على أنه نجاح، قد لا يعتبر كذلك بالنسبة لشخص آخر، ولهذا فإن كلمة نجاح تعتبر كلمة مطاطية يتغير معناها بحسب الزاوية التي ينظر منها كل صاحب مؤسسة، وبحسب الأهداف المسطرة والرضى الداخلي للشخص على ما تم تحقيقه أو الوصول إليه. نادرا ما تم قياس النجاح أو الأداء أو النمو مثلا في المؤسسات الناشئة أو في غيرها بالاعتماد على الاستبيان خاصة في الدراسات المحلية، بل يتم الاعتماد على مؤشرات كمية للحكم على مدى نجاح المؤسسات مثل المردودية والربحية والمبيعات وغيرها من المؤشرات الكمية في المؤسسات الناشئة، لكن وكما تم التوضيح سابقا حول سبب اختيار الاستبيان كأداة لجمع البيانات، فإن هناك الكثير من الدراسات مؤخرا خاصة الدراسات الأجنبية منها قامت بتناول متغير النجاح في المؤسسات الناشئة على أنه من المفاهيم المجردة، وبالتالي يمكن قياسه من خلال مؤشرات نوعية (فقرات) تعكس وتلم بالمعنى الحقيقي للنجاح في المؤسسات الناشئة.

تم قياس متغير نجاح المؤسسات الناشئة (startups success) كمتغير تابع في هذه الدراسة من خلال عشرة (10) مؤشرات (فقرات)، حيث تم ضبط المؤشرات بالاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت النجاح أو الأداء أو النمو باعتبارها تصب في نفس المعنى وعلى العموم تم اعتماد المؤشرات التالية لقياس متغير النجاح في المؤسسات الناشئة: الأرباح، رقم الأعمال، الحصة السوقية، عدد العمال، النمو، السيولة، رضى العملاء، مدى اعتماد المؤسسة على أدوات التكنولوجيا الحديثة لتسيير نشاطاتها، مدى قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف المسطرة، (Marullo, Casprini, Di Minin, & Piccaluga, 2018) (Suliyanto & Rahab, 2012) (Zhou & De Wit, 2009) (Yankov, Ruskov, &) (Haralampiev, 2014)، وقد تم استعمال هذا العدد من الفقرات أو المؤشرات (العبارات) حتى تعكس

الطريقة والأدوات

المفهوم الحقيقي والكامل للنجاح وتغطية كل الجوانب التي تتعلق بالمتغير. تم ترميز الفقرات من SS1 إلى غاية SS10 في حين تم قياسها بالاعتماد على سلم ليكرت السباعي من 1 غير موافق بشدة، إلى غاية 7 موافق بشدة. لمزيد من التفصيل حول الفقرات وبنائها وترميزها وترتيبها في أداة الدراسة أنظر الجدول رقم (13).

الجدول (13): أبعاد متغير نجاح المؤسسات الناشئة.

| الترتيب | الفقرات | ترميزها | المصدر |
|---------|--|---------|--------------------------------|
| 1 | تحقق مؤسستكم أرباحا مستمرة ومنتزدة سنويا. | Ss1 | (Zhou & De Wit, 2009) |
| 5 | يشهد رقم أعمال مؤسستكم تزايد مستمر من سنة إلى أخرى. | Ss2 | |
| 7 | تتوفر مؤسستكم على السيولة دائما. | Ss3 | |
| 10 | الحصة السوقية لمؤسستكم تحقق نمو مستمر من سنة إلى أخرى. | Ss4 | |
| 47 | من المتوقع أن يشهد عدد العمال داخل مؤسستكم تزايد مستمر. | Ss5 | Suliyanto & Rahab,) (2012) |
| 28 | تحقق مؤسستكم نموا مستمرا في حجم المبيعات خلال كل سنة مقارنة بالسنة التي سبقتها. | Ss6 | |
| 40 | عموما، تشعرون بالرضى النفسي عن الأعمال والإنجازات المحققة من طرفكم. | Ss7 | |
| 14 | يشعر زبائنكم بالرضى عن المنتجات/الخدمات التي تقدمونها. عموما، مؤسستكم لديها القدرة على تحقيق الأهداف المسطرة | Ss8 | (Marullo et al., 2018) |
| 45 | في المدى القصير، وستعمل جاهدة على تحقيق أهدافها على المدى الطويل. | Ss9 | |
| 35 | تتماشيا مع التطورات الكبيرة في مجال التكنولوجيا وشبكات الأنترنت، تعتمد مؤسستكم على هذه الأخيرة في تسيير بعض أعمالها. | Ss10 | |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان.

2.2.1.2. الدعم المالي ((Financial support))

تم تقسيم الدعم (support) كمتغير مستقل كلي في هذه الدراسة إلى نوعين: الدعم المالي (Financial support) والدعم غير المالي (Non-financial support)، ويتمثل الدعم المالي في كل المساعدات المالية بمختلف أشكالها التي تحصل عليها المؤسسة (Ferahtia, 2021)، والتي تقدمها غالبا مختلف الهيئات والأجهزة المختصة في دعم المؤسسات الناشئة، وقد تختلف الاحتياجات المالية التي تطلبها

الطريقة والأدوات

المؤسسات الناشئة من مؤسسة إلى أخرى، فهناك مؤسسات تحتاج إلى الدعم المالي في مرحلة التأسيس (رأس المال التأسيسي)، وهناك مؤسسات تحتاج إلى الدعم المالي بعد عملية التأسيس والانطلاق في مزاوله مختلف أنشطتها الانتاجية والتسويقية، ومختلف أنشطة البحث والتطوير والابتكار، وغيرها من الأنشطة الأخرى سواء التقليدية أو الحديثة للمؤسسة، والتي تحتاج إلى غطاء مالي قد يكون معتبر بالنسبة للمؤسسة حديثة النشأة.

وقد تم في هذه الدراسة استخدام ثمانية (8) مؤشرات أو فقرات من أجل قياس متغيرات الدعم المالي، ومحاولة تغطية كل الجوانب المتعلقة بهذا المتغير، حتى تعكس المفهوم الحقيقي والكامل لمتغير الدعم المالي (Financial support)، وعلى العموم فقد شملت هذه المؤشرات النقاط التالية: رأس المال التأسيسي للمؤسسة، تمويل الأفكار الجديدة والابتكارية في المؤسسة، مدى قدرة المؤسسة على تحصيل التمويل الحكومي، الوسطاء والمساهمين، القروض البنكية، المساعدات والتخفيضات الضريبية. وقد تم ترميز الفقرات من SF1 إلى غاية SF2، وتم قياسها بالاعتماد على سلم ليكرت السباعي. أنظر الجدول رقم (14).

الجدول (14): مؤشرات (فقرات) متغير الدعم المالي.

| الترتيب | المؤشرات (الفقرات) | الترميز | المصدر |
|---------|---|---------|--|
| 3 | لم يكن صعبا الحصول على رأس مال لمؤسستكم الناشئة. | SF1 | Islam & Khan,) (2021 |
| 6 | مؤسستكم لا تجد صعوبة في تمويل المشاريع (الأفكار) الجديدة. | SF2 | Heydebreck,) Klofsten, & Maier, (2000 |
| 21 | تحتاج مؤسستكم إلى مساعدة في الاتصال مع الممولين من بنوك أو مساهمين. | SF3 | Knockaert,) |
| 24 | تحتاج مؤسستكم المساعدة لجذب المساهمين. | SF4 | Vandenbroucke, & (Huyghe, 2013 |
| 38 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في الحصول على القروض. | SF5 | |
| 46 | المؤسسات المالية توفر التمويل الكافي والمطلوب من طرف مؤسستكم. | SF6 | Khan, Quaddus,) Weber, & Geneste, (2020 |
| 16 | تحتاج مؤسستكم إلى مساعدة للحصول على التمويل العمومي (الحكومي) لمختلف الأنشطة. | SF7 | Knockaert et al.,) (2013 |
| 13 | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة من أجل الاستفادة من التحفيزات الضريبية. | SF8 | |

المصدر: بالاعتماد على استبيان الدراسة.

3.2.1.2 الدعم غير المالي (Non-financial support)

ويتمثل الدعم غير المالي في كل المساعدات غير المالية (غير المادية) التي تحصل عليها المؤسسة الناشئة أو أي مؤسسة مهما كان تصنيفها ومهما كانت مرحلتها العمرية، من هيئات الدعم والمرافقة المتخصصة في تقديم هذا النوع من الدعم (Rita, Nugrahanti, Kristanto, & Nastiti, 2022)، والذي يمكن أن نطلق عليه أيضا اسم المرافقة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة، خاصة في الدراسات المحلية التي تفرق بين الدعم المالي والمرافقة على هذا الأساس، فمثلا إذا نظرنا إلى مفهوم المرافقة نجد أنها تعني: "عملية تقديم الاستشارة والنصح من طرف الخبراء في المجال، وكذلك تدريب حامل المشروع على مواجهة مختلف الأخطار والاضطرابات التي قد تواجهه قبل وأثناء وبعد إنشاء المشروع" (عثماني & سيد، 2023)، وبالتالي يمكن أن نعتبر أن المرافقة المقاولاتية تندرج تحت غطاء الدعم غير المالي (في هذه الدراسة طبعا). إذن فالمؤسسات الناشئة مثلما تحتاج إلى الدعم المالي، تحتاج أيضا إلى الدعم في مجال التسويق ومجال الإدارة ومجال التكنولوجيا، كما تحتاج إلى تدريب العاملين من أجل تعزيز مهاراتهم، وتحتاج أيضا إلى الاستشارات القانونية في مجال الضرائب والتأمينات، تحتاج أيضا إلى الاحتكاك بالمؤسسات الأخرى خاصة تلك الرائدة والكبيرة التي حققت نجاحات على العديد من المستويات، ولهذا ومن أجل الإلمام بمختلف الجوانب التي تعكس المفهوم الحقيقي والكامل لمفهوم الدعم غير المالي.

تم استخدام ثلاثة عشرة (13) مؤشر (فقرة) من أجل قياس متغير الدعم غير المالي (Non-financial support) في هذه الدراسة (Heydebreck et al., 2000) (Knockaert et al., 2013)، وشملت هذه المؤشرات بصفة عامة العناصر التالية: التسويق بما في ذلك المساعدة في البحث عن شركاء أعمال للمساعدة في العملية التسويقية وتحديد العملاء المحتملين وتحديد احتياجات العملاء واستغلال الفرص المتاحة، كذلك التكنولوجيا والابتكار بما في ذلك المساعدة في تطوير المنتجات أو التطبيقات المبتكرة، والحصول على الاستشارات في هذا المجال بالإضافة إلى المساعدة في إيجاد شركاء تعاونيين في مجال الابتكار والتكنولوجيا، كذلك المساعدة في توليد أفكار جديدة وتطوير الأفكار القائمة، المساعدة في الحصول على التعليم والتدريب، المساعدة في حضور المنتقيات والندوات العلمية ذات العلاقة بالمقاولاتية والمؤسسات الناشئة مما يسمح للمؤسسة بالاحتكاك مع بقية المؤسسات الأخرى الفاعلة في هذا المجال، والتعرف على مختلف هيئات الدعم والمرافقة المتاحة لها، بالإضافة إلى المساعدة في تطوير خطة العمل وتطوير الاستراتيجية المتبعة على المدى البعيد. كل هذه العناصر السابقة الذكر إذا ما تمكنت المؤسسة من توفيرها فإنها ستعزز من الحفاظ على مكانتها وتموضعها في السوق، وبالتالي زيادة فرص نجاحها واستمراريتها. تم

الطريقة والأدوات

ترميز العبارات أو الفقرات المستخدمة في قياس متغير الدعم غير المالي كما يلي: من NFS1 إلى غاية NFS13، في حين تم قياسها بالاعتماد على سلم ليكرت السباعي من (1) غير موافق بشدة إلى غاية (7) موافق بشدة. ولمزيد من التفصيل حول صياغة العبارات وترتيبها وترميزها أنظر الجدول رقم (15).

الجدول (15): مؤشرات (فقرات) قياس متغير الدعم غير المالي.

| الترتيب | المؤشرات (الفقرات) | ترميزها | المصدر |
|---------|---|---------|-------------------------------|
| 2 | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة في تسويق المنتجات أو الخدمات التي تقدمها. | NFS1 | |
| 4 | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة في تطوير خطة العمل. | NFS2 | |
| 11 | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة في البحث عن شركاء أعمال للمساعدة في التسويق. | NFS3 | Heydebreck et al.,) (2000 |
| 15 | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة من أجل حضور المنتقيات والمؤتمرات. | NFS4 | |
| 18 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في إقامة اتصالات مع الشركات الأخرى. | NFS5 | |
| 19 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في تحقيق مشاريع الابتكار التكنولوجي. | NFS6 | |
| 22 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في الاستفادة من دورات تعليمية وتدريبية. | NFS7 | |
| 27 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في تطوير منتج أو تطبيق جديد. | NFS8 | |
| 29 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في توليد أفكار جديدة. | NFS9 | Knockaert et al.,) (2013 |
| 30 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في تحديد المنافسين والعملاء المحتملين. | NFS10 | |
| 32 | تحتاج مؤسستكم استشارات في المجال التكنولوجي. | NFS11 | |
| 37 | تحصل مؤسستكم على المساعدة في إيجاد شركاء تعاونيين في مجال البحث والتطوير. | NFS12 | |
| 33 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في تحديد الاحتياجات واستغلال الفرص. | NFS13 | |

المصدر: بالاعتماد على استبيان الدراسة.

4.2.1.2 متغير الميزة التنافسية (Competitive advantage)

يمثل متغير الميزة التنافسية (Competitive advantage) في النموذج الخاص بهذه الدراسة دور المتغير الوسيط (intermediate variable)، الذي يجمع بين كل من الدعم المالي والدعم غير المالي (كمتغيرين مستقلين) من جهة، والمتغير التابع المتمثل في نجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى، فالميزة التنافسية تعتبر من العوامل الداخلية أو المؤسساتية التي تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة، ولهذا يجب على أي مؤسسة أن تعمل على استهداف هذه الميزة التي تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى المنافسة لها في نفس الصناعة تسمح لها أن تتموضع بشكل جيد في السوق.

تم في هذه الدراسة استخدام سبعة (7) مؤشرات (فقرات) من أجل القيام بقياس متغير الميزة التنافسية (Competitive advantage) بشكل كامل (Mahmood & Hanafi, 2013)، وحتى تعكس هذه المؤشرات وتغطي المفهوم الكامل والحقيقي للمتغير المعني، وقد شملت هذه المؤشرات بصفة عامة الجوانب التالية: صعوبة تقليد المنتجات الخاصة بالمؤسسة من طرف المنافسين، مدى قدرة المؤسسة على تتبع التغييرات الجديدة الحاصلة في الأسواق المستهدفة، مدى قدرة المؤسسة على تحليل رضى العملاء عن منتجاتها المقدمة، مدى تفرد منتج المؤسسة بخصائص مميزة مقارنة بالمنتجات الأخرى المشابهة في السوق. وقد تم ترميز عبارات متغير الميزة التنافسية من CA1 إلى غاية CA6، في حين تم قياسها بالاعتماد على سلم ليكرت السباعي، من (1) غير موافق بشدة، إلى غاية (7) موافق بشدة. ولمزيد من المعلومات حول ترتيب الفقرات في الاستبيان وطريقة صياغة الفقرات وترميزها، أنظر الجدول رقم (16).

الجدول (16): يوضح مؤشرات (فقرات) قياس متغير الميزة التنافسية.

| ترتيبها | المؤشرات (الفقرات) | الترميز | المصدر |
|---------|--|---------|------------------------|
| 12 | يصعب على المنافسين تقليد منتجاتكم. | CA1 | Mahmood & Hanafi, 2013 |
| 9 | تتمتع منتجاتكم بخصائص مميزة مقارنة بمنتجات منافسيكم. | CA2 | |
| 23 | تحليلكم لرضا العملاء عن المنتجات جيد. | CA3 | |
| 25 | يمكن التنبؤ بأفعال المنافسين المحليين والأجانب. | CA4 | |
| 26 | قدرتكم على تتبع التغييرات في احتياجات العملاء ورغباتهم جيدة. | CA5 | |
| 34 | استجابتكم للتحركات التنافسية في السوق جيدة. | CA6 | |
| 43 | تتميز مؤسستكم بسرعة الاستجابة لتلبية التغييرات في احتياجات العملاء ورغباتهم. | CA7 | |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان.

5.2.1.2. متغير التوجه المقاولاتي (entrepreneurial orientation)

بالنسبة لمتغير التوجه المقاولاتي (entrepreneurial orientation) فقد تم إدراجه ضمن نموذج الدراسة كمتغير معدل (moderating variable) للعلاقة بين كل من المتغيرين المستقلين (الدعم المالي والدعم غير المالي)، والمتغير التابع (نجاح المؤسسات الناشئة)، إن التوجه المقاولاتي يعتبر بمثابة النتيجة الحتمية للمزج بين كل من المخاطرة، الابتكار والاستباقية دفعة واحدة. أي أن التوجه المقاولاتي يرتبط أساسا بالاستراتيجية التي يتبناها صناع القرار أو الإدارة في المؤسسات بصفة عامة، والتي تقوم أو تبني على المزج بين العناصر الثلاثة السابقة الذكر (الابتكار، المخاطرة، الاستباقية)، ولهذا تم وضع العبارات التي تمس العناصر الثلاثة السابقة معا.

تم في هذه الدراسة استخدام تسعة (9) مؤشرات (فقرات) من أجل القيام بقياس متغير التوجه المقاولاتي (entrepreneurial orientation) (Basco, Hernández-Perlines, & Rodríguez-García, 2020)، حيث تم هذا بالاعتماد على العناصر الثلاثة السابقة الذكر المكونة لمفهوم التوجه المقاولاتي، فبالنسبة لبعد المخاطرة أو تحمل المخاطرة (Risk taking) تم قياسه باستخدام ثلاثة (3) مؤشرات تم ترميزها من EO1 إلى غاية EO3، كما تم قياس بعد الابتكار (innovativensse) باستخدام ثلاثة (3) مؤشرات أيضا، وتم ترميزها من EO4 إلى غاية EO6، نفس الشيء بالنسبة لمتغير الاستباقية (Proactiveness) الذي تم قياسه هو الآخر بالاعتماد على ثلاثة (3) مؤشرات تم ترميزها من EO7 إلى غاية EO9. أما بالنسبة لقياس الفقرات التسعة المكونة لمتغير التوجه المقاولاتي فقد كان هذا بالاعتماد على سلم ليكرت السباعي من (1) موافق بشدة إلى غاية (7) غير موافق بشدة. ولمزيد من المعلومات حول صياغة الفرضيات وترميزها وتموضعها في استبيان الدراسة أنظر إلى الجدول رقم (17).

الطريقة والأدوات

الجدول (17): مؤشرات (فقرات) قياس متغير التوجه المقاولاتي.

| الترتيب | المؤشرات (الفقرات) | الترميز |
|---------|---|---------|
| 31 | تفضل مؤسستكم بشدة المشاريع عالية المخاطر التي لها إمكانية تحقيق عائد مرتفع للغاية. | EO1 |
| 41 | نظرًا لطبيعة البيئة ، تتخذ مؤسستكم دائمًا إجراءات استراتيجية جريئة واسعة النطاق بدلاً من إجراء تغييرات تكتيكية طفيفة. | EO2 |
| 20 | عند مواجهة قرارات تنطوي على عدم اليقين، تتبنى مؤسستكم دائمًا موقفًا جريئًا لتعظيم احتمالية استغلال الفرص. | EO3 |
| 8 | تفضل مؤسستكم التركيز القوي على البحث والتطوير والريادة التكنولوجية والابتكار. | EO4 |
| 17 | تفضل مؤسستكم الإجراءات والأنظمة والأساليب المجربة والصحيحة. | EO5 |
| 36 | مؤسستكم على استعداد لتجربة طرق جديدة للقيام بالأشياء والبحث عن حلول غير عادية ومبتكرة. | EO6 |
| 39 | مؤسستكم، من أوائل المؤسسات في قطاع نشاطها التي تقدم منتجات أو خدمات جديدة. | EO7 |
| 44 | في التعامل مع منافسيها، ستكون مؤسستكم سباقة في القيام بمبادرات تجارية ثم يليها بقية المنافسين. | EO8 |
| 42 | بشكل عام، تفضل مؤسستكم أن تكون متقدمة على المنافسين الآخرين في تقديم أفكار أو منتجات جديدة. | EO9 |

(Basco et al.,)
(2020)

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الاستبيان.

بلغ إجمالي عدد الفقرات المستخدمة في تكوين أداة الدراسة سبعة وأربعون (47) فقرة، تعكس المفهوم النظري للمتغيرات الخمسة الداخلة في تكوين النموذج النهائي للدراسة، وقد تم الاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات النموذج من أجل اختيار الفقرات وترجمتها وإعادة الصياغة بعناية تامة، بحيث لا يحدث خلل في المعنى الحقيقي للفقرة بعد الترجمة، وكذلك يكون معناها واضح ومفهوم بالنسبة للمستجيب، وبالتالي لا يواجه أي صعوبة أو مشكلة في ملئ الاستمارة، وقد تم تحكيم الاستمارة من طرف المشرف وضبطها قبل القيام بعملية الطبع من أجل توزيعها على عناصر العينة المستهدفة من هذه الدراسة.

2.2. توزيع الاستبيان وجمع البيانات

تم القيام بإعداد أداة الدراسة في شهر جوان من سنة 2021، ومباشرة بعد الانتهاء من إعداد الاستبيان تم القيام بعملية التوزيع في شهر جويلية من نفس السنة، وبما أن الهدف من هذه الدراسة هو تحليل نجاح المؤسسات الناشئة، فقد كانت العينة المستهدفة هي المؤسسات الناشئة في الجزائر، وقد تم اعتماد معيار العمر هو المعيار الأساسي من أجل استهداف المؤسسات الناشئة، كما تم استهداف بالدرجة الأولى المؤسسات التي استفادت من أحد أنواع الدعم المالي أو غير المالي، والبدائية كانت مع المؤسسات التابعة لمشاتل المؤسسات ومراكز التسهيل (مراكز الدعم والاستشارة حاليا)، حيث تم التنقل شخصيا إلى العديد من مراكز التسهيل ومشاتل المؤسسات في الجزائر وإيداع الاستثمارات من أجل استرجاعها لاحقا سواء عن طريق البريد الإلكتروني أو بالعودة إليها لاحقا، كما تم التنقل إلى مركز الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار (ADPMEPI)، المتواجد مقرها بالجزائر العاصمة والتي تعتبر بمثابة المديرية العامة لمشاتل المؤسسات الناشئة ومراكز الدعم والاستشارة، من أجل الحصول على استفسارات أو إحصائيات حول عدد المشاتل ومراكز التسهيل، وحول عدد المؤسسات المحتضنة من قبلها، لكن للأسف لم يتم تزويدنا بأي معلومة حول المؤسسات وتم الاكتفاء بمنحنا العناوين الإلكترونية وأرقام هواتف المشاتل ومراكز التسهيل البالغ عددها ثمانية عشرة (18) مشتلة، وخمسة وثلاثون (35) مركز دعم واستشارة، موزعين عبر مختلف الولايات. يوضح الجدول رقم (18) الحاضنات ومراكز التسهيل التي تم زيارتها وعدد الاستثمارات المودعة، بالإضافة إلى عدد الاستثمارات المسترجعة إلى غاية كتابة هذه الأسطر.

الجدول (18): الاستثمارات المودعة والمسترجعة من المشاتل ومراكز الدعم والاستشارة عبر الولايات.

| الترتيب | مشاتل المؤسسات | | مراكز الدعم والاستشارة | |
|---------|----------------|-----------|------------------------|-----------|
| | المودعة | المسترجعة | الولايات | المودعة |
| 01 | الولايات | المودعة | الولايات | المسترجعة |
| 02 | الجزائر | 10 | تبيازة | 10 |
| 03 | عنابة | 10 | البلدية | 10 |
| 04 | وهران | 10 | وهران | 10 |
| 05 | باتنة | 10 | أم البواقي | 10 |
| 06 | ميلة | 15 | ميلة | 10 |
| 07 | خنشلة | 10 | خنشلة | 15 |
| المجموع | 07 | 75 | 07 | 75 |

المصدر: من إعداد الطالب.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد الاستثمارات الموزعة قد بلغ 150 استثمارة بين مشاتل المؤسسات ومراكز الدعم والاستشارة عبر 10 ولايات، في حين بلغ عدد الاستثمارات المسترجعة ما يعادل 50 استثمارة منها 34 مسترجعة من المشاتل و16 مسترجعة من مراكز الدعم والاستشارة، وبالتالي فإن نسبة الاسترجاع لم تبلغ 35% من اجمالي الاستثمارات الموزعة، في مدة تجاوزت السنة والنصف من التوزيع والانتظار، على الرغم من توفر بعض المشاتل على العديد من المؤسسات المنضمة لها، والتي تحصل منها على الدعم والمراقبة. تم أيضا مراسلة العديد من المشاتل ومراكز الدعم والاستشارة، سواء عبر الايميل، أو عبر صفحاتهم في منصات التواصل الاجتماعي، على غرار مشنلة غرداية وأدرار، ومراكز جيجل والجلفة وبشار والبيض وتمنراست لكن لم نلقى أي تجاوب من طرفهم.

تم توزيع أيضا سبعة (7) استثمارات على حاضنة الأعمال بالمسيلة، عن طريق أحد الزملاء الذي تنقل إلى الحاضنة مستغلا أحد الأيام المفتوحة على المؤسسات الناشئة على مستوى مقر الحاضنة، مستغلا حضور حاملي علامة مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر. كما تم توزيع تسعة (9) استثمارات على مستوى المركز الجامعي ميلة، أثناء اقامة معرض للمؤسسات الناشئة بمناسبة افتتاح حاضنة الأعمال بالمركز الجامعي، في شهر ديسمبر 2022، ليلبغ عدد الاستثمارات الورقية الموزعة ما يعادل سبعة وخمسون استثمارة (66) ورقية.

وعلى الرغم من أن البرنامج المستخدم في التحليل (Smart PLS)، لا يتطلب وجود عينة كبيرة (كما سيتم التطرق إليه في العنصر الخاص بالتحليل)، كما أن حجم المجتمع غير معرف، لعدم توفر احصائيات حول المؤسسات الناشئة، إلا أن حجم العينة (57) الورقية، لم يكن كافي للقيام بعملية التحليل، ومن أجل هذا تم القيام بإعداد استبيان إلكتروني عن طريق نماذج (google forms) في ديسمبر 2022، من أجل استغلال سهولة هذا الأخير وإنخفاض تكلفته، من أجل العمل على رفع حجم العينة إلى أكثر من مئة (100)، وقد تم توزيعه بالاستعانة ببعض الأساتذة أصحاب الحاضنات الجامعية، مثل حاضنة ميلة وحاضنة تيبازة وحاضنة أدرار، الذين تولوا عملية ارسال الرابط إلى أصحاب المؤسسات الناشئة، وحاملي علامة مؤسسة ناشئة وكذلك حاملي علامة مشروع مبتكر، كما تم إرسال الاستثمارة إلى بعض حاضنة الأعمال الخاصة، عبر صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل حاضنة أعمال (SYLABS) وكذلك حاضنة أعمال (Algeria venture)، كما تم إرساله إلى الحاضنات الجامعية من خلال الصفحات المتوفرة على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك (facebook) وتلغرام (telegram)، وكذلك مراسلة المؤسسات الناشئة وحاملي علامة مؤسسة ناشئة ومشروع مبتكر شخصيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو الهاتف،

وقد بلغ عدد الاستثمارات التي تم جمعها إلكترونياً إلى غاية شهر ماي 2023 ما يعادل 56 استثمارة إلكترونية.

أي أن إجمالي عدد الاستثمارات التي تم جمعها خلال ما يقارب السنتين (2) من التوزيع قد بلغ ما يعادل (122) استثمارة منها (66) استثمارة ورقية حضورية، و (56) استثمارة إلكترونية. وهذه العينة هي التي سيتم الاعتماد عليها من أجل القيام بعملية تحليل البيانات بعد تفريغها في برنامج إكسل (Excel).

تجدر الإشارة إلى أن عملية جمع البيانات استغرقت مدة طويلة نسبياً من طرف الطالب (سنتين)، وهذا لعدة أسباب من بينها حداثة الموضوع (قلة المؤسسات الناشئة) إذا أنه تزامن مع بداية الحديث عن المؤسسات الناشئة في الجزائر، وتبنيها كاستراتيجية بديلة للثروات الباطنية من أجل دفع عجلة النظام الاقتصادي والتخلص من التبعية للنفط، كما أنه لم يكن هناك تعاون يذكر من طرف هيئات الدعم والمرافقة التي تم استهدافها من طرف الطالب مثل المشاتل ومراكز التسهيل (مراكز الدعم والاستشارة حالياً) والتي تم التنقل إلى البعض منها شخصياً من طرف الطلب لكن دون جدوى، وهذا ما أدى إلى عدم استيفاء حجم العينة المطلوب مما اضطر الطالب إلى الاستعانة بالاستبيان الإلكتروني.

3.2.3. التحليل الوصفي للبيانات

يوضح الجدول رقم (19) التحليل الوصفي لبيانات الدراسة التي تم جمعها من خلال الاستبيان، حيث تم استهداف المؤسسات الناشئة في الجزائر كعينة لهذه الدراسة، وقد تضمنت البيانات الوصفية للنموذج خمسة عناصر كما تم الإشارة إليه سابقاً (في القسم الخاص ببناء أداة الدراسة)، حيث تم تحليل البيانات بعد تفريغها باستخدام برنامج SPSS v25، ومن خلال الجدول نلاحظ أن عدد الذكور قد بلغ 70 بما يعادل نسبة 57,4% من إجمالي عدد الاستثمارات المجموعة والمقدر ب 122 استثمارة، وفي المقابل كان عدد المستجيبين (أصحاب المؤسسات الناشئة أو من ينوب عنهم) المحصورة أعمارهم بين 20 و 30 سنة ما يعادل 72 مستجيب وبما نسبته 59% من إجمالي المستجيبين، كما نلاحظ من خلال الجدول أيضاً أن عدد المؤسسات المحصورة أعمارها بين سنة واحدة وسنتين كان هو الأكبر بين إجمالي عدد المؤسسات بما يعادل 86 مؤسسة وبما نسبته 70,5% من إجمالي المؤسسات، أما بالنسبة لقطاع النشاط فيتضح من خلال الجدول أن عدد المؤسسات الناشطة في قطاع الخدمات كان الأكبر بما يعادل 52 مؤسسة وبنسبة 42,6% من إجمالي عدد المؤسسات، في كان عدد المؤسسات التي تنشط في المنطقة الشمالية أكبر بكثير من تلك الناشطة في المناطق الجنوبية بما يعادل 102 مؤسسة أي بنسبة 83,6% من إجمالي عدد المؤسسات المشاركة في الاستبيان. الجدول (19) يوضح النتائج السابقة الذكر بالتفصيل.

الجدول (19): البيانات الوصفية لعينة الدراسة.

| المتغير | الترميز | الوصف | التكرارات |
|--------------|---------|---------------------------|-----------|
| الجنس | Sex | ذكر | 70 57,4% |
| | | أنثى | 52 42,6% |
| العمر | Age | بين 20 و 30 سنة | 72 59% |
| | | بين 30 و 40 سنة | 45 36,9% |
| | | أكبر من 40 سنة | 5 4,1% |
| عمر المؤسسة | Agest | بين سنة وستين | 86 70,5% |
| | | بين ثلاث سنوات وخمس سنوات | 17 13,9% |
| | | بين خمس وثمان سنوات | 19 15,6% |
| قطاع النشاط | sector | صناعي | 48 39,3% |
| | | فلاحي | 22 18% |
| | | خدمي | 52 42,6% |
| منطقة النشاط | Zon | شمال | 102 83,6% |
| | | جنوب | 20 16,4% |

المصدر: بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v 25.

3. التحليل

تم الاعتماد في عملية تحليل البيانات على أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية باستخدام برنامج (Smart PLS v4)، وقبل الانتقال إلى استعراض نتائج عملية التحليل لابد أول من التعريف بهذا الأسلوب الإحصائي، والبرنامج الذي أصبح يحظى باهتمام كبير من طرف الباحثين خاصة في مجال العلوم الانسانية والاجتماعية، والادارية.

1.3. قراءة في الدراسات السابقة

قبل الخوض في عرض المفاهيم النظرية لأسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية، سيتم أولاً القيام بقراءة في الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع أو التي استخدمت النمذجة بالمعادلات البنائية في عملية التحليل الإحصائي لبياناتها، والتي كانت بارزة خاصة في البحوث العلمية ذات الصلة بمجال العلوم الانسانية، مثل الاقتصاد وإدارة الاعمال (Richter, Cepeda-Carrion, Roldán Salgueiro, & Ringle, 2016)، والمقاولاتية (Boubker, Arroud, & Ouajdouni, 2021)، والتسويق (Guenther, Guenther,)، وكذلك العلوم الاجتماعية مثل علم النفس (Rasiah et al., 2022)، كما امتد استعمالها إلى مجال علم الأحياء والطب (Almarzouqi, Aburayya, &)

S. Ali, Yan, Razzaq, Khan,) والبيئة (Kee & Rahman, 2017) والتمريض (Salloum, 2022 (& Irfan, 2023). تم الاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (scopus) من أجل استخلاص البيانات وتحليلها، من أجل التعرف على أهم المقالات التي تم نشرها في المجال، وكذلك أهم الباحثين نشرًا حول الموضوع، والدول الأكثر اهتمامًا بهذا الموضوع وأيضًا أهم المجالات العلمية الرائدة في نشر هذا النوع من المواضيع، بالإضافة إلى مدى تعاون الباحثين والبلدان في مجال نشر الأبحاث التي استخدمت النمذجة بالمعادلات البنائية.

تم البحث في الدراسات التي تناولت موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية في مجال العلوم الاقتصادية والإدارة والمحاسبة، سواء تلك التي سلطت الضوء عليه كموضوع أساسي في الدراسة، أو تلك التي تناولته كأسلوب لتحليل البيانات الخاصة بالدراسة في جانبها التطبيقي، وقد تم في البداية استخدام العبارة التالية في خانة البحث: ("structural equation modeling" OR "pls-sem" OR "CM-sem")، أظهرت النتائج وجود أكثر من 29000 ورقة علمية في مختلف المواضيع والمجالات التي تطرقت في جانب منها على الأقل إلى موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية، سواء القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، أو القائمة على التغيرات المشتركة (CM-SEM)، وقد تم الاختصار فقط على الدراسات التي كانت في مجالي إدارة الأعمال والمحاسبة (Business Management and accounting) وكذلك مجال الاقتصاد، الاقتصاد القياسي والمالية (Economics, Econometrics and Finance)، كما تم تحديد المدة الزمنية من 2010 إلى غاية 2022، وكذلك تحديد المقالات المنشورة باللغة الانجليزية والقابلة للتحميل فقط. كما تم تحديد الكلمات المفتاحية التي تدخل ضمن إطار مجال ومتطلبات، مواضيع البحث وكذلك بما يتناسب ومتطلبات هذه الدراسة ونذكر مثالًا: "Student Learning" , "Structural Equation Modelling" , "Innovation" , "PLS-SEM" , "SEM" , "Entrepreneurial Orientation" , "Small And Medium-sized Enterprise" , "Theory Of Planned Behaviour" , "Risk Factor" , "Structural Equation Modeling (SEM)" ، ليبلغ في النهاية عدد الدراسة التي ستدخل في عملية التحليل، ما يعادل 227 دراسة.

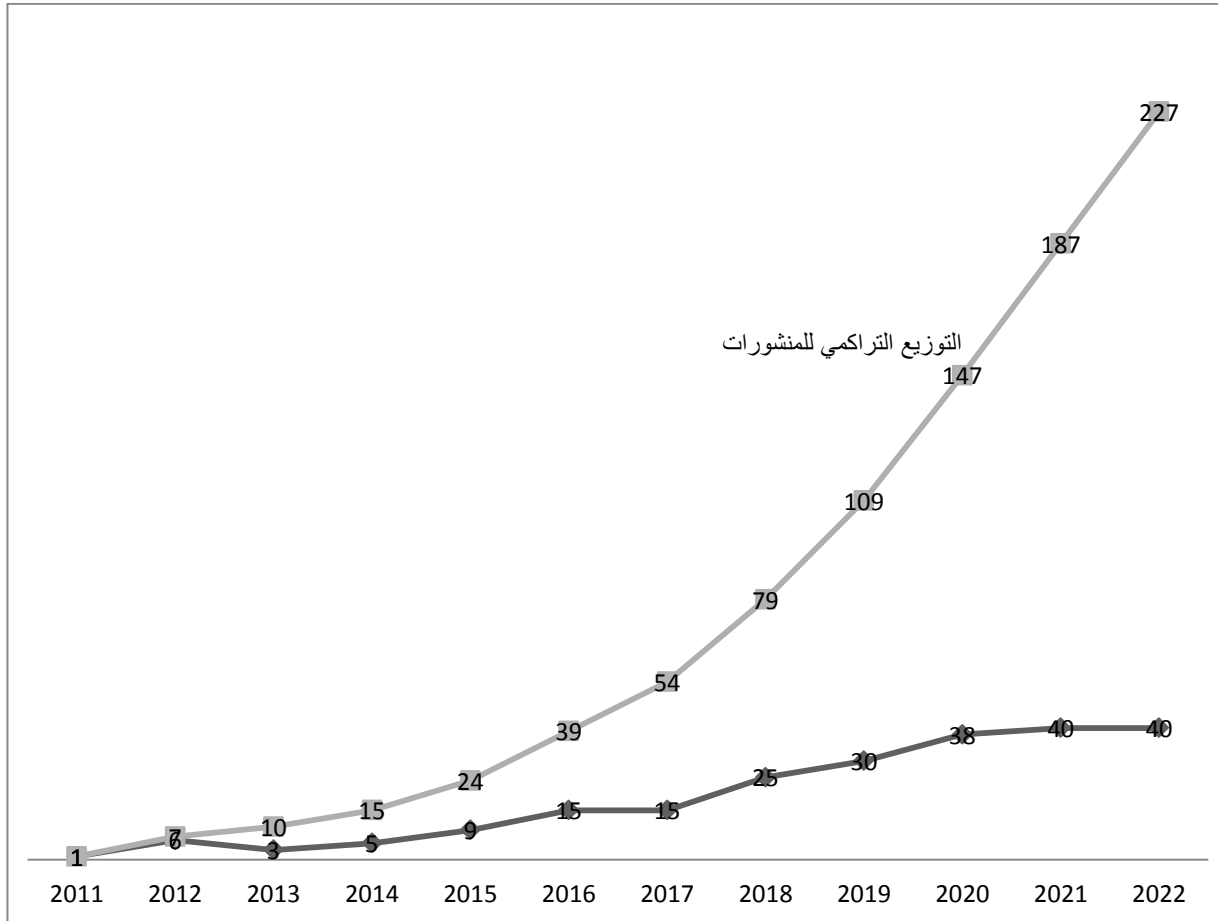
1.1.3 تطور النشر حول النمذجة بالمعادلات البنائية في مجالات الاقتصاد والإدارة والمحاسبة خلال الفترة الزمنية (2010-2022)

يوضح الشكل (11) تطور عدد الأوراق العلمية (المقالات) المنشورة في قاعدة بيانات سكوبس (scopus) والتي تناولت في جزء منها على الأقل النمذجة بالمعادلات البنائية خلال الفترة الزمنية المحصورة

الطريقة والأدوات

بين 2010 و2022، وكما تم الإشارة إليه سابقاً (في الجزء الخاص باستخلاص البيانات) فإن عدد الأوراق العلمية بعد أن تم القيام بعملية الفلترة توقف عند 227 ورقة بحثية خلال الفترة المعتمدة في البحث، والملاحظ للشكل يجد أن عدد الأوراق البحثية سواء في كل سنة على حدى أو التراكمية قد شهد تزايد مستمر خلال فترة الدراسة، حيث توقف عدد المقالات سنة 2010 عند مقال واحد، ليصل سنة 2022 ما يعادل 227 مقال، أي أن عدد الأوراق العلمية المنشورة في قاعدة بيانات سكوبس (scopus) والمكيفة حسب احتياجات هذه الدراسة قد ارتفع كثيراً، وهذا يدل على أن اهتمام الباحثين بأسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية كأسلوب احصائي في تزايد مستمر، خاصة من سنة 2015 إلى سنة 2022، ولمزيد من التفصيل حول تطور النشر في الموضوع أنظر الشكل (11).

الشكل (11): تطور النشر حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية خلال الفترة (2010-2022).



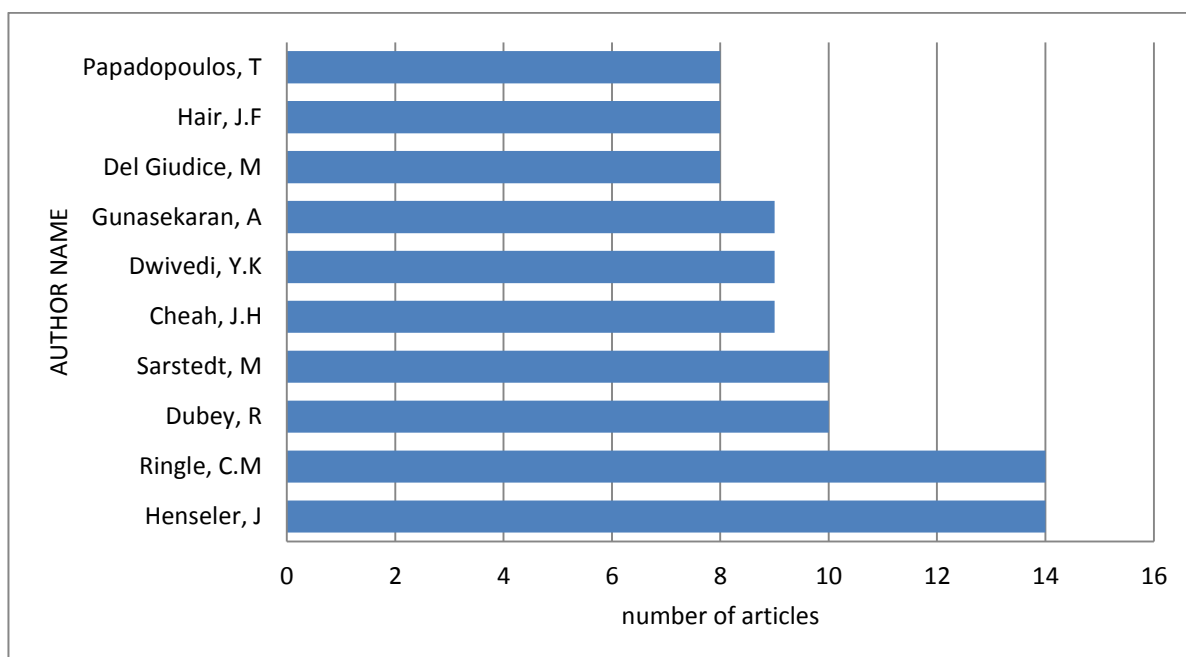
المصدر: بالاعتماد على مخرجات قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج إكسل (Excel).

2.1.3. الباحثين الأكثر نشرًا حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية

يوضح الشكل (12) الباحثين الأكثر نشرًا للمقالات حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية حسب الأبحاث المستخلصة من قاعدة بيانات سكوبس (scopus)، و من خلال الشكل يمكن ملاحظة

أن (Henseler, J) وكذلك (Ringle, C.M) هما الأكثر نشرًا للمقالات بما يعادل أربعة عشرة (14) مقال منشورة في القاعدة لكل منهما، ثم يأتي كل من (Sarstedt, M) وكذلك (Dubey, R) بعشرة (10) مقالات، ثم يأتي (Cheah, J.H)، (Dwivedi, Y.K)، وكذلك (Gunasekaran, A) بتسعة (9) أوراق علمية (مقالات)، ثم كل من (Del Giudice, M) وأيضا (Hair, J.F) بثمانية (8) أوراق علمية. مع الاصرار على الإشارة إلى أن هذه النتائج خاصة فقط بما تم التوصل إليه في هذه الدراسة، والتي تم فلترتها بالتمشي مع احتياجات ومتطلبات العملية البحثية، كما أن أي اختلاف في عملية الفلتر أو في قاعدة البيانات الخاصة بالبحث سيؤدي بالضرورة إلى حدوث اختلاف وتباين في النتائج. ولمزيد من التفاصيل حول الباحثين الأكثر نشرًا في الموضوع أنظر الشكل (12).

الشكل (12): يوضح الباحثين الأكثر نشرًا حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية.



المصدر: بالاعتماد على مخرجات قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج إكسل (Excel).

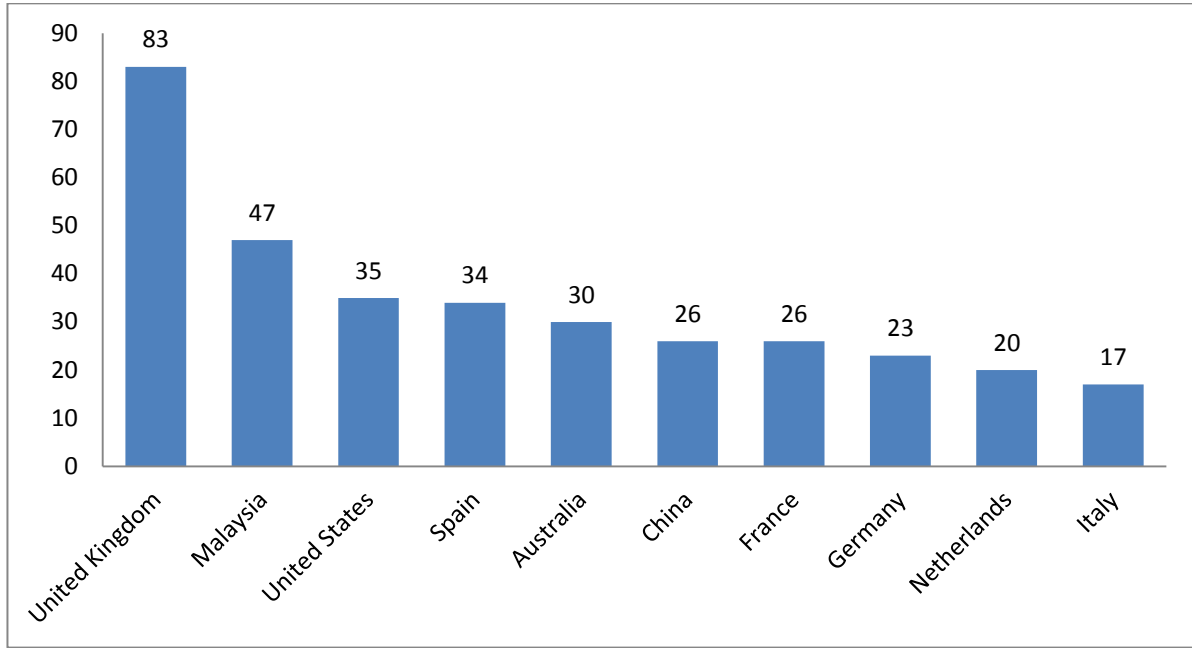
3.1.3 الدول الأكثر نشرًا حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية

من خلال الشكل (13) الذي يشير إلى ترتيب الدول الأكثر نشرًا للبحوث ذات الصلة بموضوع النمذجة بالمعادلات البنائية، أو التي استخدمت النمذجة بالمعادلات البنائية في تحليلها، والمدرجة في قاعدة بيانات سكوبس (scopus)، يمكن ملاحظة أن المملكة المتحدة (United Kingdom)، هي الدولة الأكثر نشرًا للبحوث حول المؤسسات الناشئة بما يعادل 83 مقالا، تأتي بعدها ماليزيا (Malaysia)، بما يساوي 47 مقال، أما في المرتبة الثالثة فجاءت الولايات المتحدة الأمريكية (United States)، بما يعادل 35 ورقة

الطريقة والأدوات

بحثية، لتأتي بعدها بقية الدول الأخرى المتمثلة في اسبانيا (Spain) استراليا (Australia) الصين (China) فرنسا (France) ألمانيا (Germany)، هولندا (Netherlands) وأخيرا إيطاليا (Italy) على التوالي. من خلال ما سبق يتضح أن الدول المتطورة هي الدول الأكثر استخداما لمنهجية النمذجة بالمعادلات البنائية كأداة حديثة من أدوات التحليل الإحصائي للبيانات. أنظر الشكل رقم (13).

الشكل (13): الدول الأكثر نشرًا في النمذجة بالمعادلات البنائية.



المصدر: بالاعتماد على مخرجات قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج إكسل (Excel).

4.1.3. الباحثين الأكثر استشهادًا (اقتباسًا)

يوضح الجدول (20) العشر (10) مؤلفين (الباحثين) الأكثر اقتباسًا في موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية (SEM)، حيث تم ترتيبهم من الأكثر استشهادًا إلى الأقل استشهادًا، ومن خلال الجدول يمكن الملاحظة أن أكثر المؤلفين اقتباسًا كان (j henseler) من هولندا بما يعادل 6795 اقتباس من 14 مؤلف فقط، أي بمتوسط يساوي 485,35 اقتباس لكل مقال، يأتي في المرتبة الثانية (ringle c.m.) من ألمانيا بما يعادل 6554 اقتباس من 14 منشورًا علمي أي بمتوسط لا يقل عن 468,14 استشهاد لكل مقال، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب الباحث (sarstedt m.) من ألمانيا بما يعادل 6027 اقتباس من 10 مؤلفات، أي بمتوسط يعادل 602,7 اقتباس لكل مقال، في حين أن المرتبة الرابعة كانت من نصيب (hair j.f.) من الولايات المتحدة الأمريكية بما يعادل 5011 من 8 مقالات علمية، أي بمتوسط لا يقل عن 626,37 اقتباس لكل مقال كما نلاحظ من خلال الجدول أن السيطرة على المراتب العشرة (10) الأولى فيما

الطريقة والأدوات

يخص عدد الاقتباسات كانت من نصيب ألمانيا بوجود مؤلفين وكذلك الولايات المتحدة الأمريكية بوجود مؤلفين في القائمة، وأيضا المملكة المتحدة بوجود مؤلفين. ولمزيد من التفصيل أنظر الجدول رقم (20).

الجدول (20): المؤلفين الأكثر اقتباسا حول موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية.

| الكاتب | البلد الأصلي | عدد المنشورات | عدد الاقتباسات | المتوسط |
|-----------------|-----------------|---------------|----------------|---------|
| henseler j. | هولندا | 14 | 6795 | 485,35 |
| ringle c.m. | ألمانيا | 14 | 6554 | 468,14 |
| sarstedt m. | ألمانيا | 10 | 6027 | 602,7 |
| hair j.f. | الو.م.أ. | 8 | 5011 | 626,37 |
| gunasekaran a. | الو.م.أ. | 9 | 1448 | 160,88 |
| dubey r. | فرنسا | 10 | 1239 | 123,9 |
| roubaud d. | المملكة المتحدة | 7 | 1120 | 160 |
| childe s.j. | المملكة المتحدة | 7 | 1104 | 157,71 |
| kianto a. | فنلندا | 7 | 943 | 134,71 |
| papadopoulos t. | قبرص | 8 | 738 | 92,25 |

المصدر: بالاعتماد على مخرجات قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج إيكسل (Excel).

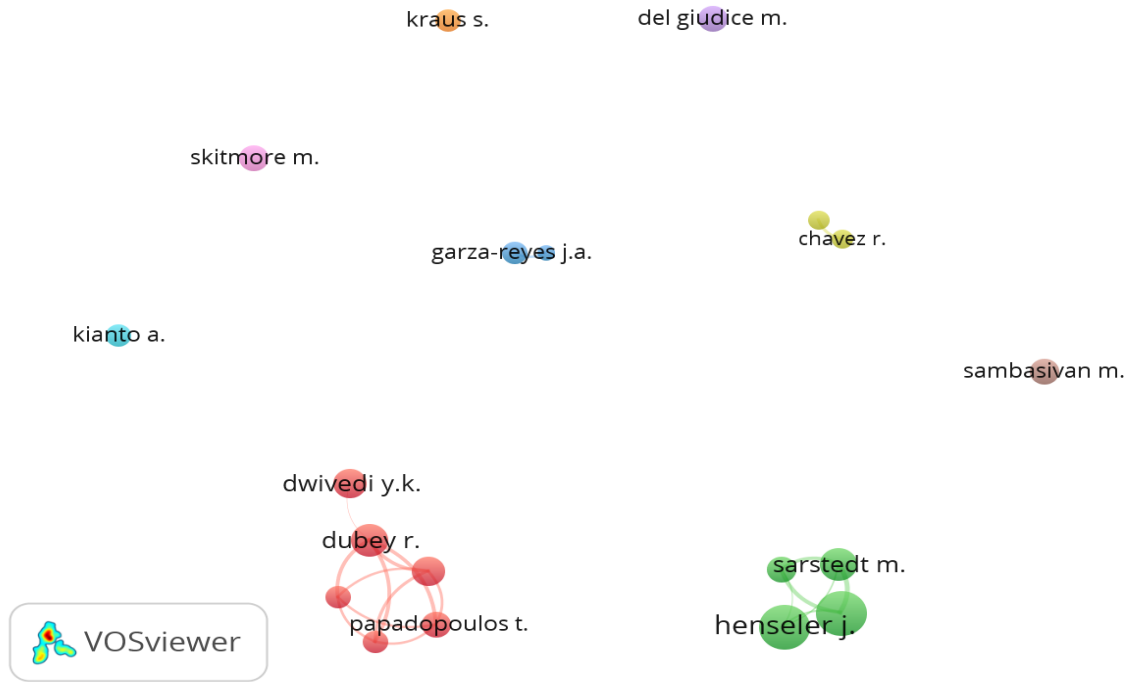
5.1.3. التعاون بين المؤلفين

يوضح الشكل (14) تحليل شبكة التعاون بين المؤلفين والباحثين (co-authorship) في موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية، بالنسبة للبيانات التي تم استخراجها من قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وهذا بالاعتماد على برنامج فوز فيورز (vosviewer)، حيث تم إدراج في عملية التحليل الباحثين الذين يملكون خمسة (5) منشورات و300 اقتباس على الأقل، ويشير حجم الدوائر في الشكل إلى حجم التعاون بين المؤلفين (كلما كانت الدائرة أكبر دل هذا على أن المؤلف لديه تعاون أكبر)، أما الخطوط الفاصلة بين الدوائر فتشير إلى التعاون بين المؤلفين في الموضوعات ذات العلاقة بمجال النمذجة بالمعادلات البنائية، أما الألوان فتتمثل مجموعات التعاون في شبكة التعاون (Benzouai & Djefal, 2021)، بحيث يتضح وجود أحد عشرة (11) مجموعة، من بينها مجموعة تعاون فيها ستة (6) باحثين وهم (childe s.j, dubey r, الأحمري، وكذلك مجموعة تظهر تعاون أربع مؤلفين وهم (hair j.f, henseler.j, ringle c.m, dwivedi y.k, gunasekaran.a, Papadopoulos.t, roubaud.d) وهي المجموعة الظاهرة باللون

الطريقة والأدوات

(sarstedt.m) في المجموعة الظاهرة باللون الأخضر، أما بقية المجموعة فضمت مجموعتين (2) ثنائيتين (تعاون مؤلفين)، وأربع (4) مجموعات فردية (أي لا يوجد تعاون فيها)، وبالتالي نستنتج أنه يوجد تعاون طفيف بين الباحثين حسب البيانات المستخلصة من قاعدة بيانات سكوبس (scopus)، الخاصة بهذه الدراسة. لمزيد من التفاصيل حول شبكة التعاون بين المؤلفين في موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية. أنظر الشكل رقم (14).

الشكل(14): شبكة التعاون بين المؤلفين.



المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج (vosviewer).

6.1.3. البلدان الأكثر اقتباسا في موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية

يوضح الجدول رقم (21) البلدان العشرة (10) الأكثر اقتباسا في موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية، حيث يبدو واضحا من الجدول أن الولايات المتحدة الأمريكية (united states) كانت أكثر الدول تحصيلًا للاقتباسات بما يعادل 10526 اقتباس من 35 مقال منشور في قاعدة بيانات سكوبس (scopus) لباحثين أمريكيين، أي أن متوسط الاقتباس بلغ 300,74 اقتباس لكل منشور، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب هولندا (netherlands) بما يعادل 7349 اقتباس من 20 مقال علمي فقط، أي بمتوسط يساوي 367,45 اقتباس لكل منشور علمي، أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب ألمانيا (germany) بما يعادل 6985 اقتباس من 23 مقال علمي فقط، أي بمتوسط 303,69 اقتباس لكل منشور علمي واحد، في حين جاءت

الطريقة والأدوات

في المرتبة الرابعة استراليا (australia) بما يعادل 6232 اقتباس من 30 مقال علمي، أي بمتوسط يعادل 207,73 اقتباس لكل مقال واحد، أما بقية الترتيب فكان كما يلي: المملكة المتحدة (united kingdom)، فرنسا (france)، إيطاليا (italy)، ماليزيا (malaysia)، الصين (china) واسبانيا (spain). ويتضح من خلال البيانات أن متوسط عدد الاقتباسات (عدد الاقتباسات لكل مقال) مرتفع جدا مقارنة مع مجالات أخرى مثل ما هو عليه الحال في مجال المؤسسات الناشئة الذي تطرقنا إليه في الفصل الثاني من هذه الدراسة، على الرغم من أن موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية يعتبر موضوع حديث نسبيا.

الجدول(21): البلدان الأكثر اقتباسا في موضوع النمذجة بالمعادلات البنائية.

| المتوسط | عدد المقالات | عدد الاقتباسات | البلد |
|---------|--------------|----------------|----------------|
| 300,74 | 35 | 10526 | united states |
| 367,45 | 20 | 7349 | Netherlands |
| 303,69 | 23 | 6985 | Germany |
| 207,73 | 30 | 6232 | Australia |
| 59,73 | 83 | 4958 | united kingdom |
| 108,23 | 26 | 2814 | France |
| 130,47 | 17 | 2218 | Italy |
| 44,53 | 47 | 2093 | Malaysia |
| 68,29 | 26 | 1775 | China |
| 48,88 | 34 | 1662 | Spain |

المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج (vosviewer).

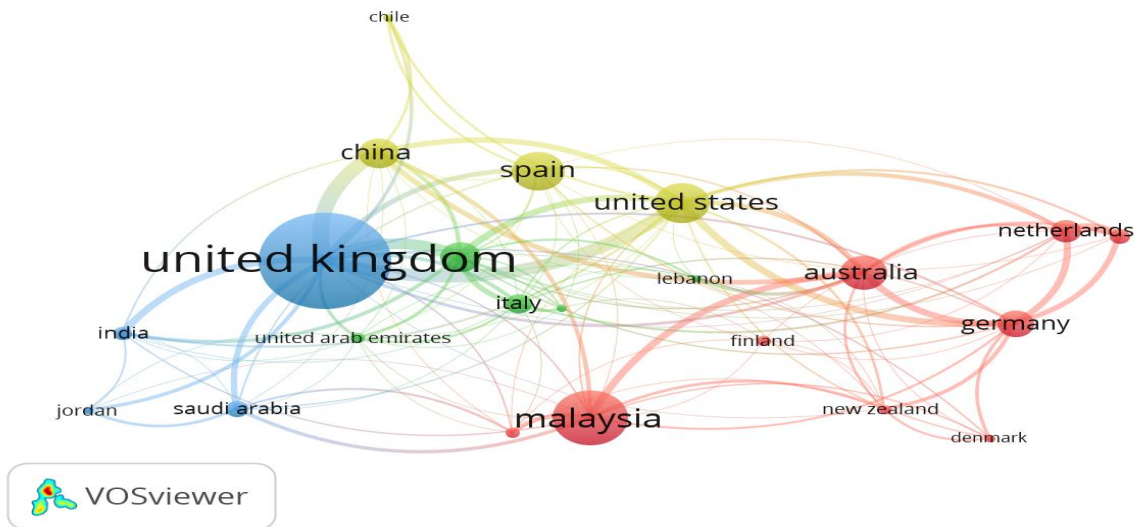
7.1.3. التعاون بين البلدان

يوضح الشكل (15) شبكة تعاون البلدان من خلال التأليف المشترك للمنشورات العلمية ذات الصلة بموضوع النمذجة بالمعادلات البنائية، إذ يعكس حجم الدائرة مدى التعاون بين البلدان (Benzouai & Djefal, 2021)، حيث يمكن ملاحظة أن حجم الدائرة الخاصة بالمملكة المتحدة (united kingdom) وماليزيا (malaysia) كانت هي الأكبر حجما بالمقارنة مع حجم الدوائر الخاصة ببقية الدول الأخرى وهذا يدل على أن الباحثين من المملكة المتحدة وماليزيا هم الأكثر تعاونا مع الباحثين من الدول الأخرى، كما

الطريقة والأدوات

تعكس الخطوط بين الدوائر التأليف المشترك بين البلدان، أما الألوان في الشكل فتعكس لنا مجموعات التعاون، حيث يتضح من خلال الشكل (15) وجود أربع (4) مجموعات مختلفة، فالمجموعة باللون الأحمر تضم ماليزيا، استراليا، ألمانيا، هولندا، نيوزلندا الدنمارك، أما المجموعة باللون الأزرق فتضم كل من المملكة المتحدة، السعودية العربية، الهند، الأردن، أما المجموعة باللون الأخضر فتضم كل، فرنسا إيطاليا، الامارات العربية المتحدة، لبنان، المجموعة باللون الأصفر فتضم كل من، الصين اسبانيا الولايات المتحدة الأمريكية، ومن خلال التحليل السابق لشبكة التعاون بين البلدان يتضح ظهور بعض الدول مثل السعودية العربية، والامارات العربية المتحدة، ولبنان والأردن مع العلم أن الحد الأدنى لعدد الاقتباسات المختار هو 300 اقتباس.

الشكل (15): شبكة التأليف المشترك بين البلدان.



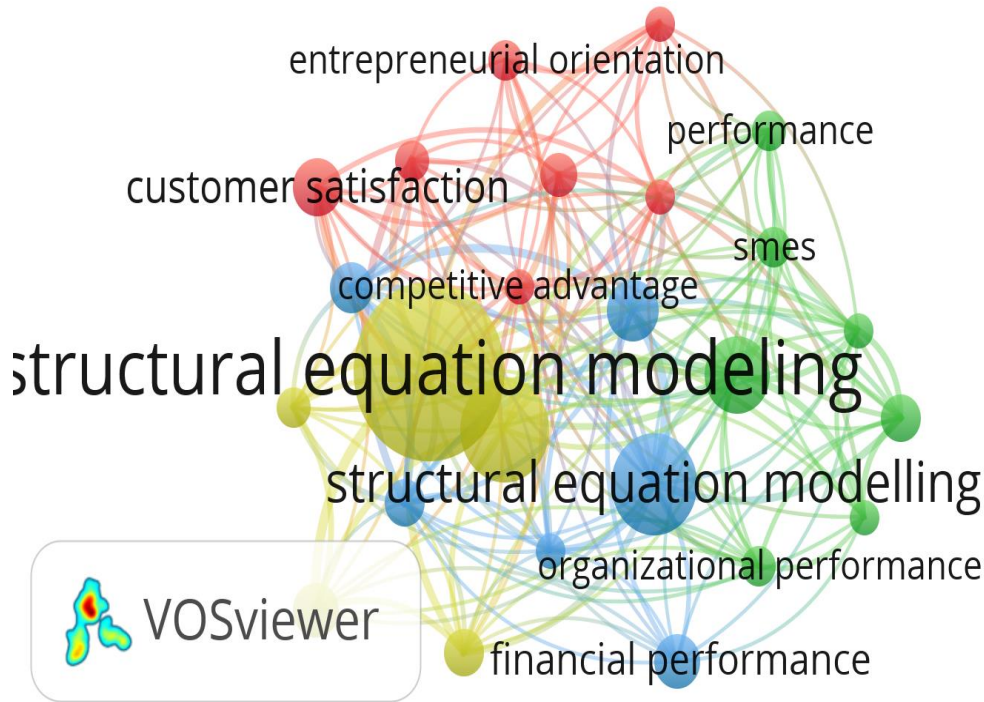
المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج (vosviewer).

8.1.3 تحليل الكلمات المفتاحية

يمثل الشكل (16) شبكة الاستخدام المشترك للكلمات المفتاحية في مختلف المقالات حول النمذجة بالمعادلات البنائية، والتي تكررت عشرة (10) مرات على الأقل بالنسبة للمصطلح الواحد، حيث يعكس حجم الدوائر في الشكل عدد مرات تكرار أو ظهور المصطلحات (الكلمات المفتاحية)، في حين تمثل الخطوط بين الدوائر قوة الارتباط بين مصطلح ومصطلح آخر، أما الألوان فتتمثل بالمجموعات أو التكتلات الرئيسية للمصطلحات. ومن خلال الشكل يمكن ملاحظة أن مصطلح النمذجة بالمعادلات البنائية (structural

equation modeling) هو المصطلح أو الكلمة المفتاحية الأكثر ظهوراً وتكراراً في البيانات المستخدمة في عملية التحليل، تليها كلمة ابتكار (innovation) وكذلك كلمات (supply chain management) و(pls-sem)، كما يتضح أيضاً وجود أربعة (4) مجموعات مختلفة حسب الألوان، تضم المجموعة الأولى التي باللون الأصفر سبعة (7) كلمات مفتاحية متجمعة حول مصطلح النمذجة بالمعادلات البنائية (structural equation modeling)، في حين تضم المجموعة الثانية باللون الأزرق أيضاً ستة (6) مصطلحات متجمعة حول مصطلح النمذجة بالمعادلات البنائية لكن الكتابة بالأجنبية مختلفة (structural equation modelling)، في حين تضم المجموعة الثالثة سبعة (7) مصطلحات باللون الأخضر متجمعة حول مصطلح الابتكار (innovation)، أما المجموعة الرابعة باللون الأحمر فتجمعت حول مصطلح رضی العملاء (customer satisfaction). لمزيد من التفصيل أنظر إلى الشكل (16).

الشكل (16): يمثل شبكة الكلمات المفتاحية



المصدر: بالاعتماد على قاعدة بيانات سكوبس (scopus) وبرنامج (vosviewer).

2.3. مقارنة النمذجة بالمعادلات البنائية (structural equations modeling approach)

لقد كان الباحثون في مجال العلوم الاجتماعية يعتمدون على أدوات التحليل الإحصائي للبيانات منذ القدم، حيث كانت في البداية أدوات أو تقنيات الجيل الأول هي المهيمنة على مجال البحث والتي تزايدت وتيرة استخدامها خاصة خلال سنوات الثمانينات من القرن الماضي، لكن ومع التطور الذي شهده العالم

الطريقة والأدوات

خاصة في مجال الإعلام الآلي والبرمجيات، ونظرا لتزايد الاهتمام باستخدام التحليل الاحصائي، ظهرت تقنيات جديدة في هذا المجال والتي أطلق عليها تقنيات الجيل الثاني من أدوات التحليل الاحصائي (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021)، يوضح الجدول (22) أهم الأدوات الإحصائية التي يتم الاعتماد عليها في عمليات تحليل البيانات في الجيلين الأول والثاني:

الجدول(22): تقنيات التحليل الإحصائي.

| تقنيات الإحصائية | استكشافية | توكيدية |
|---------------------|--|--|
| تقنيات الجيل الأول | التحليل العنقودي التحليل العاملي الاستكشافي | تحليل التباين الانحدار اللوجستي الانحدار المتعدد |
| تقنيات الجيل الثاني | مقياس متعدد الأبعاد | التحليل العاملي التوكيدي |
| | نمذجة المعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية | نمذجة المعادلات البنائية القائمة على التغاير المشترك |

المصدر: (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021).

يوضح الجدول أعلاه أن أدوات التحليل الاحصائي سواء في الجيل الأول أو الجيل الثاني تنقسم إلى قسمين رئيسيين، فإما أن تكون أدوات توكيدية (confirmatory) وتستخدم عند القيام باختبار للفرضيات أو النماذج الموجودة من قبل كأن يكون هناك نموذج متعارف عليه تم وضعه من قبل باحث أو مجموعة من الباحثين، والهدف من هذا النوع من الاختبارات هو تأكيد النتائج السابقة، وقد تكون أدوات استكشافية (exploratory) وفي هذه الحالة لا تكون هناك معرفة سابقة لدى الباحث حول طريقة ارتباط المتغيرات فيما بينها، أو لا يكون هناك بناء نظري متين يوضح العلاقة بين المتغيرات، وفي هذه الحالة يقوم الباحث باستكشاف هذه العلاقة وبناء على النتائج التي تم التوصل إليها يتم توضيح العلاقة بين المتغيرات (Joe F Hair Jr, Matthews, Matthews, & Sarstedt, 2017). وقد كان استخدام تقنيات الجيل الأول من أدوات التحليل هو المسيطر في مجال التحليل الاحصائي للبيانات، لكن خلال العقد الماضي تزايد استخدام تقنيات الجيل الثاني خاصة مع الثورة التي تشهدها مختلف برمجيات التحليل الاحصائي.

النمذجة بالمعادلات البنائية عبارة عن طريقة إحصائية لاختبار العلاقة بين المتغيرات الكامنة والظاهرة (Teo, Tsai, & Yang, 2013)، حيث تسمح بتحديد العلاقة والتأثير المباشر وغير المباشر بين المتغيرات في النموذج. هناك نوعان من نمذجة المعادلات البنائية: نمذجة المعادلات القائمة على التغاير

المشترك (CV-SEM)، ونمذجة المعادلات القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) أو ما يطلق عليها اسم نمذجة مسار (Joe F Hair Jr et al., 2017)، ومن خلال الجدول (22) يتضح جليا أن كلا المقاربتان تعتبران من أدوات التحليل الاحصائي للجيل الثاني، والفرق بينهما يكمن في أن، النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على التغيرات (CV-SEM) المشترك تستخدم أساسا في البحوث التوكيدية، في حين أن النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) تستخدم في البحوث الاستكشافية، بالإضافة إلى فروق.

بغض النظر عن ما إذا تم استخدام مقارنة النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى (PLS-SEM)، أو النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على التغيرات المشترك (CV-SEM) فإن هناك مجموعة من الضوابط لا بد من احترامه واتباعها قبل القيام باستخدام هذا الأسلوب لتحليل البيانات الاحصائية وهذه الضوابط هي: (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021)

- المتغيرات المركبة (composit variable): أو ما يصطلح عليها بالمتغير العشوائي وهي عبارة عن تلك المجموعة من المتغيرات العديدة التي يتم اختيارها حسب المشكلة البحثية التي يريد الباحث تسليط الضوء عليها.

- القياس (Measurement): هي تلك القيمة الرقمية التي تعكس قيمة المتغير بدقة. إن عملية القياس يمكن اعتبارها عملية سهلة وبسيطة جدا في حالة ما إذا كانت وحدة القياس واضحة، أو في حالة ما كان المتغير قابل للقياس بوحدة معينة، مثل الطول والوزن والمسافة، أما في حالة المتغيرات الكامنة مثل ما هو الحال في النمذجة بالمعادلات البنائية فإن عملية القياس تعتبر صعبة نوعا ما، لأنها متغيرات أو مفاهيم مجردة ليست لها وحدة قياس معينة، فمثلا قياس الرضى أو قياس الثقة لا يكون بطريقة مباشرة من خلال وحدة قياس معينة، وإنما يتم قياسها بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات أو الأبعاد يفترض أنها تعكس مفهوم الرضى أو مفهوم الثقة (وهو ما يصطلح عليه بالفقرات أو عبارات الاستبيان (items)).

- سلم القياس أو المقياس (measurment scal): هي أداة تحتوي على عدد مختار من الإجابات المغلقة التي يتم استخدامها من أجل الحصول على الإجابات للأسئلة المطروحة (الفقرات)، وهناك عموما أربع أنواع من المقاييس هي: الاسمي والترتيبي والنسبي والرتبي، هذا الأخير يعتبر هو المقياس الأكثر استخداما في مجال النمذجة بالمعادلات البنائية، بحيث يكون تسلسل الرتب واضح تصاعديا أو تنازليا مثل ما هو الحال في مقياس ليكرت (likert scale).

- الترميز (coding): وهو القيام بتخصيص أرقام تسلسلية لترتيب المتغير بطريقة تسهل من عملية القياس، لأنه عند استخدام الاستبيان غالبا ما تكون البيانات غير مرمزة، وبالتالي يسمح الترميز بتخصيص أرقام تعكس قيمة الاجابة لكل مؤشر في الاستبيان. مثلا عند استخدام مقياس ليكرت الخماسي كما هو شائع، فإن الترميز يكون كما يلي: (1) لا أوافق بشدة، (2) لا أوافق، (3) محايد، (4) موافق، (5) موافق بشدة. ويجب مراعاة عند وضع السلم والترميز المناسب أن يكون هناك تناظر حول قيمة وسطية بحيث تكون القيم الأكبر منها تساوي القيم الأصغر منها كما هو الحال بالنسبة ل محايد التي يعكسها الرقم (3).

- توزيع البيانات: غالبا ما تكون الاجابات المجموعة تختلف من مستجيب لآخر بالنسبة لكل فقرة أو مؤشر، فمثلا إذا كانت الاجابات المطلوبة على مقياس ليكرت الخماسي يمكن عرض هذه الاجابات في شكل فئات وحساب ترددات كل إجابة وتشكيل منحنى لتوزيع البيانات، فإذا كان المنحنى يأخذ شكل جرسى متناظر بالنسبة للقيمة الوسطى التي هي (3) في حالة المقياس الخماسي، في هذه الحالة نقول أن التوزيع هو توزيع طبيعي. على الرغم من أن التوزيع الطبيعي غير مطلوب في حالة استخدام النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، على عكس النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على التغيرات المشتركة (CV-SEM) التي من شروطها التوزيع الطبيعي للبيانات، وهذه تعتبر أيضا من الفروق بين الأسلوبين.

3.3.3. النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)

إن النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية، أو كما تسمى أيضا نمذجة مسار هي تلك المخططات البيانية التي توضح العلاقة بين المتغيرات الكامنة فيما بينها من جهة (النموذج البنائي)، والعلاقة بين المتغيرات ومؤشرات قياسها من جهة أخرى (النموذج القياسي) (Kline, 2023). إن تطبيق النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية تمر عبر مجموعة من المراحل، وأول ما يجب القيام به عند تبني هذه الطريقة هو القيام بعملية تحديد لنموذج الدراسة، هذا الأخير يمكن تقسيمه أيضا إلى نموذجين، نموذج هيكلية، ونموذج قياسي (Joseph F Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019a).

1.3.3. النموذج الهيكلي (structural model)

إن القيام بعملية تحديد النموذج الهيكلي (أو النموذج الداخلي) تشير إلى ما يعرف بتحديد العلاقات بين متغيرات الدراسة التي تسمى بالمتغيرات الكامنة (Latent variables) (Joseph F Hair Jr, Hult,) (Ringle, Sarstedt, et al., 2021)، أو بطريقة أبسط هي عملية القيام بتحديد فرضيات الدراسة على أساس العلاقات بين مختلف المتغيرات التي يتضمنها نموذج الدراسة. فالنموذج الهيكلي عبارة عن رسم بياني أو مخطط يوضح العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة بناءً على نظريات البحث. إن القيام بوضع النموذج الهيكلي (structural model) تتطلب من الباحث النظر أولاً في تسلسل المباني والعلاقات بينها، أو بعبارة أخرى ما هو موقع المتغير الكامن في الدراسة، هل هو متغير تابع أم متغير مستقل أو غير ذلك، وهذا الأمر يتم تحديده بالاستناد إلى النظريات العلمية التي تم التطرق إليها في الدراسة أو إلى المنطق والتجارب السابقة أو بالأحرى إلى الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين متغيرين من متغيرات الدراسة (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021). وبعد تحديد تسلسل المتغيرات أو تموضعها يتم الربط بينها من خلال أسهم، تنطلق هذه الأسهم من المتغيرات المستقلة أو المتغيرات المسببة أو المفسرة فهي المتغيرات التي تحدث الأثر على المتغيرات التابعة أو المتغيرات المقاسة، هذه الأخيرة هي التي ينتهي عندها السهم. وبالتالي فإن كل سهم يخرج من متغير مستقل وينتهي عند متغير تابع يمثل فرضية من فرضيات الدراسة، أي أن عدد الأسهم تمثل لنا عدد الفرضيات المباشرة.

بالإضافة إلى المتغيرات التابعة والمتغيرات المستقلة، هناك نوعين آخرين من المتغيرات والتي تم إدراجها في نموذج هذه الدراسة وهي المتغيرات الوسيطة (Mediator) (D. Mackinnon, 2015)، والمتغيرات المعدلة (moderator). تشير الوساطة (Mediation) إلى وجود متغير ثالث يتوسط العلاقة بين متغيرين آخرين أحدهما تابع والآخر مستقل (D. P. MacKinnon, 1994)، بحيث أن المتغير المستقل يصبح لديه تأثيران اثنين، الأول تأثير مباشر (direct effect)، والثاني تأثير غير مباشر (indirect effect) هذا الأخير يكون من خلال المتغير الوسيط، وبالتالي فإن المتغير الوسيط يقوم بنقل تأثير المتغير المستقل إلى التابع، كما قد يكون هناك تسلسل من المتغيرات الوسيطة تتوسط العلاقة بين المتغير التابع والمتغير المستقل. أما التعديل (moderation) أو المتغيرات المعدلة فتشير إلى وجود متغير ثالث يمكنه أن يؤثر على العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع (Fassott, Henseler, & Coelho, 2016)، فالمتغير المعدل يمكنه أن يغير أو يعدل في قوة العلاقة بين المتغيرين، فقد يزيد من قوة العلاقة أو ينقص منها، أو قد يعمل على تغيير اتجاه العلاقة بين المتغيرين. وبالتالي فإن نموذج الدراسة يمكن أن يتضمن الكثير من المتغيرات قد تكون مستقل أو معدلة أو تابعة أو وسيطة، وتسمح لنا النمذجة بالمعادلات البنائية باختبار هذه

المتغيرات في نفس الوقت، ولعل هذه الميزة تعتبر نقطة قوة في هذه الطريقة بحيث تسمح بإجراء تحليل احصائي في نفس الوقت لمجموعة من المتغيرات، مما يميزها عن بقية أساليب التحليل الإحصائي الأخرى.

1.3.3. النموذج القياسي (measurement model)

يمثل النموذج القياسي العلاقة التي تربط بين المتغيرات الكامنة أو المباني (Latent variabls) والتي يتم تمثيلها بدوائر، ومؤشراتها (indicators) التي يتم تمثيلها بمستطيلات، إن مؤشرات القياس تكون خاصة بالمتغيرات الكامنة، بحيث كل متغير لديه مؤشرات خاصة به، والتي يتم التعبير عنها بفقرات أو عبارات (items) في أداة الدراسة (Ramayah, Cheah, Chuah, Ting, & Memon, 2018)، ويتم تمثيلها بواسطة مستطيلات في النموذج. إن العلاقة بين المتغيرات الكامنة (المباني) ومؤشراتها (المستطيلات) تكون مبنية بالاعتماد على نظريات القياس (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021)، فوجود نظريات قياس متينة شيء ضروري للحصول على نتائج مضبوطة، فصلاح النموذج القياسي سيؤدي بالضرورة إلى صلاح النموذج البنائي. وغالبا ما يتم الاعتماد على البحوث والدراسات السابقة التي عرفت بجودتها ومثابرتها من أجل قياس المتغيرات الكامنة، وفي حالة تعذر إيجاد سلم متين يتم اللجوء إلى تطوير مقياس جديد أو إلى إجراء تعديلات على مقاييس قائمة.

إن عملية بناء النموذج القياسي تفرض على الباحث الاختيار بين نوعين من النماذج القياسية، فقد تكون نماذج قياس عاكسة (reflective measurement models)، أو قد تكون نماذج قياس تكوينية (formative measurement models) (Hanafiah, 2020). بالنسبة لنماذج القياس العاكسة هي التي تكون فيها المؤشرات تمثل التأثيرات والمظاهر المترتبة عن المبنى، لذلك يكون اتجاه الأسهم من المبنى أو المتغير الكامن (الممثل بالدائرة) إلى المؤشر (الممثل بالمستطيل)، بعبارة أخرى فإن المؤشرات في النماذج العاكسة تكون نابعة أو ناتجة من نفس المبنى (Coltman, Devinney, Midgley, & Venai, 2008)، وبالتالي فإن هذه المؤشرات تكون مرتبطة مع بعضها البعض ارتباطا وثيقا، كما أنها تكون قابلة للتبادل بين بعضها البعض، بحيث يمكن التخلي عن أي عنصر أو مؤشر دون أن يؤثر ذلك على المعنى الحقيقي للمبنى، كما أن أي تغيير في المبنى لأي سبب من الأسباب سيؤدي بالضرورة إلى تغيير في المؤشرات العاكسة (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021). أما بالنسبة لنماذج القياس التكوينية فتشير إلى أن المؤشرات السببية تشكل المبنى بواسطة تركيبات خطية، أي أن المؤشرات هي التي تشكل المبنى على عكس نماذج القياس العاكسة، وبالتالي فإن الأسهم تنطلق من المؤشرات (المستطيلات) لتصل إلى المباني (المتغيرات الكامنة) (Coltman et al., 2008)، كما أن

مؤشرات القياس التكوينية غير قابلة للتبادل فيما بينها، حيث أن المؤشر يغطي جانب من المعنى الحقيقي للمتغير الكامن، وأي مؤشر يتم حذفه من التشكيلة سيؤدي إلى حدوث خلل في المعنى، ولهذا يجب توسيع أو زيادة عدد المؤشرات لتشمل المعنى الكلي ولضمان صلاحية النموذج القياسي، لأن صلاحية هذا الأخير ستؤدي إلى صلاحية النموذج الهيكلي (Coltman et al., 2008).

3.3.3. أداة الدراسة

بعد إعداد النموذج النهائي للدراسة وضبط المتغيرات وترتيبها وتموضعها في النموذج، وتحديد مؤشرات قياسها ونوع نموذج القياس (تكويني أو عاكس)، تأتي مرحلة بناء أداة الدراسة، وفي أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية يتم الاعتماد على أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021)، وهذا ما يتم اعتماده في أغلب الدراسات التي تم إعدادها باستخدام أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (كما تم الإشارة إليه في الجزء الخاص بأداة الدراسة). عند إعداد الاستبيان يجب مراعاة مجموعة من الضوابط، من بينها أن تكون الأسئلة (الفقرات) واضحة ومفهومة وتعكس المعنى الحقيقي للمؤشرات أو لأبعاد المتغير المقاس. لأن سلامة اللغة ستؤدي إلى سلامة الفهم من طرف المستجيب، وبالتالي تكون الاجابات واضحة ودقيقة، مما يسمح للباحث بالحصول على بيانات مضبوطة، لأن هذه الأخيرة ستؤدي بالضرورة إلى نتائج سليمة.

4.3.3. جمع البيانات (Data collection)

بعد القيام ببناء أداة الدراسة، يقوم الباحث بتوزيعها من أجل جمع البيانات الضرورية للقيام بعملية التحليل، وتسمى البيانات التي يتم جمعها من خلال الاستبيان بالبيانات الأولية، ولو أنه يمكن استخدام البيانات الثانوية المتوفرة بكثرة في أغلب قواعد البيانات، إلا أن أغلب الباحثين في مجال النمذجة بالمعادلات البنائية يفضلون استخدام الاستبيانات من أجل جمع البيانات واعتمادها في عملية التحليل. ويتم جمع البيانات بتوزيع أداة الدراسة على العينة المستهدفة من البحث، بحيث يمكن اعتماد الطريقة التقليدية بتوزيع نسخ ورقية مباشرة على مفردات العينة، وتعتبر هذه الطريقة هي الأفضل والأكثر نجاعة بحيث تكون نسبة النسخ المسترجع كبيرة، مقارنة مع الطريقة الحديثة التي تعتمد على إرسال نسخ إلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي، أو عبر مواقع معينة أو عبر الايميل وهذا يختلف حسب الشريحة المستهدفة وخصائصها.

بعد الانتهاء من جمع البيانات لابد من القيام بفحصها قبل تحليلها، بحيث يجب أن ينظر الباحث في بعض الأمور أولها القيم المفقودة (missing values)، وهي البيانات التي لا يجيب فيها المستجيب عن

بعض الأسئلة سواء كان عن قصد، أو كان سهواً منه، وفي كلتا الحالتين يجب أن لا تتعدى نسبة البيانات المفقودة 15% من أسئلة الاستبيان في المشاهدة الواحدة، وعند إزالة البيانات المفقودة يتم تعويضها بأرقام مختلفة عن أرقام سلم القياس كأن تعوض بالرقم 99 مثلاً، على أن يتم استبدالها من طرف البرنامج المستخدم في عملية التحليل، بحيث يمكن استبدالها بقيمة المتوسط من الاجابات لجميع المشاهدات في كل سؤال إذا كانت نسبة البيانات المفقودة صغيرة جداً ولا تتعدى 5%، أو يمكن حذفها نهائياً من العينة، وفي هذه الحالة يجب مراعاة أن لا يكون الحذف متكرر لنفس السؤال في عدد كبير من مفردات العينة، كما أنه لا بد من الإشارة إلى أن القيم المفقودة تتعلق بالنسخ الورقية فقط، أما في النسخ الإلكترونية لا يواجه الباحث هذه المشكلة. من الأمور أيضاً التي يجب النظر فيها قبل التحليل هي القيم المتطرفة (outliers)، وهي أن تكون هناك إجابات مفردة عن سؤال معين، وغالباً ما يكون سبب وجود القيم المتطرفة يعود إلى سهو أو خطأ في عملية إدخال البيانات كأن يتم إدخال الرقم 66 بدلاً من الرقم 6، وفي حالة وجودها يجب التخلص منها لأن بقائها سيؤثر بلا شك على نتائج عملية التحليل، ويمكن الاستعانة ببرنامج SPSS من أجل الكشف على وجود مثل هذه القيم. بالإضافة إلى ما سبق ذكره حول فحص البيانات، يمكن أيضاً أن يواجه الباحث مشكلة الرصف المستقيم (straight lining) وهي أن يجيب أحد مفردات العينة بنفس الاجابة على عدد كبير من الأسئلة المتتالية، كأن يختار مثلاً الرقم (7) لعدد كبير من الأسئلة في حالة استخدام سلم ليكرت السباعي مثلاً (likert scale)، ويمكن الكشف عن هذا النوع من القيم من خلال الفحص البصري فقط، وفي حالة مواجهة مثل هذه الأنماط من الإجابات لا بد من استبعادها نهائياً قبل إجراء التحليل (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021).

آخر مرحلة من مراحل جمع البيانات وفحصها هي القيام بدراسة توزيع هذه البيانات (Data distribution) (على الرغم من أنها غير مطلوبة في حالة PLS-SEM)، فمثلاً عند القيام بجمع البيانات للإجابات المطلوبة على مقياس ليكرت الخماسي مثلاً (likert scale) فإن توزيع الإجابات لكل فئة من فئات الإجابة المحتملة يمكن حسابها وعرضها في أشكال بيانية للنظر في طريقة توزيعها، وغالباً ما يفضل الباحثون الحصول على التوزيعات الطبيعية للبيانات (normal distribution) خاصة بالنسبة للطرق المعلمية (parametric). وعلى الرغم من أن النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) لا تتطلب وجود توزيع طبيعي للبيانات لأنها من الطرق اللامعلمية (nonparametric) فهي لا تحتاج إلى افتراضات مسبقة حول توزيع البيانات، وهذا على عكس النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على التغاير المشترك (CV-SEM)، لكن لا بد من التأكد من أن توزيع البيانات

ليس ببعيد كثيرا عن التوزيع الطبيعي (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021).

5.3.3 تحليل البيانات (data analysis)

بعد القيام بعملية جمع البيانات وتفريغها وفحصها والتأكد من صحتها، تأتي مرحلة التحليل والتي تعتبر أهم مرحلة في طريقة النمذجة بالمعادلات البنائية. إن البرامج المستعملة في تقنيات الجيل الثاني من التحليل الإحصائي تختلف تماما عن تقنية الجيل الأول، حيث أن تقنيات الجيل الثاني لها القدرة على تحليل النماذج المتعددة المتغيرات بحيث يمكن الحصول على جميع النتائج بكبسة زر واحدة، وهذا الأمر غير متوفر في برامج التحليل الإحصائي بالنسبة لتقنيات الجيل الأول. وهناك عدة برامج يتم اعتمادها في عملية التحليل الإحصائي بالنسبة لتقنيات الجيل الثاني، حيث يتم الاختيار بين هذه البرامج على أساس الأسلوب الذي اختاره الباحث في دراسته، وبالنسبة للنمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) هناك على العموم ثلاث برامج متاحة للباحث من أجل المفاضلة بينها، وتتمثل هذه البرامج في برنامج WarpPLS (Kock, 2019)، برنامج ADANCO (Henseler, Hubona, & Ray, 2016)، وبرنامج SmartPLS (Ringle, Da Silva, & Bido, 2015). يعتبر برنامج SmartPLS هو البرنامج الأكثر استخداما إذا ما تعلق الأمر بالنمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، وفي يلي سيتم عرض وصف للبرنامج.

SmartPLS هو برنامج بواجهة مستخدم تسمح برسم النماذج الخاصة بنمذجة (PLS-SEM). يعتمد البرنامج على بيئة برمجة حديثة تعتمد على جافا (Java). تم برمجة أول إصدار لهذا البرنامج سنة 2003، وثاني إصدار سنة 2005، والثالث سنة 2016، أما آخر إصدار له فكان سنة 2022. يعمل البرنامج مع نظام التشغيل وينداوز (Windows) وكذلك نظام التشغيل ماك (Mac). يتوفر البرنامج على موقع <https://www.smartpls.com> بحيث يمكنك تحميل آخر إصدار له من هذا الموقع، كما يعتبر برنامج Smart PLS من البرامج المدفوعة حيث يمكن شراء رمز بقيمة 220 أورو (Euro) للسنة الواحدة بحيث يتيح لك هذا الرمز استخدام وفتح واجهة البرنامج والاستفادة من كل الخصائص والميزات التي يوفرها البرنامج، كما يوفر البرنامج نسخة مجانية تجريبية لمدة شهر كامل مع كل الميزات والخصائص المتوفرة في النسخة المدفوعة، بالإضافة إلى نسخة خاصة بالطلبة تمكنهم من فتح واجهة البرنامج شرط أن لا يتجاوز حجم العينة أكثر من 100 مشاهدة مع محدودية في الميزات لهذه النسخة (Ringle et al., 2015). تم في هذه الدراسة اعتماد آخر تحديث أو إصدار للبرنامج Smart PLS.v4 بحيث تم تحميل البرنامج من الموقع

السابق الذكر، وتم اعتماد نسخة تجريبية لمدة شهر مع كامل الميزات والخصائص المتوفرة في النسخة المدفوعة.

أول خطوة لا بد من القيام بها عند فتح البرنامج هي إنشاء مشروع جديد وتسميته، ثم يقوم الباحث بإدخال البيانات التي يريد تحليلها إلى البرنامج، وتجدر الإشارة إلى أن البيانات يجب أن تكون في صيغة Excel CSV لأن برنامج Smart PLS يقبل فقط البيانات في هذه الصيغة، ثم يقوم الباحث برسم النموذج المختار للدراسة، وأخيرا إجراء التحليل وتقييم النتائج التي تم التوصل إليها، وهذه الأخيرة تمر بمرحلتين هما: تقييم النموذج القياسي، ثم تقييم النموذج البنائي (Aburumman, Omar, Al Shbail, & Aldoghan, 2022).

6.3.3. تقييم النموذج القياسي

تعتبر مرحلة تقييم النموذج القياسي (measurement model) هي أول خطوة من أجل التأكد من مدى قوة النموذج القياسي الذي بالضرورة يؤدي إلى قوة النموذج الهيكلي، وتختلف طريقة تقييم النموذج القياسي باختلاف نماذج القياس المختارة، حيث قد تكون نماذج القياس تكوينية أو قد تكون نماذج قياس عاكسة أو يمكن أن تكون مزيج بينهما. فبالنسبة لنماذج القياس التكوينية يتم تقييمها بالاعتماد على المؤشرات التالية (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021):

- المصدقية التقاربية: هي مدى ارتباط المقياس المستخدم إيجابيا مع مقاييس أخرى عاكسة لنفس المبنى (المتغير الكامن)، أي يجب أن يتم اختبار ما إذا كان المبنى المقاس بطريقة تكوينية مرتبطا مع مقاييس أخرى عاكسة لنفس المبنى أو المتغير، أي يجب استعمال المبنى المقاس بطريقة تكوينية كمتغير خارجي أو مستقل مع نفس المبنى كمتغير داخلي أو تابع بحيث يكون هذا الأخير بمؤشرات عاكسة. بحيث تكون قيمة R^2 للمسار بين النموذج التكويني ونفس النموذج العاكس أكبر من 0,50 أو تساويها، وفي حالة ما أظهرت النتائج عكس ذلك فهذا يعني أن هناك خلل في بناء نموذج القياس العاكس وبالتالي لا بد من إعادة النظر في المؤشرات المستخدمة في قياس المبنى أو المتغير الكامن.
- التداخل الخطي: على اعتبار أن المؤشرات في نماذج القياس التكوينية غير قابلة للتبادل فيما بينها فإنه لا يتوقع وجود ارتباطات كبيرة بين المؤشرات في هذه النماذج، وبالتالي فإن غياب الارتباط بين المؤشرات التكوينية سيؤدي بالضرورة إلى تجنب مشكلة التداخل الخطي (multicollinearity)، ومن أجل قياس التداخل الخطي بين الفقرات يتم الاعتماد على العديد من المؤشرات من أهمها

معامل تضخم التباين (Variance inflation factor) VIF، ومن أجل الحكم على خلو النموذج من هذه المشكلة يجب أن تكون قيمة (VIF) لجميع الفقرات أقل من 5.

➤ الدلالة الاحصائية للأوزان الخارجية وملائمتها: إن السؤال الذي يجب طرحه هنا هو مدى مساهمة المؤشرات التكوينية حقا في تشكيل المبنى، أي هل المعنى النظري للمؤشرات يعكس حقا المعنى النظري للمبنى أو للمتغير الكامن، وبالتالي يجب التأكد من ما إذا كانت دلالة الأوزان الخارجية في النموذج تختلف عن الصفر، ويتم هذا من خلال إجراء عملية البسترة.

بعد أن تم التطرق إلى طريقة تقييم النماذج التكوينية، سيتم فيما يلي التطرق إلى تقييم نماذج القياس العاكسة، ومن المهم الإشارة إلى أنه في هذه الدراسة تم الاعتماد فقط على نماذج القياس العاكسة في بناء النموذج القياسي، ومن أجل إختبار نماذج القياس العاكسة يتم الاعتماد على مؤشرين رئيسيين هما: الصدق التقاربي والصدق التمايزي وسيتم استعراضهما فيما يلي (F. Ali, Rasoolimanesh, Sarstedt,) (Ringle, & Ryu, 2018):

- **الصدق التقاربي (convergent validity):** يعبر الصدق التقاربي عن مدى ارتباط المقياس بشكل إيجابي مع مؤشرات بديلة لنفس المبنى، ولقياس الصدق التقاربي نعتمد على متوسط التباين المستخرج (AVE)، معاملات التشبع (Factor loading)، بالإضافة إلى ألفا كرونباخ (Cronbach 's alpha)، ومعامل الثبات المركب (Composite Reliability). بالنسبة لمعاملات التشبع (Factor loading) فيشير ارتفاع قيمة التشبعات فيها إلى أن الفقرات المكونة للمبنى لها ارتباطات كبيرة به وبالتالي يجب أن تكون هذه التشبعات ذات دلالة إحصائية، وعموما فإن قيمة معاملات التشبع يجب أن تكون مساوية لـ 0,708 أو أكبر منها، وفي حالة حققت بعض الفقرات تشبعات أقل من 0,708 فإنه لا بد من النظر في إذا ما كان الإبقاء عليها يحسن من متوسط التباين المستخرج (Average variance extracted) طالما لم تقل قيمتها عن 0,40، أما بالنسبة للمؤشرات التي حققت أقل من 0,40 فيجب إزالتها نهائيا من النموذج لأن الإبقاء عليها سيؤثر على قيمة بقية المؤشرات الأخرى. أما بالنسبة لمؤشر ألفا كرونباخ (Cronbach 's alpha) الذي يوفر لنا تقديرا للموثوقية المركبة بالاعتماد على الارتباط الداخلي للفقرات، وتكون قيمة الموثوقية حسب هذا المؤشر محصورة بين 0,70 و 0,90، فما زاد عن القيمتان السابقتان أو قل عنهما يعتبر غير مثالي وبالتالي يجب إعادة النظر في النموذج القياسي. فيما يخص معامل الثبات المركب (CR) فيجب أن تتجاوز قيمته 0,80 بالنسبة لجميع الفقرات المكونة للنموذج القياسي

العكس. أما متوسط التباين المستخرج (AVE) الذي يمثل القيمة المتوسطة الكبرى لتربيع تحميلات المؤشرات المرتبطة بالمبنى (أي مجموع مربع التشبعات مقسم على عدد المؤشرات)، وعموما فإن قيمة متوسط التباين المستخرج لا يجب أن تقل عن 0,50 بالنسبة لجميع متغيرات النموذج.

➤ **الصدق التمايزي (discriminant validity):** هو المدى الذي يكون فيه المبنى متمایزا بالفعل عن المباني الأخرى (Sarstedt, Ringle, & Hair, 2017). يتم قياس الصدق التمايزي بالاعتماد على معيارين رئيسيين هما: معيار فورنر لاركر (Fornell-Larcker) (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2015, p. 11)، يقوم هذا المعيار على مقارنة الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (AVE) مع الارتباطات الأخرى للمتغير الكامن، حيث يجب أن تكون هذه القيمة أكبر من أعلى ارتباط لكل متغير مع بقية المتغيرات الأخرى. المعيار الثاني هو نسبة سمة اللاتجانس-سمة الأحادية (ratio heterotrait-monotrait) والذي يرمز له بالرمز (HTMT) (Henseler et al., 2015, p. 11)، وتعتبر تقديرا للارتباط الحقيقي بين متغيرين اثنين إذا تم قياسهما بطريقة مثالية، أي إذا كانا يتمتعان بموثوقية كاملة، وتشير قيمته القريبة من الواحد إلى عدم وجود موثوقية، في حين إذا كانت قيمته أقل من 0,9 فهي تدل على وجود موثوقية (Joseph F Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019b, p. 14).

تعتبر عملية تقييم النموذج القياسي مهمة جدا لأن صحة النموذج القياسي ستؤدي بالضرورة إلى صحة النموذج البنائي، وفي حالة عدم صلاحيته لابد للباحث أن يعيد النظر في المراحل السابقة لمرحلة اختبار النموذج من أجل البحث عن المشكلة ومعالجتها، حيث قد تكون في العلاقات بين المتغيرات وطريقة قياسها، أو قد تكون المشكلة في أداة الدراسة من حيث طريقة صياغة العبارات، أو ربما يكون الخطأ في البيانات المستخدمة في التحليل كأن يكون هناك خطأ في تفرغ البيانات، وفي جميع الحالات يجب على الباحث أن يقوم بمعالجة المشكلة وإعادة عملية التحليل من جديد.

7.3.3. تقييم النموذج الهيكلي (البنائي)

تعد مرحلة تقييم النموذج البنائي أو الهيكلي كنتيجة حتمية لعملية التقييم الخاصة بالنموذج القياسي، ولا يعني أن صلاح النموذج القياسي سيؤدي بالضرورة إلى صحة الفرضيات، وإنما ستكون هناك القدرة لدى الباحث من أجل الكشف عن العلاقة بين المتغيرات، على اعتبار أن النموذج البنائي هو النموذج الذي يصف العلاقة بين المتغيرات الكامنة في الدراسة هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن عملية تقييم النموذج

البنائي ستؤدي إلى الخروج بنتيجة حتمية حول العلاقة بين المتغيرات الكامنة وبالتالي اختبار صحة الفرضيات من عدمها، وسواء كانت هذه العلاقة موافقة للفرضيات التي تم طرحها أو لا فإن عملية تقييم النموذج البنائي تعتبر مقبولة، طالما أن النموذج القياسي صحيح. و كما كان عليه الحال في تقييم النموذج القياسي، فإن عملية تقييم النموذج البنائي تمر أيضا عبر مجموعة من المراحل بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات والمعايير، وسيتم التطرق إليها بشيء من التفصيل فيما يلي: (Aburumman et al., 2022)

- التأكد من مشكلة التعدد الخطي (Multi_collinearity): تعتبر هذه الخطوة هي الأولى في عملية تقييم النموذج البنائي، ويتم هذا من خلال الاعتماد على معامل تضخم التباين (VIF) لجميع فقرات الاستبيان. ومن أجل الحكم على خلو النموذج من هذه المشكلة يجب أن تكون قيمة (VIF) لجميع الفقرات أقل من 5 (Joe F Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011).

- تقدير معاملات المسار للنموذج الهيكلي: تعكس تقديرات معاملات المسار العلاقة التي تم فرضها (الفرضية) بين المتغيرات الكامنة، وتكون ممثلة في شكل أرقام على الأسهم التي تربط المتغيرات الكامنة، وتكون هذه الأرقام محصورة بين $1-$ و $1+$ ، حيث في حالة ما كانت هذه الأرقام محصورة بين 0 و $1+$ يدل هذا على وجود علاقة إيجابية بين المتغيرات الكامنة، وكلما اقتربت هذه القيمة من الواحد ($1+$) كلما دل هذا على قوة العلاقة الإيجابية بين المتغيرات (Aburumman et al., 2022)، وبالتالي يمكن القول أن المتغير المستقل الذي يخرج منه السهم في النموذج، يؤثر بشكل إيجابي على المتغير التابع الذي يصل إليه السهم في النموذج، وعلى العكس من ذلك فإن وجود رقم محصور بين $1-$ و 0 يدل على وجود علاقة عكسية بين المتغيرات الكامنة وكلما اقتربت هذه القيمة من $1-$ كلما دل هذا على قوة العلاقة العكسية بين المتغيرات، فالمتغير المستقل في هذه الحالة يؤثر بشكل سلبي على المتغير التابع. لكن العملية السابقة لوحدها لا تكفي للحكم على صحة الفرضيات من عدمها وإنما هذا يتم بالعودة للنظر في الدلالة الإحصائية (اختبار الفرضيات).

- اختبار الفرضيات: إن عملية اختبار صحة الفرضيات تتم من خلال النظر في الدلالة الإحصائية لمعاملات المسار من خلال اللجوء إلى تقنية البسترة (Bootstrapping)، وهذا يتم من خلال مضاعفة حجم العينة إلى 5000 مرة، حيث تسمح هذه العملية بالحصول على قيمة p-value عند مستوى دلالة 0,05 أي عند مستوى ثقة 95%. حيث كلما كانت قيمة p-value أقل من 0.05 دل هذا على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين (سواء بالإيجاب أو بالسلب) وعلى

النقيض من ذلك كلما كانت قيمة p-value أكبر من 0,05 دل هذا على عدم وجود علاقة بين المتغيرات (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021).

- معامل التحديد (R^2): يعتبر معامل التحديد هو المقياس الأكثر استخداما في عملية تقييم النموذج الهيكلي، فهو يسمح لنا بقياس القوة التنبؤية للنموذج المستخدم، وهو يمثل مجموع التأثيرات للمتغيرات التنبؤية على المتغير التابع الرئيسي، فهو يمثل مقدار التباين في المتغيرات المفسرة على المتغير التابع. تتراوح قيمة معامل التحديد عموما بين الصفر (0) والواحد الموجب (1)، حيث كلما كانت قيمته قريبة من الواحد يدل هذا على القوة التنبؤية للنموذج، وكلما كانت قيمته كبيرة كلما دل هذا على أن التغيرات الحاصلة في المتغير التابع الرئيسي يكون سببها هو المتغيرات المفسرة، ولا توجد قيمة معيارية ثابتة، حيث اختلف الباحثين في وضع قيم معيارية لهذا المؤشر، وعموما إذا كانت قيمة أكبر من 0,67 فهي تعتبر قوية، وإذا كانت محصورة بين 0,33 و 0,67 فهي تعتبر متوسطة، وإذا كانت محصورة بين 0,33 و 0,19 فهي تعتبر ضعيفة، أما إذا كانت أقل من 0,19 فهي تعتبر غير مقبولة وبالتالي النموذج غير قابل للتنبؤ أو لتفسير المتغير التابع. في حين ذهب (Falk & Miller, 1992) إلى اعتبار القيمة 0,10 هي قيمة مقبولة وأن النموذج قادر على تفسير التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021).

- حجم الأثر (f^2): بعد التطرق إلى معامل التحديد R^2 الذي يقيس حجم الاثر لكل المتغيرات التفسيرية مجتمعة، يأتي الدور الآن إلى ما يعرف بحجم الأثر (f^2) والذي يمثل مدى مساهمة كل متغير مستقل في معامل التحديد للنموذج الكلي للدراسة، حيث أنه إذا قمنا بحذف متغير من المتغيرات المفسرة للنموذج سيؤدي هذا بالضرورة إلى تغير قيمة معامل التحديد R^2 خاصة إذا كان هذا المتغير له وزن أو تأثير معتبر على المتغير التابع الرئيسي، وبالتالي فإن حجم الأثر f^2 يسمح للباحث بقياس حجم التأثير لكل متغير مفسر على حدى، وبالتالي يمكنه من خلال هذا معرفة أي المتغيرات له تأثير كبير وله دور محوري في النموذج. وحسب ما أشار إليه (Joe F Hair et al., 2011) فإن f^2 يكون كبير إذا كان أكبر من 0,35 ومتوسط إذا كان محصورا بين 0,15 و 0,35، وصغيرا إذا كان محصور بين 0,2 و 0,15، أما إذا كان أصغر من 0,02 فيشير إلى عدم وجود أثر.

- الملائمة التنبؤية (Q^2): من بين المقاييس أيضا التي يتم اعتمادها في عملية تقييم النموذج البنائي إضافة إلى المقاييس السابقة الذكر، قيمة Q^2 التي تسمح بقياس القدرة أو الملائمة التنبؤية للنموذج (predictive relevance)، ويعتبر هذا المؤشر مقياسا للقوة التنبؤية للنموذج خارج عينة الدراسة

(out of sample predictive power)، أي مدى قدرة النموذج على التنبؤ بالمتغير التابع في حالة ما إذا تم تطبيقه على عينة أخرى، وحسب (Sarstedt et al., 2017, p. 147) فإنه إذا كانت قيمة Q^2 تختلف عن الصفر (0) فهذا يعني أن النموذج يتميز بالقدرة أو الملائمة التنبؤية. وتجدر الإشارة إلى أن هذا المؤشر لا يحظى باهتمام كبير من طرف الباحثين وأغلب الدراسات لا تعتمد في نتائجها.

- جودة النموذج: في المرحلة الأخيرة من مراحل اختبار النموذج البنائي، يتم اختبار جودة النموذج، وهذا بالاعتماد على مؤشر GOF (مؤشر جودة المطابقة)، والذي يتم حسابه من خلال المعادلة التالية:

$$G = \sqrt{AVE \times R^2}$$

حيث: R^2 تمثل: متوسط معاملات التحديد،

AVE يمثل: متوسط التباين المفسر.

وحسب ما (Aker, D'ambra, & Ray, 2011, p. 4)، فإنه إذا كانت قيمة G أكبر من 0,36 فهذا يدل على جودة نموذج الدراسة. هذا المقياس هو الآخر لا يحظى باهتمام الباحثين في مجال النمذجة بالمعادلات البنائية، وأغلب الدراسات السابقة لم تنطرق إلى هذا المؤشر أثناء عرض نتائجها.

تعتبر المراحل السابقة الذكر هي المراحل الأساسية والمهمة التي يجب على كل مبحث يريد استخدام هذا الأسلوب الإحصائي أن يتبعها.

وفي حالة ما إذا كان نموذج الدراسة يتضمن متغيرات معدلة ومتغيرات وسيطة يجب القيام بتحليلها على هذا الأساس أيضا.

- تحليل الوساطة

الوسيط هو متغير يفصل بين المتغير المستقل أو المفسر، والمتغير التابع، بحيث يقوم بدور الناقل للأثر بين المتغيرين، حيث أنه وبالإضافة للتأثير المباشر للمتغير المستقل هناك تأثير غير مباشر والذي يكون من خلال المتغير الوسيط، وتمر عملية تحليل المتغيرات الوسيطة وقياس التأثيرات غير المباشرة بنفس المراحل التي يتم اتباعها عند قياس التأثيرات غير المباشرة (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et)

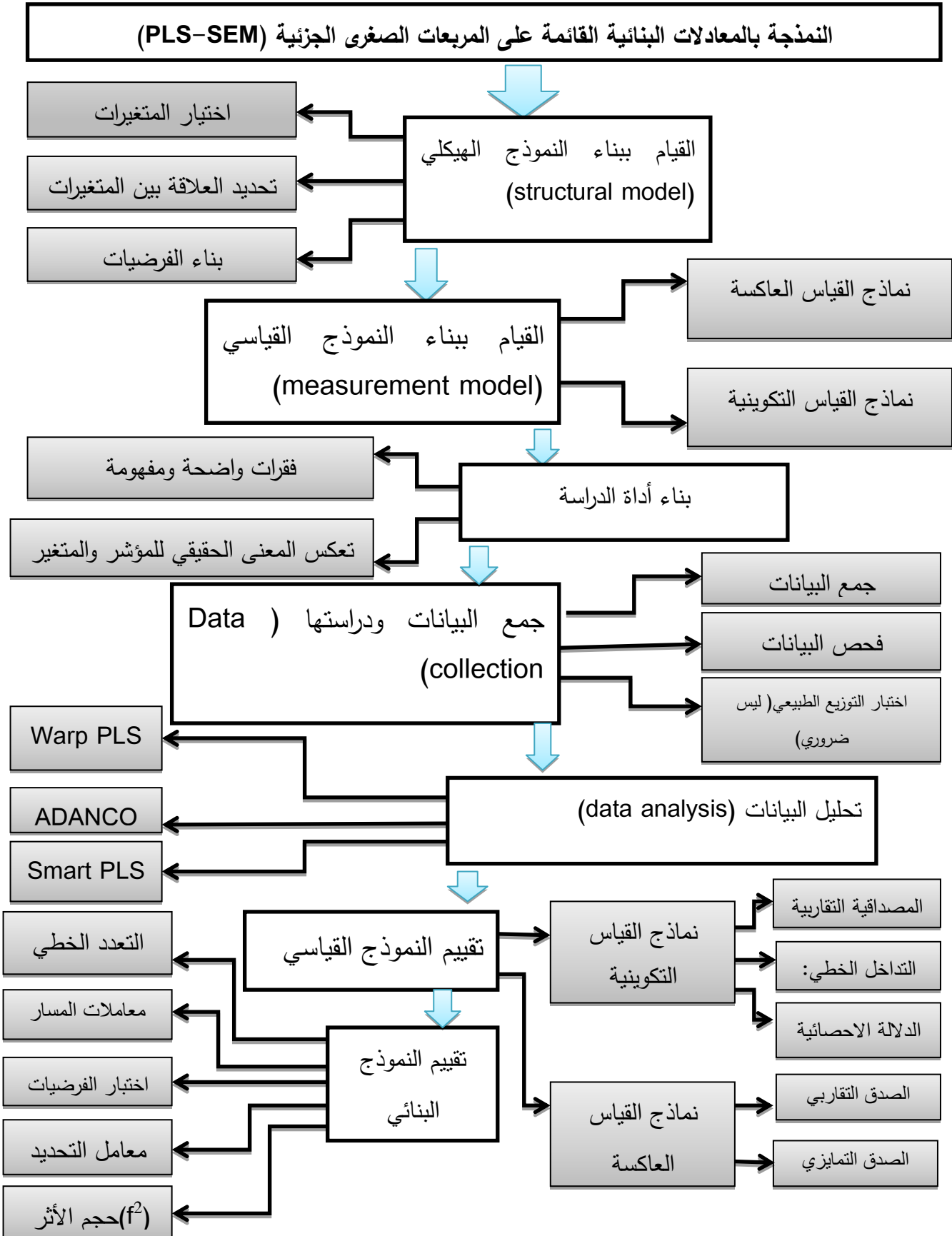
(al., 2021)، من صدق تقاربي وصدق تمايزي وتحليل المسار والمعنوية وغيرها من المؤشرات التي يتم اعتمادها في تقييم النموذج البنائي. حيث يقوم برنامج Smart pls بعرض نتائج اختبار الفرضيات المباشرة وغير المباشرة على حد سواء، وبالتالي يمكن استنتاج ما إذا كان متغير معين يلعب دور الوسيط بالرجوع إلى معاملات المسار وقيم احصائية p-value.

- تحليل التعديل

المتغير المعدل (moderating variable) هو ذلك المتغير الذي يقوم بتعديل العلاقة بين متغيرين اثنين أحدهما تابع والآخر مستقل، حيث قد يزيد من قوة العلاقة وقد يعمل العكس، كما قد يغير من اتجاه العلاقة، وبنفس الطريقة السابقة واتباع نفس المراحل السابقة يتم اختبار تأثير المتغير المعدل، وعند تفسير نتائج عملية التحليل يكون الاهتمام الأساسي قائما على الدلالة الاحصائية لمدى للتفاعل (تأثير المتغير المستقل والمعدل مجتمعين)، حيث إذا كان تأثير مدى التفاعل دالا احصائيا فهذا يعني أن المتغير المعدل يعمل على تعديل العلاقة بين المتغيرين، التابع والمستقل. ولفهم تأثير المتغير المعدل عادة ما يعتمد الباحثون على الرسم البياني لشرح مدى تأثير المتغير المعدل في العلاقة، والتي سيتم عرضها أثناء تحليل نتائج النموذج الخاص بهذه الدراسة (Joseph F Hair Jr, Hult, Ringle, Sarstedt, et al., 2021).

يوضح الشكل رقم (17) المراحل التي يمكن اتباعها عند استخدام أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM). وعلى العموم توجد سبعة (7) مراحل أساسية يجب على أي باحث يسعى لإستخدام أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM). وتجدر الإشارة إلى أن هذه المراحل هي المراحل التي اتبعتها الطالب في هذه الدراسة، حيث وبعد أن تم اختيار الموضوع، واختيار أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية لمعالجة الجانب التطبيقي للدراسة، شرع الطالب في العمل على وضع النموذج الأولي للدراسة وتحديد وضبط جميع المتغيرات الداخلة فيه، وبعد ذلك عمد إلى البحث عن مؤشرات القياس الخاصة بقياس كل متغير، وكان هذا بالاعتماد على الدراسات السابقة، ثم القيام بضبط أداة الدراسة والمتمثلة في الاستبيان وعرضها على الأستاذ المشرف من أجل تحكيمها، ثم القيام بتوزيع الاستبيان (وهذه هي أطول مرحلة خاصة في هذه الدراسة، حيث تتطلب هذه المرحلة الجهد والوقت والتكلفة)، وتفرغ البيانات وفحصها والتأكد من صحتها وخلوها من العيوب، ثم في الأخير تأتي مرحلة التحليل باستخدام برنامج (Smart pls)، واختبار النموذجين القياسي والبنائي.

الشكل (17): ملخص لمراحل إعداد دراسة باستخدام (PLS-SEM)



المصدر: من إعداد الطالب.

خلاصة الفصل

تعتبر البيانات التي يتم جمعها بمثابة القاعدة الأساسية التي يبنى عليها الجانب التطبيقي للدراسات، ويكون الموضوع أكثر حساسية إذا تم جمع هذه البيانات من خلال أداة الاستبيان، حيث يجب مراعاة الدقة اللامتناهية في اختيار العبارات أو المؤشرات الملائمة لقياس المتغيرات الكامنة والتي تعكس المعنى الحقيقي والكامل للمتغير، كما يجب مراعاة الدقة والوضوح في الصياغة بحيث تكون مفهومة للمستجيب. وبعد الانتهاء من اعداد الاستبيان يتم توجيهه للعينة المستهدفة، ويشترط بلوغ الحد الأدنى المطلوب من العينة من أجل الحصول على نتائج مقبولة.

وقد بلغ إجمالي عدد العبارات التي تم استخدامها في بناء أداة الدراسة ما يعادل 47 عبارة موزعة على المتغيرات الخمسة للنموذج، وقد تعمد الطالب الاكثار من العبارات لتعكس المفهوم الحقيقي للمتغير المقاس كامل، لكن هذا العدد سينخفض أثناء إجراء التحليل لأن العبارات لن تستوفي جميعها الشروط الأدنى المطلوبة للتحليل، وقد بلغ إجمالي عدد الاستثمارات التي تم جمعها ما يعادل 122 استثمارة استغرقت عملية التوزيع فيها قرابة السنتين، وقد تم اعتبار هذا العدد كافي لعملية التحليل.

IV. النتائج ج

IV. النتائج

بعد عملية توزيع الاستبيان وجمع العينة المقبولة للدراسة والمقدرة بما يعادل 122 مؤسسة ناشئة، تم القيام بتفريغ النتائج في برنامج إكسل (Excel) وترتيبها وتنظيمها وترميزها بما يتناسب ونموذج الدراسة، ثم تحويلها إلى برنامج Smart pls v4، إذ أن البرنامج يقبل فقط الملفات من برنامج إكسل (Excel) والتي تكون على شكل (CSV)، وتجدر الإشارة أيضا إلى أن هذا النوع من الملفات لا يقبل اللغة العربية ولهذا يجب الحرص على ترميز العبارات باللغة الأجنبية.

بعد إدخال البيانات يتم الولوج إلى واجهة برنامج Smart PLS (حيث تم الاعتماد فقط على النسخة التجريبية لمدة شهر واحد، والتي تتيح لك الفرصة للاستفادة من جميع الميزات تقريبا الموجودة في النسخة المدفوعة)، ومحاكاة النموذج الخاص بالدراسة ثم البدء في عملية التحليل، التي تسمح بالحصول على النتائج الخاصة بالنموذج البنائي وكذلك النموذج القياسي على حد سواء، ولهذا سيتم من خلال هذا القسم من الدراسة معالجة النقطتين الرئيسيتين التاليتين:

1. تقييم النموذج القياسي

2. تقييم النموذج البنائي

يتكون نموذج الدراسة حسب أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية كما تم الإشارة إليه في القسم الخاص بالطريقة والأدوات من نموذجين فرعيين هما: نموذج قياسي (measurement model) والذي يمثل العلاقة بين المتغيرات الكامنة (المباني) والتي يرمز لها بالدوائر، ومؤشراتها والتي يرمز لها بالمستطيلات، ونموذج بنائي (structural model) والذي يوضح العلاقة بين المتغيرات الكامنة، وفيما يلي سيتم اختبار كل نموذج على حدى:

1.1 اختبار النموذج القياسي (measurement model)

يتم اختبار النموذج القياسي بالاعتماد على: الصدق التقاربي والصدق التمايزي (Joe F Hair, 2011). (Ringle, & Sarstedt, 2011). (Atiya & Osman, 2021).

1.1.1 الصدق التقاربي (convergent validity)

لقياس الصدق التقاربي يتم الاعتماد على متوسط التباين المستخرج (AVE)، معاملات التشعب (Factor loading)، ألفا كرونباخ (Cronbach 's alpha)، وكذلك معامل الثبات المركب (Composite Reliability) (Joseph F Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019) مع الإشارة إلى أنه تم الاعتماد فقط على نماذج القياس العاكسة دون التكوينية. من خلال الجدول (23) يتضح أن معاملات التشعب للفقرات تجاوزت الحد الأدنى الموصى به والمقدر ب 0,7 (Joe F Hair et al., 2011) في أغلب الفقرات الموجودة في النموذج، أما الفقرات التي كان معامل التشعب فيها محصور بين 0,7 و 0,4 بعد ما تم التأكد من أن وجودها يحسن من نتائج متوسط التباين المستخرج (AVE) تم الإبقاء عليها (Joe F Hair et al., 2011)، في المقابل تم حذف الفقرات التي كانت معاملات التشعب فيها أقل من الحد الأدنى المطلوب وقد كانت الفقرات المحذوفة من كل متغير كما يلي: ستة (06) فقرات من متغير الدعم غير المالي، أربعة (04) فقرات من متغير الدعم المالي، وكذلك متغير التوجه المقاولاتي، ونجاح المؤسسات الناشئة، في حين تم حذف فقرتين من متغير الميزة التنافسية، ليصبح العدد الاجمالي للفقرات الداخلة في النموذج (27) فقرة بعد ما كان عددهم (47) فقرة. بالنسبة لمتوسط التباين المستخرج (AVE) فقد تجاوزت قيمته 0,5 لجميع المتغيرات في النموذج، وهذه النتائج تعتبر مقبولة حسب ما أشار إليه (Henseler, Hubona, & Ray, 2016). نفس الشيء بالنسبة لمعامل الثبات المركب (CR) فقد تجاوزت قيمته 0,8 لجميع المتغيرات أي يمكن القول أن هذه القيمة جيدة (Joe F Hair et al., 2011). معامل ألفا كرونباخ (Cronbach 's alpha) أيضا تجاوزت قيمته الحد الموصى به والمقدر ب 0,7

النتائج

لجميع المتغيرات. بناء على النتائج السابقة الذكر تم التحقق من وجود الصدق التقاربي في نموذج الدراسة . كل النتائج تم عرضها في الجدول رقم (23) بالتفصيل.

الجدول (23): اختبار النموذج القياسي.

| المتغيرات | الترميز | معاملات التشبع | ألفا كرونباخ | الموثوقية المركبة | متوسط التباين المستخرج |
|-----------------------|--------------|----------------|--------------|-------------------|------------------------|
| نجاح المؤسسات الناشئة | SS1 | 0,892 | 0,810 | 0,880 | 0,526 |
| | SS10 | 0,698 | | | |
| | SS2 | 0,580 | | | |
| | SS4 | 0,693 | | | |
| | SS6 | 0,897 | | | |
| | SS7 | 0,505 | | | |
| | الدعم المالي | SF3 | | | |
| SF4 | | 0,834 | | | |
| SF7 | | 0,590 | | | |
| SF8 | | 0,552 | | | |
| SNF11 | | 0,603 | | | |
| SNF13 | | 0,680 | | | |
| SNF2 | | 0,534 | | | |
| الدعم غير المالي | SNF6 | 0,566 | 0,847 | 0,901 | 0,519 |
| | SNF7 | 0,865 | | | |
| | SNF8 | 0,865 | | | |
| | SNF9 | 0,838 | | | |
| | CA1 | 0,929 | | | |
| الميزة التنافسية | CA2 | 0,738 | 0,783 | 0,854 | 0,550 |
| | CA3 | 0,846 | | | |
| | CA5 | 0,512 | | | |
| | CA7 | 0,603 | | | |
| | EO1 | 0,929 | | | |
| التوجه المقاولاتي | EO3 | 0,849 | 0,783 | 0,809 | 0,540 |
| | EO6 | 0,755 | | | |
| | EO7 | 0,565 | | | |
| | EO8 | 0,647 | | | |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

2.1.4 الصدق التمايزي (discriminant validity)

يتم قياس الصدق التمايزي (discriminant validity) بالاعتماد على معيارين رئيسيين هما: معيار فورنر لاركر (Fornell-Larcker) (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2015)، يقوم هذا المعيار على مقارنة الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (AVE) مع الارتباطات الأخرى للمتغير الكامن، حيث يجب أن تكون هذه القيمة أكبر من أعلى ارتباط لكل متغير مع بقية المتغيرات الأخرى، وهذا ما يتحقق في هذه الدراسة حيث من خلال الجدول (24) يمكن ملاحظة أن قيم احصائية فرنر-لاركر لكل متغير مع نفسه كانت أكبر من بقية القيم لنفس المتغير. المعيار الثاني هو نسبة سمة اللاتجانس-سمة الأحادية (ratio heterotrait-monotrait) والذي يرمز له بالرمز (HTMT) (Henseler et al., 2015)، وتعتبر تقديرا للارتباط الحقيقي بين متغيرين اثنين إذا تم قياسهما بطريقة مثالية، أي إذا كانا يتمتعان بموثوقية كاملة، وتشير قيمته القريبة من الواحد إلى عدم وجود موثوقية، في حين إذا كانت قيمته أقل من 0,9 فهي تدل على وجود موثوقية (Joseph F Hair et al., 2019)، ومن خلال الجدول (25) نلاحظ أن كل قيم مؤشر (HTMT) أقل من 0,9 مما يدل على وجود موثوقية، وبالتالي فإن الصدق التمايزي محقق في هذه الدراسة. أنظر الجدولين (24) وكذلك (25).

الجدول (24): إحصائية فرنر-لاركر

| نجاح المؤسسات الناشئة | الميزة التنافسية | الدعم غير المالي | الدعم المالي | التوجه المقاولاتي |
|-----------------------|------------------|------------------|--------------|-------------------|
| | | | | 0,735 |
| | | | 0,731 | 0,464 |
| | | 0,720 | 0,349 | 0,393 |
| | 0,741 | 0,488 | 0,243 | 0,537 |
| 0,725 | 0,669 | 0,380 | 0,286 | 0,606 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

النتائج

الجدول (25): إحصائية (HTMT)

| التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي | التوجه المقاولاتي |
| التوجه المقاولاتي | 0,654 | | | | | |
| الدعم المالي | 0,548 | 0,526 | | | | |
| الدعم غير المالي | 0,660 | 0,326 | 0,506 | | | |
| الميزة التنافسية | 0,730 | 0,362 | 0,408 | 0,817 | | |
| نجاح المؤسسات الناشئة | 0,321 | 0,174 | 0,235 | 0,488 | 0,494 | |
| التوجه المقاولاتي x الدعم المالي | 0,129 | 0,303 | 0,257 | 0,262 | 0,266 | 0,191 |
| التوجه المقاولاتي x الدعم غير المالي | | | | | | |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

2.4 اختبار النموذج البنائي (assessment structural model)

قبل القيام باختبار النموذج البنائي يجب التأكد أولاً من خلو النموذج من مشكلة التعدد الخطي لمتغيرات الدراسة (Multi_collinearity)، وهذا بالاعتماد على معامل تضخم التباين (VIF) لجميع فقرات الاستبيان، وللحكم على خلو النموذج من هذه المشكلة يجب أن تكون قيمة (VIF) لجميع الفقرات أقل من 5 (Joe F Hair et al., 2011). بالرجوع إلى قيم معامل التضخم لهذه الدراسة يتضح أنه محصور بين (1,188) كأقل قيمة و (3,958) كأكبر قيمة وبالتالي يمكن القول أن النموذج الخاص بهذه الدراسة خالي من مشكلة التعدد الخطي. أنظر الجدول (26).

النتائج

الجدول (26): يوضح معامل تضخم التباين (VIF) لفقرات النموذج.

| المتغيرات | VIF | المتغيرات | VIF |
|-----------|-------|-----------|-------|
| SNF11 | 1,395 | CA1 | 3,958 |
| SNF13 | 1,659 | CA2 | 1,723 |
| SNF2 | 1,647 | CA3 | 2,787 |
| SNF6 | 1,963 | CA5 | 1,188 |
| SNF7 | 2,434 | CA7 | 1,308 |
| SNF8 | 2,706 | EO1 | 3,222 |
| SNF9 | 2,537 | EO3 | 3,407 |
| SS1 | 2,972 | EO6 | 1,668 |
| SS10 | 1,964 | EO7 | 1,369 |
| SS2 | 1,448 | EO8 | 1,278 |
| SS4 | 1,784 | SF3 | 1,702 |
| SS6 | 2,761 | SF4 | 1,724 |
| SS7 | 1,439 | SF7 | 1,341 |
| | | SF8 | 1,260 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

بعد التأكد من خلو النموذج من مشكلة التعدد الخطي، نقوم الآن بتقدير معاملات المسار ومعرفة معنوية كل معامل وهذا من خلال مضاعفة حجم العينة إلى 500 مرة بالاعتماد على تقنية البسترة (Bootstrapping) التي يوفرها برنامج (Smart PLS v4)، وتسمح لنا عملية البسترة بمعرفة مدى معنوية النتائج واتخاذ القرار فيما يخص الفرضيات أو العلاقات التي تم طرحها في البداية، ويجب التفريق هنا بين التأثير المباشر والتأثير غير المباشر والتأثير الكلي، وسيتم معالجة كل ما سبق ذكره.

- الأثر المباشر (**direct effects**): ويقصد به العلاقة المباشرة بين المتغيرات أي بدون وسيط أو متغير معدل، والملاحظ لنموذج الدراسة يجد أن هناك خمسة (5) فرضيات مباشرة وهي: H1، H2،

النتائج

H3، H4 و H5، يوضح الجدول رقم (27) معاملات المسار (Path coefficients)، وكذلك الانحراف المعياري (Standard deviation)، بالإضافة إلى إحصائية (p-value)، ومن خلال الجدول تم ملاحظة وجود أثر موجب ذو دلالة إحصائية لمتغير الدعم غير المالي على المتغير الوسيط والمتمثل في الميزة التنافسية عند مستوى دلالة 0,05 حيث كانت قيم كل من معاملات المسار B و (p-value) كما يلي: (B=0,459 P=0,000) وبالتالي تم قبول الفرضية H4، كما تم أيضا ملاحظة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الميزة التنافسية على متغير نجاح المؤسسات الناشئة حيث كانت قيم كل من معاملات المسار (B) وكذلك إحصائية (p-value) كما يلي (B= 0,453 P=0,000) وبالتالي قبول الفرضية H5. في المقابل يتضح من خلال الجدول أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة لأن قيمة (p-value) كانت أكبر من 0,05، نفس الشيء بالنسبة، لأثر متغير الدعم المالي على الميزة التنافسية وكذلك متغير الدعم غير المالي على متغير نجاح المؤسسات الناشئة، وبالتالي تُرفض كل من الفرضيات H1، H2، وكذلك H3. لمزيد من التفصيل حول نتائج اختبار الفرضيات المباشرة أنظر الجدول رقم (27).

الجدول (27): اختبار الفرضيات المباشرة.

| الفرضيات | معامل المسار B | الانحراف المعياري | احصائية ستيودنت | احصائية p-value | النتيجة |
|--------------------------------------|----------------|-------------------|-----------------|-----------------|---------|
| H1 الدعم المالي — نجاح المؤسسات | -0,024 | 0,059 | 0,402 | 0,688 | مرفوضة |
| H2 الدعم غ المالي — نجاح المؤسسات | -0,029 | 0,079 | 0,253 | 0,800 | مرفوضة |
| H3 الدعم المالي — الميزة التنافسية | 0,083 | 0,109 | 0,765 | 0,444 | مرفوضة |
| H4 الدعم غ المالي — الميزة التنافسية | 0,464 | 0,089 | 4,486 | 0,000 | مقبولة |
| H5 الميزة التنافسية — نجاح المؤسسات | 0,672 | 0,070 | 9,51 | 0,048 | مقبولة |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

- الأثر غير المباشر (indirect effects): يظهر هذا الأثر عندما يكون ضمن النموذج متغير واحد وسيط على الأقل، مثل ما هو الحال في النموذج الخاص بهذه الدراسة، حيث أن متغير الميزة التنافسية يتوسط العلاقة بين كل من الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ومتغير نجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى، وبالتالي فإن متغيري الدعم المالي والدعم غير المالي لهما تأثير مباشر، وتأثير غير مباشر عن طريق متغير الميزة التنافسية على متغير نجاح المؤسسات الناشئة

النتائج

وهذا ما تم طرحه في الفرضيتين H6 وكذلك H7. يوضح الجدول رقم (28) معاملات المسار (Path coefficients)، وكذلك الانحراف المعياري (Standard deviation)، بالإضافة إلى إحصائية (p-value)، كما يوضح أيضا التأثير غير المباشر وطريق حسابه انطلاقا من معاملات المسار للتأثيرات المباشرة (direct effects)، حيث أن معامل المسار للمتغير المستقل مع المتغير الوسيط مضروب في معامل المسار للمتغير الوسيط مع المتغير التابع يعطينا التأثير غير المباشر (indirect effects)، ومن خلال الجدول يتضح أن معامل المسار للعلاقة بين متغير الدعم المالي والميزة التنافسية والمقدرة ب (0,083) مضروبة في معامل المسار للعلاقة بين الميزة التنافسية ونجاح المؤسسات الناشئة والمقدرة ب (0,672) والتي ينتج عنها معامل التأثير الغير مباشر للعلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة عن طريق الميزة التنافسية والذي يساوي (0,056)، كما نلاحظ من خلال الجدول أيضا أن قيمة إحصائية (p-value) كانت أكبر من 0,05 وبالتالي لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية، وهذا يقود إلى رفض الفرضية H6. وبنفس الطريقة نجد أن معامل المسار للعلاقة المباشرة بين الدعم غير المالي والميزة التنافسية والمقدر ب (0,459) مضروب في معامل المسار للعلاقة بين الميزة التنافسية ونجاح المؤسسات الناشئة والمقدر ب (0,672) ينتج عنه التأثير الغير المباشر للدعم غير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية والمقدر ب (0,308)، ومن خلال الجدول يتضح لنا أيضا أن قيمة إحصائية (p-value) كانت أقل من 0,05 وبالتالي يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الدعم غير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية، وهذا يقود إلى قبول الفرضية H7. تجدر الإشارة إلى أن دراسة الأثر غير المباشر هو نفسه دراسة الوساطة ولمزيد من التفاصيل حول نتائج التأثيرات الغير المباشرة أنظر الجدول (28).

الجدول (28): يوضح التأثير غير المباشر (الوساطة).

| الفرضيات | التأثير غير المباشر | الانحراف المعياري | احصائية ستيودنت | احصائية p-value | النتيجة |
|----------|---|-------------------|-----------------|-----------------|---------|
| H6 | الدعم المالي – الميزة التنافسية – نجاح المؤسسات الناشئة | 0,072 | 0,773 | 0,439 | مرفوضة |
| H7 | الدعم غ المالي – الميزة التنافسية – نجاح المؤسسات الناشئة | 0,084 | 3,684 | 0,000 | مقبولة |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

النتائج

- التأثير الكلي (Total effects): وهذا التأثير أيضا يتم اللجوء إلى حسابه في حالة وجود متغيرات وسيطة فقط، حيث يتم الجمع بين التأثير المباشر للمتغير المستقل على التابع، وكذلك التأثير غير المباشر للمتغير المستقل على التابع من خلال المتغير الوسيط. يوضح الجدول رقم (29) التأثيرات الكلية للمتغيرين المستقلين بالإضافة إلى الانحراف المعياري (Standard deviation)، وكذلك إحصائية (p-value)، بالإضافة إلى إحصائية ستودنت (T statistics)، ومن خلال الجدول يتم ملاحظة أن الأثر الكلي لمتغير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة هو حاصل جمع الأثر المباشر والأثر الغير المباشر والذي كان (-0,024+0,056=0,032)، ومن خلال الجدول يتضح لنا عدم معنوية هذا الأثر إذ أن قيمة إحصائية (p-value) كانت أكبر من 0,05 وبالتالي يتم إهماله، وفي مقابل هذا نلاحظ أن الأثر الكلي لمتغير الدعم الغير مالي على نجاح المؤسسات الناشئة هو أيضا حاصل جمع الأثر المباشر والأثر الغير المباشر والذي يمكن حسابه بنفس الطريقة (-0,020+0,308=0,288) ويتضح أيضا من خلال الجدول أن قيمة إحصائية (p-value) كانت أقل من 0,05 وبالتالي يمكن اعتبار أن هذا الأثر الكلي معنوي ومقبول. والجدول رقم (29) يعرض النتائج بالتفصيل.

الجدول (29): نتائج الأثر الكلي لمتغيري الدعم المالي والدعم غير المالي على متغير نجاح المؤسسات الناشئة

| المتغيرات | الأثر المباشر | الأثر غير المباشر | الانحراف المعياري | إحصائية ستودنت | إحصائية p-value |
|--|---------------|-------------------|-------------------|----------------|-----------------|
| الدعم المالي - نجاح المؤسسات الناشئة | -0,024 | 0,056 | 0,100 | 0,321 | 0,747 |
| الدعم غير المالي - نجاح المؤسسات الناشئة | -0,020 | 0,308 | 0,097 | 4,683 | 0,000 |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

بعد الانتهاء من اختبار التأثيرات المباشرة والتأثيرات غير المباشرة يتم الانتقال الآن إلى اختبار المتغير المعدل والمتمثل في التوجه المقاولاتي، والذي يؤدي في هذا النموذج دور المتغير المعدل، بين الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى، حيث يوضح الجدول رقم (30) أن قيمة معامل المسار لمدى التفاعل فيما يخص العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة في وجود التوجه المقاولاتي كمتغير معدل لعلاقة كان ($\beta = -0,157$) وقيمة (p value=0,048) وهذا يدل

على أن المتغير المعدل والمتمثل في التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة بشكل سلبي، أي أنه كلما زادت مستويات التوجه المقاولاتي أدى هذا إلى انخفاض قوة تأثير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة، و على العكس من ذلك كلما انخفضت مستويات التوجه المقاولاتي أدى هذا إلى زيادة قوة تأثير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة (طبعا هذا الشرح خاص فقط بالنتائج التي تم التوصل إليه حسب هذا النموذج وحسب البيانات المستخدمة)، ولمزيد من التفصيل تم استعراض الشكل رقم (18) الذي يفصل في القراءة السابقة أكثر، حيث يوضح الشكل ثلاث مستويات مختلفة من التوجه المقاولاتي (المتغير المعدل) منها المنخفضة باللون الأحمر، والمتوسطة باللون الأزرق، والمرتفعة باللون الأخضر، ونلاحظ من خلال الشكل أنه كلما انتقلنا من مستوى منخفض إلى مرتفع تغير ميل المستقيم الذي يجسد العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة ليأخذ القيمة السالبة وهذا يدل على وجود علاقة تأثير سلبي، وبالتالي نرفض الفرضية H8 القائلة بأن التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي. كما نلاحظ من خلال الجدول أيضا أن قيمة معامل المسار لمدى التفاعل فيما يخص العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة قد بلغت ما يعادل $(\beta=0,129)$ وقيمة $(p \text{ value}=0,023)$ وهذا يدل على أن المتغير المعدل والمتمثل في التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي، أي أن وجود التوجه المقاولاتي يعزز من قوة تأثير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة، كما أن انخفاض مستويات التوجه المقاولاتي يقلل من قوة التأثير الدعم غير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة، ولتدعيم هذا الشرح أكثر تم استعراض الشكل (19) حيث يوضح الشكل ثلاث مستويات مختلفة من التوجه المقاولاتي منها المنخفضة باللون الأحمر، والمتوسطة باللون الأزرق، والمرتفعة باللون الأخضر، ونلاحظ من خلال الشكل أنه كلما انتقلنا من مستوى منخفض إلى مرتفع تغير ميل المستقيم الذي يجسد العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة ليأخذ القيمة الموجبة، والعكس تماما كلما انتقلنا من مستوى أعلى إلى مستوى أسفل تغير اتجاه ميل المستقيم الذي يجسد العلاقة بين الدعم غير المال ونجاح المؤسسات الناشئة ليأخذ قيمة سالبة، وبالتالي نقبل الفرضية H9 القائلة بأن التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بشكل موجب بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة، ولمزيد من التفاصيل حول اختبار فرضيات المتغير المعدل أنظر الجدول رقم (30)، الشكل (18)، الشكل (19).

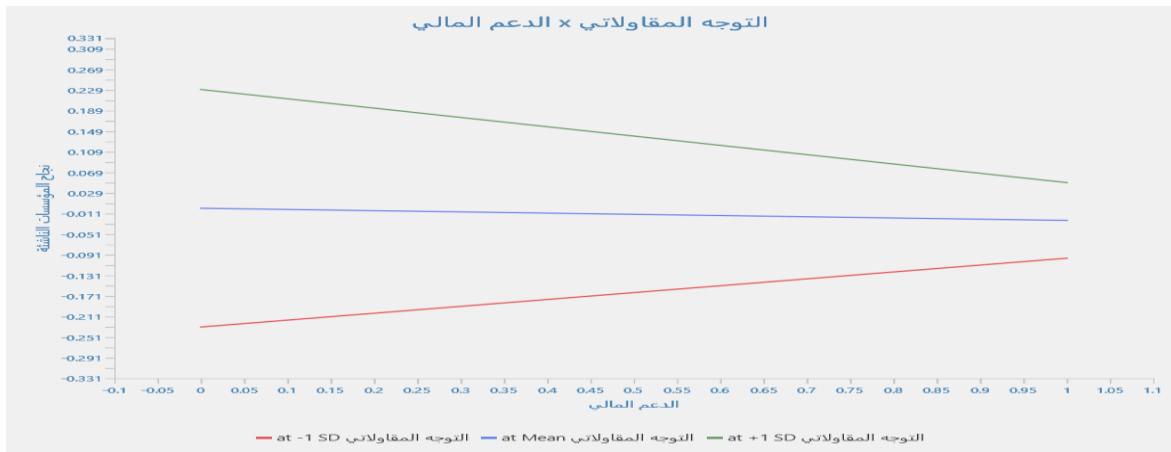
النتائج

الجدول (30): اختبار الفرضيات الخاصة بالمتغير المعدل (التوجه المقاولاتي).

| الفرضيات | معاملات المسار | الإنحراف المعياري | احصائية ستودنت | احصائية p-value | النتيجة |
|--|----------------|-------------------|----------------|-----------------|---------|
| H8 التوجه المقاولاتي × الدعم المالي – نجاح المؤسسات الناشئة | -0,157 | 0,079 | 1,976 | 0,048 | مرفوضة |
| H9 التوجه المقاولاتي × الدعم غير المالي – نجاح المؤسسات الناشئة | 0,129 | 0,057 | 2,261 | 0,023 | مقبولة |

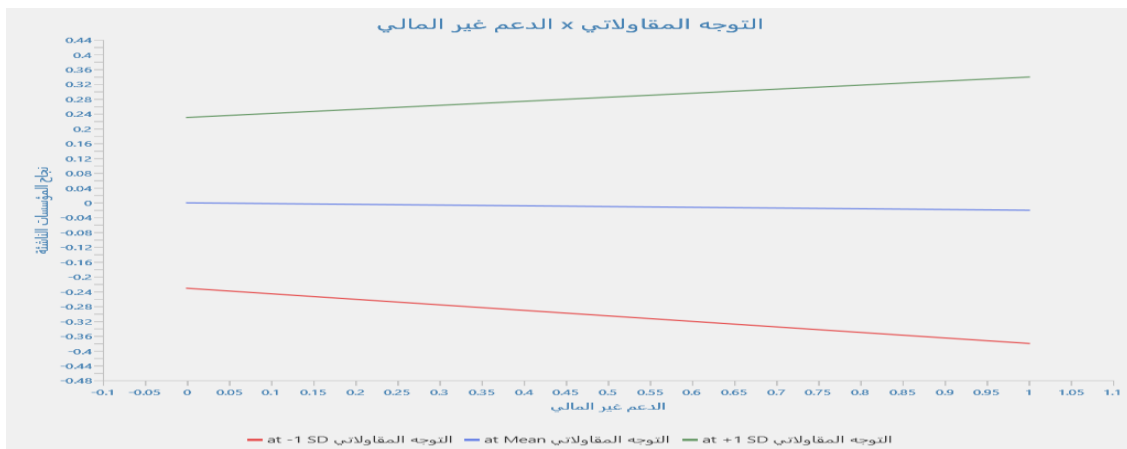
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

الشكل (18): تأثير التوجه المقاولاتي على العلاقة بين الدعم المالي والدعم غير المالي.



المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS v4.

الشكل (19): تأثير التوجه المقاولاتي على العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة.

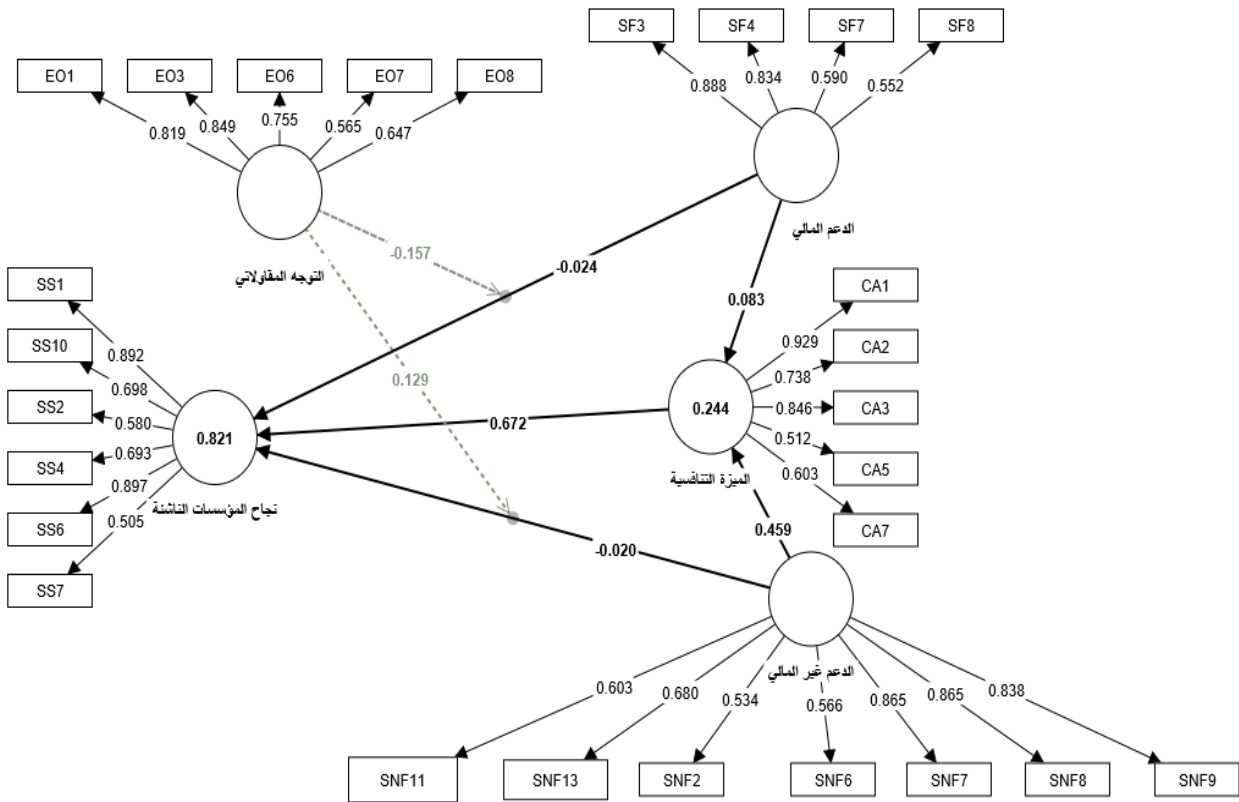


المصدر: من مخرجات برنامج Smart PLS v4.

النتائج

يوضح الشكل (20) نتائج معاملات المسار التي تم الإشارة لها في الجداول السابقة الذكر، والتي توضح العلاقة بين المتغيرات المفسرة والمتغير التابع، ويتضح من خلال الشكل أن قيمة معامل التحديد R^2 للنموذج قد بلغت 0,821 مما يعني أن المتغيرات المستقلة (المفسرة) تفسر 82,1% من التغيرات الكلية التي تحصل في المتغير التابع (نجاح المؤسسات الناشئة) بالنسبة لهذا النموذج، في المقابل كان معامل التحديد الخاص بالميزة التنافسية يساوي 0,244 أي أن متغيرات الدعم المالي والدعم غير المالي تفسر 24.4% من التغيرات الحاصلة في متغير الميزة التنافسية (الذي يعتبر أيضا كمتغير تابع بالنسبة للدعم المالي والدعم غير المالي). وحسب ما أشار إليه (Joseph F Hair et al., 2019) فإنه إذا كان معامل التحديد R^2 محصور بين 0,33 و 0,67 فهو يعتبر متوسط وإذا كان محصور بين 0,19 و 0,33 فهو يعتبر ضعيف أما إذا كان أكبر من 0,67 فهي تعتبر قوي، كما أشار (Falk & Miller, 1992) إلى أن معامل التحديد لا يجد أن يقل عن 0,10 كأدنى حد، ومن خلال الشكل نلاحظ أن معامل التحديد بالنسبة للمتغير التابع الرئيسي في النموذج (نجاح المؤسسات الناشئة) تعتبر جيدة، في حين أن معامل التحديد بالنسبة لمتغير الميزة التنافسية تعتبر ضعيفة.

الشكل (20): نتائج اختبار النموذج البنائي للدراسة



المصدر: من مخرجات برنامج Smart PLS v4.

يوضح الشكل رقم (20) أعلاه نتائج اختبار النموذج البنائي من خلال برنامج Smart PLS v4، حيث أن معامل التحديد يظهر في الدائرة الخاصة بالمتغير التابع الرئيسي (نجاح المؤسسات الناشئة)، وكذلك على الدائرة الخاصة بالمتغير التابع الثانوي (الميزة التنافسية)، في حين أن الأرقام التي تظهر على الأسهم التي تربط بين المتغيرات الكامنة (الدوائر) ومؤشراتها (المستطيلات) تمثل تشبعات العوامل (Outer loadings) والتي تم شرحها في الجزء الخاص باختبار النموذج القياسي، أما الأرقام التي تظهر على الأسهم المستمرة التي تربط بين المتغيرات الكامنة فتمثل معاملات المسار (Path coefficients)، في حين أن الأرقام الظاهرة على الأسهم المتقطعة فهي تمثل معاملات المسار لمدى التفاعل. كما لا بد من الإشارة أيضا إلى أن التأثير المباشر للتوجه المقاولاتي على نجاح المؤسسات الناشئة لا يظهر ضمن الشكل، لكن البرنامج يقوم بإظهار النتيجة في تقرير النتائج، وقد كان تأثير التوجه المقاولاتي على نجاح المؤسسات الناشئة موجب وذو دلالة إحصائية، حيث قدر معامل المسار ($B=0.231$) وقيمة ($P=0.010$)، أي أن متغير التوجه المقاولاتي وبالإضافة إلى كونه يؤدي دور المتغير المعدل للعلاقة بين الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى فهو كذلك يؤدي دور المتغير المستقل وله تأثير مباشر موجب على المتغير التابع والمتمثل في الميزة التنافسية.

إن معامل التحديد R^2 يقيس فقط حجم الاثر لجميع المتغيرات التفسيرية أو المستقلة مجتمعة، ولمعرفة مدى تأثير كل متغير على حدى يتم اللجوء إلى ما يعرف بحجم الأثر (f^2)، وحسب (J. Hair & Alamer, 2022) فإن f^2 يكون كبير إذا كان أكبر من 0,35 ومتوسط إذا كان محصورا بين 0,15 و 0,35، وصغيرا إذا كان محصور بين 0,2 و 0,15، أما إذا كان أصغر من 0,02 فيشير إلى عدم وجود أثر. الجدول (31) يبين لنا حجم الأثر لكل متغير بالنسبة للمتغير التابع الرئيسي في النموذج والمتمثل في نجاح المؤسسات الناشئة، وكذلك بالنسبة للمتغير التابع الثانوي والمتمثل في الميزة التنافسية. كما لا بد من الإشارة إلى أن حجم الأثر يكون بالنسبة لجميع المتغيرات الداخلة في النموذج بما في ذلك مدى التفاعل الناتج عن الأثر الذي يحدثه المتغير المعدل والمتمثل في التوجه المقاولاتي. من خلال الجدول يتضح أن حجم الأثر الأكبر بالنسبة للمتغير التابع الرئيسي (نجاح المؤسسات الناشئة) كانت من نصيب متغير الميزة التنافسية بما يعادل 0,862، ثم التوجه المقاولاتي بما يعادل 0,156 ثم تأتي بقية المتغيرات الأخرى، أما بالنسبة لمتغير الميزة التنافسية فكان الأثر الأكبر من نصيب الدعم غير المالي بما يعادل 0,245.

النتائج

الجدول (31): حجم الأثر f^2 .

| الوصف | حجم الأثر f^2 | المتغيرات المستقلة أو المفسرة | المتغير التابع |
|-------|-----------------|--------------------------------------|-----------------------|
| ضعيف | 0,002 | الدعم المالي | نجاح المؤسسات الناشئة |
| ضعيف | 0,001 | الدعم غير المالي | |
| كبير | 0,862 | الميزة التنافسية | |
| متوسط | 0,156 | التوجه المقاولاتي | |
| متوسط | 0,059 | التوجه المقاولاتي × الدعم المالي | |
| متوسط | 0,081 | التوجه المقاولاتي × الدعم غير المالي | الميزة التنافسية |
| متوسط | 0,008 | الدعم المالي | |
| متوسط | 0,245 | الدعم غير المالي | |

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج Smart PLS v4.

في آخر مرحلة من المراحل المتبعة في اختبار النموذج البنائي (structural model)، يتم اختبار جودة النموذج، وهذا بالاعتماد على مؤشر (GOF) (مؤشر جودة المطابقة)، والذي يتم حسابه من خلال المعادلة التالية:

$$G = \sqrt{AVE \times R^2}$$

حيث: R^2 تمثل: متوسط معاملات التحديد.

و AVE يمثل: متوسط التباين المفسر.

بالطبيق على نتائج الدراسة نجد أن: $R^2 = 0,821$ $AVE = 0,5338$ $G = 0,662$

وبالتالي نستنتج أن قيمة مؤشر جودة المطابقة (GOF) تساوي إلى 0,662 وهي أكبر من 0,36 مما يدل على جودة نموذج الدراسة حسب ما أشار إليه (Akter, D'ambra, & Ray, 2011, p. 4).

تعتبر هذه المرحلة هي الأخيرة من مراحل تقييم النموذج البنائي، لكن يجب التنويه إلى أنه لا تزال هناك بعض المؤشرات التي يتم اعتمادها في بعض الدراسات أثناء عملية تقييم النموذج البنائي مثل (Q^2) وكذلك (q^2)، لكن مؤخراً أصبح هذان المؤشران لا يحظىان باهتمام الباحثين في مجال النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) (Thanh, Mohiuddin, & Quang, 2022)، كما أنه تم الاعتماد على النسخة المجانية المتاحة لمدة شهر وهذه النسخة لا تسمح بإجراء تحليل (Blindfolding) الذي يسمح بالحصول على (Q^2) والتي انطلقاً منها يتم احتساب (q^2).

خلاصة الفصل

يسمح أسلوب النمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية بإجراء تحليل للنماذج التي تتضمن العديد من المتغيرات التابعة والمستقلة والوسيط وحتى المعدلة بكبسة زر واحدة، وهذا ما يتميز به هذا الأسلوب الاحصائي بالمقارنة مع الأساليب الاحصائية التقليدية، ومن الخصائص المميزة للنمذجة بالمعادلات البنائية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية أنها تعطي نتائج مقبولة على العموم خاصة مع العينات ذات الحجم الصغير، وهذا من الأسباب التي دفعتنا لاستخدام هذا الأسلوب.

تم استخدام برنامج Smart PLS V4 وهو الاصدار الأخير للبرنامج الذي تم اصداره سنة 2022 حيث تم تحليل البيانات التي جمعت من عينة مقدرة ب122 مؤسسة ناشئة، بعد ادراج النموذج الذي تضمن خمسة (5) متغيرات كامنة، منها متغيرين مستقلين ومتغير وسيط ومتغير معدل، بالاضافة إلى المتغير التابع، وتم بعد عملية التحليل وقراءة النتائج تقييم النموذج القياسي، ثم النموذج البنائي، وتم التوصل في الأخير إلى قبول أربع (4) فرضيات من أصل تسعة (9) فرضيات تم طرحها.

V. مناقشة النتائج

V. مناقشة النتائج

بعد الانتهاء من عرض النتائج واختبار الفرضيات التي تم التوصل إليها يأتي الدور الآن على مناقشة هذه النتائج، إذ أن النموذج الذي تم بناءه في الجانب النظري كان بالاعتماد على الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج، ولهذا سيتم من خلال هذا القسم القيام بمقارنة بين ما تم التوصل إليه في هذه الدراسة، وما تم التوصل إليه في الدراسات السابقة، مع محاولة إعطاء تفسيرات وملاحظات حول العلاقة التي تجمع بين المتغيرات.

مناقشة النتائج

هدفت هذه الدراسة في الأساس إلى تحليل مدى أهمية الذي تؤديه خدمات الدعم المقدمة من طرف أجهزة الدعم والمرافقة للمؤسسات الناشئة، حيث تم التفصيل في هذه الخدمات وتقسيمها إلى العديد من الأقسام بناء على ما تم تناوله في الدراسات السابقة، وقد تم في هذه الدراسات اختيار التقسيم الثنائي والذي يقسم الدعم المقدم للمؤسسات أو الذي تحتاجه وتطلبه أغلب المؤسسات وهما الدعم المالي والدعم غير المالي، ومن هذا المنطلق تم بناء النموذج الخاص بالدراسة واقتراح تسعة (9) فرضيات، حيث وبعد القيام بعملية التحليل واختبار فرضيات الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

بالنسبة للفرضية H1: والتي تنص على أن الدعم المالي يؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة تم رفضها بناء على النتائج التي تم التوصل إليها في التحليل لعدم معنويتها، وهذه النتيجة مغايرة تماما لما تم التوصل إليه في الدراسة التي قام بها (Yaacob, Mahmood, Mat Zin, & Puteh, 2014) حيث تناولوا العلاقة بين الدعم الحكومي المالي وأداء المؤسسات الناشئة، حيث أنه وفي الأصل أن الدعم المالي هو العنصر الأكثر تأثيرا على نجاح المؤسسات الناشئة والمؤسسات بصفة عامة، فهو يعتبر العصب المحرك لأي مشروع مهما كان صغير أو كبير، جديد أو قديم، ولهذا فإن من أهم الاحتياجات التي تحتاجها وتطلبها أي مؤسسة، خاصة تلك الناشئة التي تكون في بداياتها هو الدعم المالي، بل وإن بعض الدراسات ذهبت إلى أبعد من هذا وأكدت أن وجود الدعم المالي أو توفره سواء من طرف الحكومات أو الأفراد أو حتى العائلات والأصدقاء والأقارب يؤثر بشكل مباشر على نية الأفراد في التوجه نحو استحداث مؤسسات ناشئة في المستقبل، ولهذا يمكن ملاحظة أن أغلب الدول تركز على موضوع الدعم المالي للمؤسسات الناشئة، وتعمل على استحداث أجهزة خاصة في تقديم هذا الدعم وعى رأسها شركات رأس المال المخاطر، ولهذا توجهت الحكومة الجزائرية إلى تبنيه من خلال استحداث الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة، الذي يشبه في طريقة عمله إلى حد كبير نظام عمل شركات رأس المال المخاطر، عوض اتباع الطرق التقليدية في التمويل، فهو يدخل مع المؤسسة الممولة كشريك أكثر منه كمقرض، كما أنه لا يطالب بتقديم ضمانات، ولعل هذه الميزة التي تميزه عن طرق التمويل التقليدية، و يعمل الصندوق على تقديم التمويل على عدة مستويات حيث قد يصل المبلغ الممنوح إلى 5 مليون دينار جزائري كحد أعلى بالنسبة للمؤسسات في طور الانطلاق، وتمويل المؤسسات القائمة الناضجة بمبلغ قد يصل إلى 150 مليون دينار جزائري.

الفرضية H2: والتي نصت على أن الدعم غير المالي يؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي، تم رفضها أيضا لعدم معنوية نتائجها، وهذه النتيجة أيضا معاكسة لما تم التوصل إليه من طرف

مناقشة النتائج

(Ombi, Ambad, & Bujang, 2018) في دراسته التي تناولت نفس العلاقة بين المتغيرات، فالدعم غير المالي أيضا يعتبر من الضروريات التي تطلبها أي مؤسسة من بداية تأسيسها إلى غاية نضجها ونموها، فالمؤسسة الناشئة في بدايتها تحتاج إلى التسهيلات الادارية والقانونية من طرف الهيئات المختصة في هذا الأمر من أجل اعداد الوثائق الضرورية الخاصة بالمؤسسة، كما تحتاج إلى التوجيه والنصح والارشاد من أجل إعداد مخطط الاعمال ومن أجل تحليل السوق واختيار الشريحة والسوق المستهدف، كما تحتاج المؤسسات بعد نشأتها وانطلاقها في العمل إلى المساعدة في تسويق المنتجات التي تقدمها، ويحتاج أيضا أصحاب المؤسسات الناشئة إلى الاحتكاك مع رواد الأعمال الناجحين من خلال المساعدة في حضور المنتقيات والندوات والمؤتمرات ذات العلاقة بالمؤسسات الناشئة وريادة الأعمال، من دون أن ننسى الحاجة إلى الدعم في مجال التكنولوجيا والابتكار وطرق حماية براءات الاختراع. وهذه المساعدات التي تحتاجها أي مؤسسة لا بد وأن تطلبها من هيئات متخصصة في هذا المجال على غرار الحاضنات العامة والخاصة، والجزائر حاليا تركز على استحداث العديد من حاضنات الأعمال خاصة على مستوى الجامعات، التي أصبحت الحكومة الجزائرية تراهن عليها كأداة لدفع عجلة المؤسسات الناشئة، وبدى هذا واضحا من خلال الشراكات التي تم توقيعها بين وزارتي التعليم العالي والبحث العلمي، وكذلك وزارة المؤسسات المصغرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة.

الفرضية H3: نصت الفرضية على أن الدعم المالي يؤثر على الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة بشكل إيجابي، وقد تم رفض هذه الفرضية بسبب عدم معنويتها أيضا، وهذه النتيجة هي الأخرى كانت مغايرة لما تم التوصل إليه في الدراسة التي قام بها كل (Muhamad Anwar & Shuangjie Li, 2021) من والتي توصل فيها إلى أن الدعم المالي المقدم من طرف الحكومات للمؤسسات يساعد على اكتسابها لميزة تنافسية تميزها عن بقية المؤسسات الأخرى في مجال صناعتها، وقد يكون الدعم المالي في شكل تخفيضات أو إعفاءات ضريبية تمنحها الدولة للمؤسسات، مما يساعدها على التقليل من التكاليف، وهذا بدوره يساعدها على التحكم في الأسعار، وتخفيض هذه الأخيرة يعتبر من الأساليب التي تمنح المؤسسات الناشئة الميزة التنافسية، كما قد يكون الدعم المالي أيضا في شكل مواد أولية أو مواد خام، أو تسهيلات للحصول على المواد الأولية من مصدرها بأسعار منخفضة، وهذا أيضا من المساعدات التي ترفع من الميزة التنافسية للمؤسسات، فالدعم المالي تحتاجه المؤسسة تقريبا في جميع أنشطتها ووظائفها التي تمارسها، فمثلا تحتاجه في العمليات الانتاجية، تحتاجه أيضا عند دفع الأجور وتحتاجه أيضا عند شراء المواد الأولية، وعند دفع التأمينات على

مناقشة النتائج

العمال، وتحتاجه عند اقتناء وسائل إنتاج جديدة أو تكنولوجيا جديدة، وكل هذا يساهم في الرفع من ميزتها التنافسية ويحسن من تموضعها بشكل جيد في السوق.

الفرضية H4: نصت هذه الفرضية على أن الدعم غير المالي يؤثر على الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة بشكل إيجابي، وقد تم قبول هذه الفرضية، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها (Pergelova & Angulo-Ruiz, 2014) في دراسته التي كانت بين نفس المتغيرين، فالدعم غير المالي قد يكون في شكل تعليم وتدريب لليد العاملة مما يكسبها مهارة، تتفرد بها عن بقية المؤسسات الأخرى، واليد العاملة الماهرة تساعد في الرفع من جودة ونوعية المنتجات التي تقدمها المؤسسة، وكما هو معلوم فإن الجودة المتفردة للمنتج تمنح المؤسسة ميزة تنافسية مقارنة مع بقية المؤسسات الأخرى، كذلك يمكن أن يكون الدعم غير المالي في شكل امتيازات تسمح لها بالحصول أو الوصول إلى التكنولوجيا الجديدة قبل المؤسسات المنافسة، وهذا الأمر أيضا يساعد المؤسسة على تحقيق ميزة تنافسية.

الفرضية الخامسة H5: نصت الفرضية على أن الميزة التنافسية تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة بشكل مباشر، وقد تم قبول هذه الفرضية، وهذه النتيجة هي نفسها النتيجة التي توصل إليها كل من (Songling, Ishtiaq, Anwar, & Ahmed, 2018) في دراستهم التي كنت حول نفس المتغيرين. إن المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الناشئة بصفة خاصة، تعيش في بيئة ديناميكية، وجد معقدة، وتتغير باستمرار، وإذا أرادت المؤسسة أن تحقق البقاء والنمو والاستمرارية عليها بتبني وامتلاك ميزات وخصائص تمكنها من المنافسة من أجل البقاء، من خلال العمل على الابتكار والتجديد المستمر للمنتجات تماشيا والتغيرات الحاصلة في رغبات وأذواق المستهلكين، فالميزة التنافسية يمكنها أن تؤثر على سعر التكلفة كما تؤثر على حجم المبيعات كما يمكنها أيضا أن تساعد على الرفع من رقم الأعمال، وبالتالي زيادة الأرباح، وكل هذا يمكنها من الاستمرارية في النشاط والمنافسة وتجنب الخروج من السوق، وقد أصبحت المؤسسات في الوقت الحالي تسعى جاهدة لجذب أكبر عدد من العملاء والزبائن، والحفاظ على ولائهم وانتمائهم لها من خلال اتباعها لعدة أساليب واستراتيجيات لتحسين وتطوير منتجاتها، بطريقة تفوق التوقعات المنتظرة منها ومحاولة مجارات النسق العالي الذي تشهده مختلف المنظومات الاقتصادية، خاصة بالنسبة للبلدان الرائدة في مجال التكنولوجيا والابتكار.

الفرضية H6: تنص الفرضية على أن الدعم المالي يؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية كمتغير وسيط (تأثير غير مباشر)، وقد تم رفض هذه الفرضية أيضا لعدم معنويتها، وهي معاكسة تماما للنتيجة التي توصل إليها (Songling, Ishtiaq, Anwar, & Ahmed, 2018) في دراسته

لنفس العلاقة وبين نفس المتغيرات، وقد تم الإشارة سابقا إلى أن الدعم المالي من شأنه أن يدعم ويرفع من الميزة التنافسية، والميزة التنافسية بدورها تؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة، وبالتالي تصبح الميزة التنافسية هنا كناقيل لتأثير الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة، عكس ما تم التوصل إليه.

الفرضية H7: تنص الفرضية على أن الدعم غير المالي يؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية (تأثير غير مباشر) وقد تم قبول هذه الفرضية لمعنويتها، إذ أنه قد تم التوصل إلى أن الدعم غير المالي يؤثر بشكل إيجابي على الميزة التنافسية (تأثير مباشر) في الفرضية رقم 4، والميزة التنافسية تؤثر بشكل إيجابي على نجاح المؤسسات الناشئة وهذا يؤدي بالضرورة إلى وجود أثر غير مباشر للدعم المالي على الميزة التنافسية، وهذه النتيجة هي نفسها النتيجة التي توصل إليها (Songling, Ishtiaq,) (Anwar, & Ahmed, 2018) في دراسته لنفس العلاقة وبفرض المتغيرات.

الفرضية H8: تنص الفرضية على أن التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بشكل إيجابي بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة، هذه الفرضية وعلى الرغم من معنويتها إلا أنه تم رفضها، لأن النتائج أثبتت أن التوجه المقاولاتي يعدل العلاقة بشكل سلبي، وعلى الرغم من قلة وجود دراسات استخدمت التوجه المقاولاتي كمتغير معدل للعلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة لكن في الدراسة قام بها (Mohd, Noorul, & Zatul, 2019) والتي درس فيها نفس العلاقة وتوصل إلى نفس النتيجة، في المقابل هناك الكثير من الدراسات التي أثبتت أن التوجه المقاولاتي يؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة مثل دراسة (D. M. H. Kee & Rahman, 2017)، إذا فالمزج بين الدعم المالي والتوجه المقاولاتي لا بد وأن يؤثر على نجاح المؤسسات الناشئة، لأن المؤسسة التي تتبنى المخاطرة، والابتكار، وتكون سباقة للقيام بالأعمال والمبادرات، مع توفر الدعم المالي في نفس الوقت سيرفع هذا من نسقتها وأدائها بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى، إذا فالتوجه المقاولاتي يعمل على التفاعل مع الدعم المالي من أجل التأثير الإيجابي على نجاح المؤسسات الناشئة.

الفرضية H9: تنص الفرضية على أن التوجه المقاولاتي يعمل على تعديل العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة، وتم قبول هذه الفرضية لمعنويتها، أي أن توفر الدعم غير المالي مع توفر التوجه المقاولاتي بأبعاده الثلاث المتمثلة في المخاطرة والابتكار والاستباقية يساهم في تحقيق النجاح للمؤسسات الناشئة، فالمؤسسة التي يتم دعمها بالمهارة وتزويدها بالمعلومة، وتقديم التسهيلات الإدارية لها ولا شك أنها ستكون سباقة في القيام بأعمال ومبادرات مقارنة مع المؤسسات الأخرى، كما أنها ستكون على استعداد تام لتحمل المخاطر والتوجه نحو الابتكار، لأن المؤسسة التي تتبنى التوجه نحو الابتكار في

مناقشة النتائج

منجاتها ومختلف أعمالها وكذلك المخاطرة والعمل دائما على استغلال الفرص المتاحة ستحقق الريادة خاصة إذا كان هذا التوجه يتفاعل بشكل إيجابي مع توفر الدعم الغير المالي.

يعتبر تبني التوجه المقاولاتي ضرورة ملحة للمؤسسات الناشئة خاصة في الجزائر، ويكون هذا من خلال الاهتمام بعنصري الابداع والابتكار في المنتجات والسعي وراء ادخال تغييرات جذرية بما يتماشى ورغبات الزبائن المتجددة، والسعي دائما وراء خلق فرص واستحداث أعمال جديدة تميز المؤسسة عن غيرها من المؤسسات المنافسة في نفس الصناعة وهذا يعرف بالاستباقية وهي من أبعاد التوجه المقاولاتي، كما لا بد للمؤسسات أن تتبنى مفهوم المخاطر، والمخاطرة هي أساس ريادة الأعمال فرائد الأعمال هو الشخص القادر على تحمل المخاطرة مقابل احتمال تحقيق أرباح كبيرة، والمقاولاتية المعاصرة تعدت مفهوم عملية انشاء مؤسسة فقط، بل هي تعني استغلال الفرص المتاحة والتميز عن طريق الابتكار وجني الأرباح عن طريق المخاطرة، ولهذا لا بد من العمل على غرس هذا الفكر المقاولاتي في المؤسسات الجزائرية وهذه العملية تبدأ قبل ولادة المؤسسة، بحيث يجب أن يكون للشخص الرغبة أولا في إنشاء مؤسسة جديدة، وهذا من خلال توفير البيئة المقاولاتية الملائمة لأن هذه الأخيرة تساهم في خلق النية المقاولاتية لدى الأفراد من جهة، ومن جهة أخرى تبنيهم لمفهوم التوجه المقاولاتي بعد استحداث مؤسساتهم الخاصة.

الجدول (32): ملخص لنتائج اختبار الفرضيات

| | | |
|----|---|--------|
| H1 | يؤثر الدعم المالي بشكل مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي | مرفوضة |
| H2 | يؤثر الدعم غير المالي بشكل مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي | مرفوضة |
| H3 | يؤثر الدعم المالي بشكل مباشر على الميزة التنافسية بشكل ايجابي | مرفوضة |
| H4 | يؤثر الدعم غير المالي على بشكل مباشر الميزة التنافسية بشكل ايجابي | مقبولة |
| H5 | تؤثر الميزة التنافسية بشكل مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة | مقبولة |
| H6 | يؤثر الدعم المالي بشكل غير مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية | مرفوضة |
| H7 | يؤثر الدعم غير المالي بشكل غير مباشر على نجاح المؤسسات الناشئة من خلال الميزة التنافسية | مقبولة |
| H8 | التوجه المقاولاتي يعدل العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي | مرفوضة |
| H9 | التوجه المقاولاتي يعدل العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي | مقبولة |

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج اختبار الفرضيات.

مناقشة النتائج

لقد أظهرت النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة أن الدعم والمرافقة والتي تقسيمها إلى الدعم المالي، والدعم غير المالي، لا تساهم في التأثير المباشر على نجاح المؤسسات الناشئة، أو بطريقة أخرى أن الدعم المالي وغير المالي المقدم من طرف هيئات الدعم والمرافقة في الجزائر غير كافي من أجل المساهمة في نجاح المؤسسات الناشئة، ولهذا وجب النظر في الطريقة التي يتم بها تقديم هذين النوعين من الدعم، بحيث يصبح لديه الفعالية الكاملة في التأثير على أداء المؤسسات بشكل إيجابي مما يسمح بنموها واستمرارها وبالتالي نجاحها.

في الأخير لا بد من الإشارة إلى أن هذه النتائج خاصة فقط بما تم التوصل إليه في هذه الدراسة، وأن هذه النتائج تعكس فقط توجهات العينة المستجيبة، وأي تغيير في البيانات أو حتى في نموذج الدراسة أو عينة الدراسة قد يؤدي إلى اختلاف في النتائج التي تم التوصل إليها، كما يجب أيضا التنويه إلى أن قطاع المؤسسات الناشئة بمفهومها الحديث في الجزائر لا يزال في مرحلة البناء والتكوين، وهذا هو السبب الذي جعل توجهات المستجيبين تكون سلبية نوعا ما، خاصة ما تعلق منها بتوفير الدعم المالي والدعم غير المالي، ومدى تأثيره على النجاح بالنسبة لهم.

VI. الخاتمة

تعتبر البيئة المحيطة بالمؤسسة من بين أهم العوامل التي تؤثر على أداء المؤسسات، وبيئة المؤسسة تمثل مجموعة من العناصر المؤثرة وغير المتحكم فيها من قبل المؤسسة، فهي قد تؤثر بشكل إيجابي عليها وفي هذه الحالة تمثل فرصة بالنسبة للمؤسسة، وقد تؤثر بشكل سلبي وفي هذه الحالة تمثل تهديد، وتتكون عموماً البيئة المؤسساتية من جميع الهيئات العمومية والخاصة ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالمؤسسة، مثل الهيئات الإدارية العمومية والاقتصادية على غرار مصالح الضرائب والجمارك، وكذلك هيئات الضمان الاجتماعي ومؤسسات التأمين، بالإضافة إلى المؤسسات المنافسة للمؤسسة والتي تنشط معها في نفس الصناعة، كذلك مؤسسات الدعم والمرافقة سواء كانت عمومية، والتي أنشأتها الحكومة من أجل دعم المؤسسات والمساهمة في النهوض بالقطاع الاقتصادي، أو قد تكون خاصة هدفها تحقيق الأرباح بالموازات مع تقديم الدعم للمؤسسات، مثل حاضنات ومسرعات الأعمال وشركات رأس المال المخاطر، بالإضافة إلى مؤسسات الاقراض المالي التقليدية مثل البنوك التقليدية والاسلامية، والمؤسسات المالية المتخصصة في تقديم الخدمات المالية. كل هذه العناصر السابقة الذكر تشكل البيئة المؤسساتية للمؤسسات الناشئة، والتي ولا شك أن لها تأثير على أداء المؤسسات الناشئة وحتى غير الناشئة.

تحتاج المؤسسات الناشئة إلى الكثير من الاحتياجات المالية وغير المالية وهذا ما ذهبت هذه الدراسة إلى التفصيل فيه، حيث هدفت إلى تحليل دور أجهزة الدعم والمرافقة في نجاح المؤسسات الناشئة، وقد تم تقسيم متغير الدعم والمرافقة إلى الدعم المالي والدعم غير المالي، فالمؤسسة مثلما تحتاج إلى رأس المال من أجل تأسيس وانطلاق المؤسسة في عملها وتشغيل وظائفها ونشاطاتها، تحتاج أيضاً إلى المساعدة في التسويق وتحتاج إلى التعليم والتدريب في مجال التكنولوجيا والابتكار، وتحتاج أيضاً إلى التسهيلات الإدارية والقانونية مع الهيئات العمومية التي تتعامل معها، وكذلك تحتاج إلى التوجيهات والنصائح والارشادات في مجال التسويق والادارة والمحاسبة والكثير من المجالات الأخرى. ولهذا تم في هذه الدراسة بناء نموذج تضمن خمس متغيرات متمثلة في الدعم المالي والدعم غير المالي كمتغيرين تابعين ونجاح المؤسسات الناشئة كمتغير مستقل، بالإضافة إلى إدراج متغيرين اثنين أحدهما وسيط بين الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى متمثل في الميزة التنافسية، والآخر معدل للعلاقة بين الدعم المالي والدعم غير المالي من جهة ونجاح المؤسسات الناشئة من جهة أخرى، والملاحظ للمتغيرات المدرجة في نموذج الدراسة يجد أن هذه المتغيرات تنوعت بين متغيرات بيئية أو خارجية متمثلة في الدعم المالي والدعم غير المالي للمؤسسة والذي تطلبه غالباً من الهيئات العمومية والخاصة المتخصصة في تقديمه،

الختام

وكذلك متغيرات داخلية متعلقة بالمؤسسة الناشئة في حد ذاتها متمثلة في الميزة التنافسية، والتوجه المقاولاتي وهما عنصرين يمكن التحكم فيهما، وقد تم تحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان باستخدام برنامج Smart PLS V4، حيث تم اختبار الفرضيات التي تم طرحها انطلاقاً من نموذج الدراسة، وخلصت الدراسة في الأخير إلى قبول أربعة (4) فرضيات من أصل الفرضيات التسعة (9) التي تم طرحها وهي (H4, H5, H7, H9)، في حين تم رفض الخمسة (5) فرضيات الباقية (H1, H2, H3, H6, H8).

وفي النهاية خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج كما يلي:

- لا يزال مجال المؤسسات الناشئة في الجزائر في مرحلته التمهيديّة، سواء من ناحية القاعدة القانونية أو من ناحية هياكل الدعم، أو حتى من ناحية الكتابات الأكاديمية والمنشورات حول الموضوع.
- حسب العينة المستجيبية لا يؤثر الدعم المالي على نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر، أو بالأحرى أن الدعم المالي الموفر من طرف أجهزة الدعم والمرافقة لا يتوافق مع احتياجات المؤسسات الناشئة في الجزائر وبالتالي لا يؤثر على نجاحها.
- حسب العينة المستجيبية لا يؤثر الدعم غير المالي على نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر، أو بطريقة أخرى أن الدعم غير المالي الموفر من طرف أجهزة الدعم والمرافقة للمؤسسات الناشئة لا يتوافق أو غير كافي لتوفير الاحتياجات غير المالية.
- يؤثر الدعم غير المالي على الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة على عكس الدعم غير المالي، أو بعبارة أخرى يساهم الدعم المالي الذي تقدمه أجهزة الدعم والمرافقة في الرفع من الميزة التنافسية من المؤسسات الناشئة.
- تؤثر الميزة التنافسية على نجاح المؤسسات الناشئة في الجزائر بشكل كبير.
- وجود التوجه المقاولاتي يعدل العلاقة بين الدعم غير المالي ونجاح المؤسسات الناشئة بشكل إيجابي، على عكس وجوده في العلاقة بين الدعم المالي ونجاح المؤسسات الناشئة والتي يؤثر عليها بشكل سلبي.

ومن خلال النتائج السابقة يمكن الخروج بالتوصيات التالية:

- يعتبر موضوع المؤسسات الناشئة من المواضيع الحديثة والشحيحة المراجع، خاصة محلياً إذ لازلت الجزائر في مرحلة بناء القاعدة القانونية التي تدعم المؤسسات الناشئة، وكذلك لا زالت تعمل على توفير المناخ الملائم لعمل هذه المؤسسات، من خلال توفير التسهيلات القانونية والإدارية لأصحاب المؤسسات والمشاريع الابتكارية، وكذلك العمل على توفير هيئات لدعمها مادياً وغير مادياً مثل

الخاتمة

حاضنات الأعمال، التي شهدت تزايداً بأكثر من الضعف منذ 2020 إلى يومنا هذا، كما عمدت إلى استحداث صندوق خاص بتمويل المؤسسات الناشئة، يعمل وفق أسلوب التمويل برأس المال المخاطر.

- تحتاج المؤسسات الناشئة في الجزائر إلى شتى أنواع الدعم المالي والدعم غير المالي، سواء في مرحلة التأسيس، أو في مرحلة بداية التشغيل، ولهذا لا بد من هذه الهيئات التي استحدثتها الحكومة الجزائرية ممثلة في وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، أن تعمل على دراسة الاحتياجات التي تطلبها المؤسسات الناشئة، وفي هذا الصدد خطت الحكومة الجزائرية خطوة إيجابية من خلال إشراك الجامعة الجزائرية في الخطة الاستراتيجية المتبعة للنهوض بقطاع المؤسسات الناشئة، إذ أن الجامعة تعتبر خزان للطاقات الشبانية والمؤهلة وذات الكفاءة العالية، خاصة إذا تلقت التدريب والتعليم في مجال المقاولاتية كما هو الحال الآن، إذ تم إنشاء الحاضنات في كل الجامعات الجزائرية، وأصبحت تعمل على تقديم الدعم والاستشارات للطلبة الجامعيين، وصدور القرار رقم 1275 الذي يقر بإعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة ناشئة، ويتيح هذا القرار الفرصة للطلبة الجامعيين الحاملين لأفكار مشاريع ناشئة من أجل تجسيد هذا المشروع في مذكرة التخرج.

- يجب العمل على استحداث جو خاص بالمقاولاتية وغرس وروح ريادة الأعمال في الأفراد وخاصة الطلبة الجامعيين، من خلال فتح فضاء للاحتكاك مع رواد الأعمال المحليين والأجانب والذين حققوا نجاحات في مجال المقاولاتية والمؤسسات الناشئة، وهذا من أجل اكتساب الخبرة وكذلك من أجل التحفيز والدعم النفسي، وكذلك عرض تجارب ناجحة لمؤسسات ناشئة انطلقت من الوسط الجامعي، وهنا يجب الإشارة إلى أن حاضنات الأعمال في الجامعات يفترض أن تيسر من طرف خبراء وأصحاب تجارب في مجال المقاولاتية وليس من طرف أساتذة لم يسبق لهم وأن خاضوا ولو تجربة واحدة في المجال، ولهذا سيكون عملهم نظري فقط عوض أن يكون تطبيقي من طرف أشخاص سبق لهم وأن خاضوا غمار المخاطرة في مجال المقاولاتية، وبالتالي لن يتحقق الهدف الرئيسي من الحاضنات في هذه الحالة.

- يجب عدم التركيز فقط على المؤسسات الناشئة بمفهومها الحديث، والذي يقوم على التكنولوجيا والتطبيقات الإلكترونية، لأن هذا النوع من المؤسسات لا يقدم فائدة كبيرة للاقتصاد وخاصة في حالة الاقتصاد الجزائري والذي لحد الآن مازال لم يرتقي إلى المستوى المطلوب لكي نقول عليه منظومة

الخاتمة

اقتصادية حقيقية، وهذا ما تم ملاحظته خلال المسار البحثي لإعداد هذه الأطروحة، إذ تم ملاحظة أن أغلب أصحاب المؤسسات الناشئة والحائزين على علامة مؤسسة ناشئة أو مشروع مبتكر كانوا من المصممين للتطبيقات والبرامج والمواقع الإلكترونية، وهنا لا بد من الإشارة إلى نقطة مهمة أيضا وهي إهمال مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتركيز فقط على المؤسسات الناشئة، مع العلم أن المؤسسات الصغيرة تعود بالفائدة على المنظومة الاقتصادية الجزائرية أكثر من المؤسسات الناشئة، لأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها القدرة على توفير مناصب العمل، وكذلك منتجاتها عبارة عن منتجات نمطية وبسيطة، والجزائر لحد الآن لا زالت تستوردها، ولهذا لا بد من عدم إهمال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتركيز فقط على المؤسسات الناشئة.

- تعزيز دور الجامعة، فعلى الرغم من أن الحكومة قد أشركت الجامعة مؤخرا كعنصر فعال في رسم الخارطة التي تسلكها المؤسسات الناشئة، إلا أن دورها لا يزال يشهد قصور نوعا ما، حيث أن دورها يقتصر على تقديم الدعم غير المادي، من خلال تنظيم دورات وملتقيات وأيام مفتوحة على المؤسسات الناشئة، ولهذا يجب التوسع من صلاحياتها من خلال منحها الضوء الأخضر لتمويل المؤسسات الناشئة بنفسها، على اعتبار أن هذا الكيان يسهل التواصل والاحتكاك معه من طرف الطلبة.

التطبيقات العملية للدراسة

تعتبر الدراسات ذات العلاقة بالمؤسسات الناشئة من الدراسات الحديثة والنادرة نسبيا، ولهذا يمكن اعتبار هذه الدراسة بمثابة إضافة للدراسات التي سبقتها على قلتها من أجل تشكيل قاعدة متينة يستفيد منها الباحثون في المستقبل واعتبارها كمنطلق لدراساتهم، كما أن الطريقة والأسلوب المنهجي المستخدم يعتبر أيضا إضافة نوعية، حيث نادرا ما اعتمد الباحثون الذين تمحورت دراساتهم حول المؤسسات سواء الناشئة أو غير الناشئة على الاستبيان كأداة لقياس المتغير الرئيسي للدراسة سواء الأداء أو النمو أو النجاح، هذا الأخير والذي يعتبر هو الهدف الرئيسي من إنشاء أي مؤسسة، ولهذا تم في هذه الدراسة تسليط الضوء على مختلف العوامل البيئية والمؤسسية والشخصية والتي تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على النجاح، وبالتالي فإن هذه الدراسة يمكن أن يستفيد منها مختلف رواد الأعمال من أجل محاولة الإلمام بمختلف النقاط التي تؤثر على مؤسساتهم ومحاولة التكيف معها من أجل أن تكون نقاط قوة لصالحه ولصالح مؤسسته عوض أن تكون نقاط ضعف، كذلك فصلت الدراسة في مختلف الاحتياجات المالية وغير المالية للمؤسسات بصفة عامة، وهذه النقطة يمكن أن تُستغل من طرف أجهزة الدعم والمرافقة سواء حاضنت الأعمال أو شركات رأس المال

الختامة

المخاطر أو أجهزة الدعم العمومية، أو حتى الجهات الحكومية المسؤولة عن وضع وتسطير الاستراتيجيات الاقتصادية من أجل محاولة تغطية مختلف هذه الاحتياجات المالية وغير المالية.

حدود الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات المقطعية، حيث تم جمع البيانات من عينة من المؤسسات الجزائرية خلال فترة زمنية محدودة في الزمن، معتمدين في ذلك على العينة الملائمة غير الاحتمالية، وبالتالي فإن القدرة على تعميم النتائج لن تكون عالية جدا، ولهذا يمكن اعتبار النتائج التي تم التوصل إليه كمرجع لمقارنتها مع نتائج دراسات مماثلة في المستقبل.

آفاق الدراسة

يعتبر مجال المقاولاتية والمؤسسات الناشئة من المجالات الخصبة والواسعة من أجل البحث العلمي، خاصة مجال المؤسسات الناشئة الذي بدأت الدراسات الخاصة به في التزايد بداية من سنة 2010، وتعتبر هذه الدراسة في حديثة نوعا ما ونادرة خاصة إذا نظرنا إلى طريقة معالجتها، وبناء على الخيرة المكتسبة في البحث في موضوع المقاولاتية والمؤسسات الناشئة سيتم اقتراح بعض المواضيع للراغبين في البحث في هذا المجال:

- دور حاضنات الأعمال في التأثير على توجهات الطلبة الجامعيين نحو استحداث مؤسسات ناشئة بعد التخرج.
- تأثير النية المقاولاتية على نجاح المؤسسات الناشئة.
- التوجه المقاولاتي للمحيط العائلي ودوره في التأثير على نجاح المؤسسات الناشئة للطلبة الجامعيين.
- تأثير المهارات المقاولاتية للفرد على نجاح المؤسسات الناشئة.
- العوامل المؤثرة على توجه الطلبة الجامعيين نحو استحداث مؤسسات ناشئة بعد التخرج.
- المحيط العائلي للطلبات الجامعيات ودوره في تحفيز النية المقاولاتية والتوجه نحو عالم المقاولاتية.

قائمة المراجع

المراجع العربية

- الآغا، ت. & حشماوي، م. (2016). أهمية التمويل برأس المال المخاطر في دعم المؤسسات الناشئة (دراسة حالة الجزائر). مجلة المدبر (03), 07-22.
- بخيتي، ع. & بوعونية، س. (2020). المؤسسات الناشئة، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وتحديات. دراسات وأبحاث المجلة العربية للدراسات والأبحاث في العلوم الانسانية والاجتماعية، 12(4), 552-534.
- بركاتي، ي. & بن زواي، م. (2022). العوامل المؤثرة على الة المقاولاتية للطلبة الجامعيين: دراسة باستخدام النمذجة بالمعادلات البنائية مجلة آفاق للبحوث والدراسات، 05(02), 214-236.
- بريش، ا. (2007). رأس المال المخاطر بديل مستحدث لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة حالة شركة SOFINANCE. *el-Bahith Review*, 5(1), 7-14.
- بلعادل، ح. & لحسين، ع. (2022). أثر مشاتل المؤسسات على تطوير نشاط المؤسسات المصغرة والمؤسسات الناشئة بالجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 08(03), 205-204.
- بلقاسم، ع. & قايد، ك. (2020). إمكانية نجاح تطبيق صيغة الاجارة الاسلامية كآلية شرعية لتمويل مشاريع تشغيل للشباب الممولة من طرف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة(دراسة تطبيقية على فرع البلدية). مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، 11(1), 289-308.
- بولشعور. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة. مجلة البشائر الاقتصادية، 2(4), 417-431.
- بوسعدة، س. & بعوني، ل. (2018). الحاضنات التكنولوجية كمدخل لتدعيم الابتكار في المشاريع المقاولاتية-تجارب عربية رائدة. مجلة المؤسسة(07).
- بوشعير، ل. & حسياني، ع. (2021). حاضنات الأعمال كتوجه تنموي لتعزيز نمو ونجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر: دراسة حالة حاضنة الأعمال لولاية خنشلة. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية، 09(01), 717(701).
- بولقواس، بوخيرة، & حسين. (2022). المؤسسات الناشئة في الجزائر: واقع التمويل والدعم. مجلة قضايا معرفية، 2(2), 95-123.
- حوتية، ف. & عفيفة، ح. (2019). تقنيات أدوات البحث العلمي، 2019. مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية(عدد خاص)، 165-175.
- خلخال، م. & عماري، ر. (2021). دور الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة في استحداث مناصب شغل جديدة، دراسة حالة ولاية عين تموشنت خلال الفترة 2005-2018. مجلة البشائر الاقتصادية، 07(02), 39-59.

قائمة المراجع

- خمخام, & عطية. (2022). واقع حاضرات الأعمال في ترقية المؤسسات الناشئة في الجزائر. مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي, 3(1), 10-32.
- ديناوي, أ. ع., & زرواط, ف. ا. (2020). المؤسسات الناشئة قاطرة الجزائر الجديدة للنهوض بالاقتصاد الوطني "التحديات وآليات الدعم". حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية.
- رماش, & بغدادي. (2023). العناقيد الصناعية ودورها في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية, 4(1), 146-172.
- ريال, ف. (2021). أدوات جمع البيانات في البحث العلمي بين المزايا والعيوب مجلة الحكمة للدراسات النفسية والتربوي, 8(04), 125-149.
- زايد, ف. (2022). دور الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإدماج البطالين. مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية, 10(03), 216-234.
- زغدة, ح. ب. (2020). شركات رأس المال المخاطر كآلية لدعم المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار, 7(03), 79_94.
- زينات, إ. (2022). حاضرات الأعمال كآلية حديثة لدعم ومرافقة المؤسسات الناشئة في الجزائر (دراسة حالة مشاتل المؤسسات في الجزائر)
- سويبي, ح. (2021). المؤسسات الناشئة وحاضرات الأعمال وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي 20-254. المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية, 6(02), 71-85.
- صالح, س. (2021). آليات دعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر-دراسة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية. مجلة نماء للاقتصاد والتجار, 5(01), 278-297.
- طبيبي, ب., & لعمرى, خ. (2021). اشكالية تمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر وآليات دعمها: التمويل برأس المال المخاطر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية, 7(03), 501-518.
- عثماني, ز. ا., & سيد, ح. (2023). دور المرافقة المقاولاتية في تنمية المعرفة المالية للمؤسسات الناشئة: دراسة حالتها الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر والوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية, مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال(عدد خاص), 60-78.
- عرب, ف., & صديقي, خ. (2021). دور الدولة في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر الجديدة-دراسة في قرار إنشاء الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة-. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية, 8(01), 33-47.
- عياد, ب., & جليلة. (2022). دور المؤسسات الناشئة في التنمية الاقتصادية. مجلة الدراسات القانونية, 8(1), 157-174.

قائمة المراجع

- عيساوي, ف., & الهزام, م. (2020). مدى مساهمة حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة. *حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية*, 07(03), 49-63.
- غربي, ص., & تيشوش, م. (2023). الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي ، *مجلة الحوار الثقافي*, 11(03), 14-51.
- الغول, ف. م. م., & الأحمر, م. أ. أ. (2021). دور حاضنات الأعمال في نشر ثقافة ريادة الأعمال. *مجلة القرطاس للعلوم الانسانية والتطبيقية*, 14.
- فرج, ح. (2022). المؤسسات الناشئة الهوية الجديدة للاقتصاد الجزائري قراءة في الجهود القانونية. *مجلة معارف للعلوم الاقتصادية والقانونية*, 03(01), 61-74.
- فرج, حمادي, مراد, & بوعكاز. (2022). واقع حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأحد سبل تحقيق التنوع الاقتصادي للجزائر خلال الفترة 2015-2019. *مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات*, 7(1), 1-18.
- قريبي, & نورالدين. (2022). دور المؤسسات الناشئة التقنية في تحقيق التحول الرقمي المنشود في الجزائر. *مجلة الإبداع*, 12(1), 108-125.
- قلوش, ع. ا., سحنون, س., & قازي, م. (2022). الصيغ التمويلية المستحدثة لدعم وتطوير المؤسسات الناشئة
- قنوش, م., هاني, ع., & هاني, م. (2020). عوامل ومحددات نمو المؤسسات الناشئة. *الكتاب الجماعي حول: المؤسسات الناشئة ودورها في الانعاش الاقتصادي في الجزائر*.
- قويدر, ع. ح., & فودوا, م. (2021). الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ودورها في دعم وتحسين الاستثمار على المستوى المحلي دراسة حالة ولاية أدرار. *مجلة الواحات للبحوث والدراسات*, 14(03), 958-976.
- لأغا, ت., & حشماوي, م. (2016). أهمية التمويل برأس المال المخاطر في دعم المؤسسات الناشئة (دراسة حالة الجزائر). *المدير*, 1(3), 7-16.
- لمين, ع., & حساين, س. (2020). تدابير دعم المؤسسات الناشئة والابتكار في الجزائر: قراءة في أحكام المرسوم التنفيذي 20-254. *مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال*, 05(02), 03-28.
- مجدوب, جابرة, تي, & أحمد. (2023). دور التوجه المقاولاتي في تحسين أداء في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية توقرت-الجزائر. *مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية*, 06(02), 738-752.

قائمة المراجع

- معطوب, ب. ا., & مشري, إ. (2021). واقع مساهمة هئات التمويل والمراقبة في دعم إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة مركز الدعم والاستشارة خنشلة. مجلة التكامل الاقتصادي, (01)09, 369.
- ميلي, أ. (2020). دور حاضنات الأعمال في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة الجزائر). مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية, (02)05, 39-57.
- نبيلة, ب. (2021). واقع وتحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر -دراسة حالة الجزائر حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية, (01)08, 19-32.
- نعيجي, ع., & نشمة, ي. (2021). مشائل المؤسسات ودورها في مرافقة وترقية المؤسسات الناشئة-دراسة ميدانية لمشتلة المؤسسات عنابة-. مجلة العلوم الادارية والمالية, (01)06, 165-185.
- ولدعابد, ع., عابد, ن., & صلواتشي, ه. س. (2018). حوكمة التمويل برأس المال المخاطر:دراسة حالة شركات رأس المال المخاطر الناشئة في الجزائر. مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة(08), 101-124.
- ولدقادة, م. (2022). دور الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر والمؤسسات الناشئة في تعزيز اقتصاد المعرفة في الجزائر-بين الواقع والمأمول-. مجلة قضايا معرفية, (02)175-187.

المراجع الأجنبية

- Abdulrab, M., Al-Mamary, Y. H. S., Alwaheeb, M. A., Alshammari, N. G. M., Balhareth, H., & Al-Shammari, S. A. (2021). Mediating role of strategic orientations in the relationship between entrepreneurial orientation and performance of Saudi SMEs. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 18(4), 1-15 .
- Abdulrab, M., Al-Mamary, Y. H. S., Alwaheeb, M. A., Alshammari, N. G. M., Balhareth, H., & Al-Shammari, S. A. (2021). Mediating role of strategic orientations in the relationship between entrepreneurial orientation and performance of Saudi SMEs. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 18(4), 1-15 .
- Aburumman, O. J., Omar, K., Al Shbail, M., & Aldoghan, M. (2022). How to Deal with the Results of PLS-SEM? *Explore Business, Technology Opportunities and Challenges After the Covid-19 Pandemic* (pp. 1196-1206): Springer.
- Aburumman, O. J., Omar, K., Al Shbail, M., & Aldoghan, M. (2022). How to Deal with the Results of PLS-SEM? *Explore Business, Technology Opportunities and Challenges After the Covid-19 Pandemic* (pp. 1196-1206): Springer.

- Aburumman, O. J., Omar, K., Al Shbail, M., & Aldoghan, M. (2022). How to Deal with the Results of PLS-SEM? *Explore Business, Technology Opportunities and Challenges After the Covid-19 Pandemic* pp. 1196-1206): Springer.
- Agbim, K. C. (2013). The relative contribution of management skills to entrepreneurial success: A survey of small and medium enterprises (SMEs) in the trade sector. *International Organization of Scientific Research Journal of Business and Management*, 7(1).16-08 ,(
- Ahmadabadi, A. A., & Heravi, G. (2019). The effect of critical success factors on project success in Public-Private Partnership projects: A case study of highway projects in Iran. *Transport Policy*, 73, 152-161 .
- Ahmed, I., Islam, T., & Usman, A. (2020). Predicting entrepreneurial intentions through self-efficacy, family support, and regret: A moderated mediation explanation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* .
- Ahmed, N., Li, C., Qalati ,S., Khan, A., & Siddiqui, F. (2020). Role of business incubators as a service provider in entrepreneurship development. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 9(1), 1-7 .
- Akinbola, O. A., Ogunnaike, O. O., & Amaihian, A. B. (2020). The influence of contextual factors on entrepreneurial intention of university students in Nigeria. *Creating Global Competitive Economies*, 1-3 .
- Akter, S., D'ambra, J., & Ray, P. (2011). An evaluation of PLS based complex models: the roles of power analysis, predictive relevance and GoF index .
- Akter, S., D'ambra, J., & Ray, P. (2011). An evaluation of PLS based complex models: the roles of power analysis, predictive relevance and GoF index .
- Al Badi, O., & Khan, F. R. (2020). Examining challenging factors of tourism entrepreneurship in Oman using PLS-SEM. *International Journal of Research in Entrepreneurship & Business Studies*, 1(1), 48-64 .
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* .
- Ali, S., Yan, Q., Razzaq, A., Khan, I., & Irfan, M. (2023). Modeling factors of biogas technology adoption: a roadmap towards environmental sustainability and green revolution. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(5), 11838-11860 .
- Almarzouqi, A., Aburayya, A., & Salloum, S. A. (2022). Determinants predicting the electronic medical record adoption in healthcare: A SEM-Artificial Neural Network approach. *PloS one*, 17(8), e0272735 .
- Aminova, M., & Marchi, E. (2021). The role of innovation on start-up failure vs. its success. *International Journal of Business Ethics and Governance*, 4(1), 41-72 .

- Aminu, M. I., & Mahmood, R. (2015). Mediating role of dynamic capabilities on the relationship between intellectual capital and performance: A hierarchical component model perspective in PLS-SEM path modeling. *Research Journal of Business Management*, 9(3), 443-456 .
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Tautiva, J. A. D. (2020). Entrepreneurial Intention: Creativity, Entrepreneurship, and University Support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1-13 .
- Anwar, M., & Li ,S. (2021). Spurring competitiveness, financial and environmental performance of SMEs through government financial and non-financial support. *Environment, Development and Sustainability*, 23, 7860-7882 .
- Atiya, T., & Osman, Z. (2021). The effect of entrepreneurial characteristics on the entrepreneurial intention of university students in Oman and Sudan. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(4), 217 .
- Atiya, T., & Osman, Z. (2021). The effect of entrepreneurial characteristics on the entrepreneurial intention of university students in Oman and Sudan. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(4), 217 .
- Avlonitis, G. J., & Gounaris, S. P. (1997). Marketing orientation and company performance: industrial vs. consumer goods companies. *Industrial Marketing Management*, 26(5), 385-402 .
- Avlonitis, G. J., & Gounaris, S. P. (1999). Marketing orientation and its determinants: an empirical analysis. *European journal of marketing*, 33(11/12), 1003-1037 .
- Ayyagari ,M., Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2007). Small and medium enterprises across the globe. *Small business economics*, 29(4), 415-434 .
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., & Kibanja, G .M. (2016). Psychological capital and the startup capital–entrepreneurial success relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 28(1), 27-54 .
- Basco, R., Hernández-Perlines, F., & Rodríguez-García, M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on firm performance: A multigroup analysis comparing China, Mexico, and Spain. *Journal of Business Research*, 113, 409-421 .
- Bednár, R., & Tarišková, N. (2017). Indicators of startup failure. *Industry 4.0*, 2(5), 238-240 .
- BELLIHI, H., & OUFKIR, A. A. (2022). Innovation culture and performance of processes and products in Moroccan Startups. *Revue de Gestion et d'Économie*, 10(1 & 2), 1-16 .
- Benzouai, M. C., & Djeflal, K .(2021) .A bibliometric review of research on venture capital. *Asian Academy of Management Journal*, 26(1), 47–88-47–88 .

- Bernstein, S., Giroud, X., & Townsend, R. R. (2016). The impact of venture capital monitoring. *The Journal of Finance*, 71(4), 1591-1622 .
- Bird, S. R., & Sapp, S. G. (2004). Understanding the gender gap in small business success: Urban and rural comparisons. *Gender & Society*, 18(1), 5-28 .
- Blank, S. (2013). The 6 types of startups. *The Wall Street Journal* .
- Boubker, O., Arroud, M., & Ouajdouni, A. (2021). Entrepreneurship education versus management students' entrepreneurial intentions. A PLS-SEM approach. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100450 .
- Boussif, S. (2018). SEM تأثير المهارات المقاولاتية على النية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين دراسة باستعمال نمذجة المعادلات الهيكلية.
- Brooksbank, D. (2008). Small business policy and support (Vol. 26, pp. 287-291): SAGE Publications Sage UK: London, England.
- Cahyono, Y., Purwoko, D., Koho, I., Setiani, A., Supendi, S., Setyoko, P., . . . Wijoyo, H. (2023). The role of supply chain management practices on competitive advantage and performance of halal agroindustry SMEs. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 153-160 .
- Carrete, L. S., & Faria, A. M. d. (2019). The financing of the startup life cycle *Startups and Innovation Ecosystems in Emerging Markets* (pp. 69-95): Springer.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of business venturing*, 11(3), 151-166 .
- Cassar, G. (2004). The financing of business start-ups. *Journal of business venturing*, 19(2), 261-283 .
- Chengappa, L., & Geibel, R. (2014). What European incubators can learn from their American counterparts: an analysis of the critical success factors for a startup incubator. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(1), 40-47 .
- Cohen, S. (2013). What do accelerators do? Insights from incubators and angels. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 8(3), 19-25 .
- Cohen, S., & Hochberg, Y. V. (2014). Accelerating startups: The seed accelerator phenomenon .
- Coltman, T., Devinney, T. M., Midgley, D. F., & Venaik, S. (2008). Formative versus reflective measurement models: Two applications of formative measurement. *Journal of Business Research*, 61(12), 1250-1262 .
- Coltman, T., Devinney, T. M., Midgley, D. F., & Venaik, S. (2008). Formative versus reflective measurement models: Two applications of formative measurement. *Journal of Business Research*, 61(12), 1250-1262 .

- Coltman, T., Devinney, T. M., Midgley, D. F., & Venaik, S. (2008). Formative versus reflective measurement models: Two applications of formative measurement. *Journal of Business Research*, 61(12), 1250-1262 .
- Covin, J. G., Rigtering, J. C., Hughes, M., Kraus, S., Cheng, C.-F., & Bouncken, R. B. (2020). Individual and team entrepreneurial orientation: Scale development and configurations for success. *Journal of Business Research*, 112, 1-12 .
- Curran, J., & Storey, D. J. (2002). Small business policy in the United Kingdom: the inheritance of the Small Business Service and implications for its future effectiveness. *Environment and planning C: Government and Policy*, 20(2), 163-177 .
- Dalal, A. (2017). (The Relationship between Business Plan and the Success of Startups: an empirical study on Algerian Startups. *Journal of Economic & Financial Research*, 01(01), 01-20 .
- Daradkeh, M., & Mansoor, W. (2023). The impact of network orientation and entrepreneurial orientation on startup innovation and performance in emerging economies: The moderating role of strategic flexibility. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100004 .
- Davila, A., Foster, G., & Gupta, M. (2003). Venture capital financing and the growth of startup firms. *Journal of business venturing*, 18(6), 689-708 .
- Dessyana, A., & Riyanti, B. P. D. (2017). The influence of innovation and entrepreneurial self-efficacy to digital startup success. *International Research Journal of Business Studies*, 10(1), 57-68 .
- Dessyana, A., & Riyanti, B. P. D. (2017). The influence of innovation and entrepreneurial self-efficacy to digital startup success. *International Research Journal of Business Studies*, 10(1), 57-68 .
- Dessyana, A., & Riyanti, B. P. D. (2017). The influence of innovation and entrepreneurial self-efficacy to digital startup success. *International Research Journal of Business Studies*, 10(1), 57-68 .
- Dessyana, A., & Riyanti, B. P. D. (2017). The influence of innovation and entrepreneurial self-efficacy to digital startup success. *International Research Journal of Business Studies*, 10(1), 57-68 .
- Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding definition of entrepreneurship. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(5), 235-241 .
- Díaz-Santamaría, C., & Bulchand-Gidumal, J. (2021). Econometric estimation of the factors that influence startup success. *Sustainability*, 13(4), 2242 .
- Ehsan, Z.-A. (2021). Defining a startup-A critical Analysis. Available at SSRN 3823361 .

- Engel, D. (2002). The impact of venture capital on firm growth: an empirical investigation .
- Falk, R. F., & Miller, N. B. (1992). *A primer for soft modeling*: University of Akron Press.
- Fassott, G., Henseler, J., & Coelho, P. S. (2016). Testing moderating effects in PLS path models with composite variables. *Industrial management & data systems* .
- Fassott, G., Henseler, J., & Coelho, P. S. (2016). Testing moderating effects in PLS path models with composite variables. *Industrial management & data systems* .
- Fassott, G., Henseler, J., & Coelho, P. S. (2016). Testing moderating effects in PLS path models with composite variables. *Industrial management & data systems* .
- Fauzi, T. H., Harits, B., R Deni Muhammad Danial, D. M. D., & Kokom Komariah, K. K. (2022). Adaptive strategies of external environmental effects in digital entrepreneurship in the strategic management perspective. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies www.richtmann.org*, 9(3), 38-45 .
- Ferahtia, A. (2021). See discussions, stats, and author profiles for this publication at: [https://www.researchgate.net/publication/350567414_SURFACE_WATER_QUALITY_ASSESSMENT_IN_SEMI-ARID_REGION_\(EL_HODNA_WATERSHED,_ALGERIA\)_BASED_ON_WATER_QUALITY_INDEX_\(WQI_](https://www.researchgate.net/publication/350567414_SURFACE_WATER_QUALITY_ASSESSMENT_IN_SEMI-ARID_REGION_(EL_HODNA_WATERSHED,_ALGERIA)_BASED_ON_WATER_QUALITY_INDEX_(WQI_) .
- Ferahtia, A. (2021). See discussions, stats, and author profiles for this publication at: [https://www.researchgate.net/publication/350567414_SURFACE_WATER_QUALITY_ASSESSMENT_IN_SEMI-ARID_REGION_\(EL_HODNA_WATERSHED,_ALGERIA\)_BASED_ON_WATER_QUALITY_INDEX_\(WQI_](https://www.researchgate.net/publication/350567414_SURFACE_WATER_QUALITY_ASSESSMENT_IN_SEMI-ARID_REGION_(EL_HODNA_WATERSHED,_ALGERIA)_BASED_ON_WATER_QUALITY_INDEX_(WQI_) .
- Ferahtia, A. (2021). See discussions, stats, and author profiles for this publication at: [https://www.researchgate.net/publication/350567414_SURFACE_WATER_QUALITY_ASSESSMENT_IN_SEMI-ARID_REGION_\(EL_HODNA_WATERSHED,_ALGERIA\)_BASED_ON_WATER_QUALITY_INDEX_\(WQI_](https://www.researchgate.net/publication/350567414_SURFACE_WATER_QUALITY_ASSESSMENT_IN_SEMI-ARID_REGION_(EL_HODNA_WATERSHED,_ALGERIA)_BASED_ON_WATER_QUALITY_INDEX_(WQI_) .
- Ferahtia, A. (2021). See discussions, stats, and author profiles for this publication at: [https://www.researchgate.net/publication/350567414_SURFACE_WATER_QUALITY_ASSESSMENT_IN_SEMI-ARID_REGION_\(EL_HODNA_WATERSHED,_ALGERIA\)_BASED_ON_WATER_QUALITY_INDEX_\(WQI_](https://www.researchgate.net/publication/350567414_SURFACE_WATER_QUALITY_ASSESSMENT_IN_SEMI-ARID_REGION_(EL_HODNA_WATERSHED,_ALGERIA)_BASED_ON_WATER_QUALITY_INDEX_(WQI_) .
- Frare, A. B., Cruz, A. P. C. d., Lavarda, C. E. F., & Akroyd, C. (2022). Packages of management control systems, entrepreneurial orientation and performance in Brazilian startups. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 18(5), 643-665 .
- Frare, A. B., Cruz, A. P. C. d., Lavarda, C. E. F., & Akroyd, C. (2022). Packages of management control systems, entrepreneurial orientation and

- performance in Brazilian startups. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 18(5), 643-665 .
- Frare, A. B., Cruz, A. P. C. d., Lavarda, C. E. F., & Akroyd, C. (2022). Packages of management control systems, entrepreneurial orientation and performance in Brazilian startups. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 18(5), 643-665 .
- Gangrade, K. (1982). Methods of data collection: Questionnaire and schedule. *Journal of the Indian law institute*, 24(4), 713-722 .
- Gangrade, K. (1982). Methods of data collection: Questionnaire and schedule. *Journal of the Indian law institute*, 24(4), 713-722 .
- Gangrade, K. (1982). Methods of data collection: Questionnaire and schedule. *Journal of the Indian law institute*, 24(4), 713-722 .
- Gangrade, K. (1982). Methods of data collection: Questionnaire and schedule. *Journal of the Indian law institute*, 24(4), 713-722 .
- Gelderen, M. v., Thurik, R., & Bosma, N. (2005). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small business economics*, 24, 365-380 .
- Giudici, G., Guerini, M., & Rossi-Lamastra, C. (2019). The creation of cleantech startups at the local level: the role of knowledge availability and environmental awareness. *Small Business Economics*, 52, 815-830 .
- Graham, P. (2012). Startup= growth. *Internet access: <http://www.paulgraham.com/growth.html>*, 1 .
- Grundeij, J., & Talaulicar, T. (2002). Company law and corporate governance of start-ups in Germany: Legal stipulations, managerial requirements, and modification strategies. *Journal of Management and Governance*, 6, 1-27 .
- Guenther, P., Guenther, M., Ringle, C. M., Zaefarian, G., & Cartwright, S. (2023). Improving PLS-SEM use for business marketing research. *Industrial Marketing Management*, 111, 127-142 .
- Haemers, D. G. M. (2018). *Corporate and traditional startups in a platform society*. University of Twente .
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*: Sage publications.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*: Springer Nature.
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123 .

- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123 .
- Hair Jr, J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123 .
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt ,M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152 .
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152 .
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review* .
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019a). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1) .24-2 ,(
- Hair, J. F., Risher, J. J ,.Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019a). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24 .
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019b). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review* .
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027 .
- Hanafiah, M. H. (2020). Formative vs. reflective measurement model: Guidelines for structural equation modeling research. *International Journal of Analysis and Applications*, 18(5), 876-889 .
- Hashai, N., & Markovich, S. (2017). Market entry by high technology startups: The effect of competition level and startup innovativeness. *Strategy Science*, 2(3), 141-160 .
- Hausberg, J. P., & Korreck, S. (2021). Business incubators and accelerators: a co-citation analysis-based, systematic literature review. *Handbook of Research on Business and Technology Incubation and Acceleration*, 39-63 .
- Havinal, V. (2009). *Management and entrepreneurship*: New Age International.
- Henseler, J., Hubona ,G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems* .
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems* .
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135 .

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135 .
- Herte, A. D. (2017). SMEs and Start-Ups. Importance and Support Policies in European Union and Romania .
- Heydebreck, P., Klofsten, M & ,Maier, J. (2000). Innovation support for new technology-based firms: the Swedish Teknopol approach. *R&D Management*, 30(1), 89-100 .
- Heydebreck, P., Klofsten, M & ,Maier, J. (2000). Innovation support for new technology-based firms: the Swedish Teknopol approach. *R&D Management*, 30(1), 89-100 .
- Heydebreck, P., Klofsten, M., & Maier, J. (2000). Innovation support for new technology-based firms: the Swedish Teknopol approach. *R&D Management*, 30(1), 89-100 .
- Hibah, H., & Alhakimi, W. (2021). The Role of Business Incubators in The Development of Entrepreneurship in Yemen. *Journal of Impact*, 2(2), 54-70 .
- Hoque ,A. (2018). Does government support policy moderate the relationship between entrepreneurial orientation and Bangladeshi SME performance? A SEM approach. *International Journal of Business Economics and Management Studies*, 6(3), 37-59 .
- Hou, B., Hong, J., & Zhu, R. (2019). Exploration/exploitation innovation and firm performance: the mediation of entrepreneurial orientation and moderation of competitive intensity. *Journal of Asia business studies* .
- Hyder, S., & Lussier, R. N. (2016). Why businesses succeed or fail: a study on small businesses in Pakistan. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* .
- Indianti, N., Dalimunthe, Z., & Triono, R. A. (2020). *Entrepreneurial Orientation toward Access to Finance of Start-ups in Indonesia*. Paper presented at the The 35th IBIMA Conference: Education Excellence and Innovation Management: A.
- Iskamto, D., Ghazali, P. L., Aftanorhan, A., & Bon, A. T. (2019). *Effect Contextual Factor Toward Entrepreneurial Intention Among Young Educated*. Paper presented at the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Riyadh.
- Islam, M. A., & Alghobiri, M. A. (2018). E-Entrepreneurship for E-Startups: Potentials, Common Challenges and Way Forward. *Information Management and Business Review*, 10(4), 44-50 .
- Išoraitė, M. (2018). The competitive advantages theoretical aspects. *Ecoforum*, 7(1), 0-0 .

- Janáková, H. (2015). The success prediction of the technological start-up projects in Slovak conditions. *Procedia Economics and Finance*, 34, 73-80 .
- Jayeola, O., Sidek, S., Sanyal, S., Hasan, S. I., An, N. B., Ajibade, S.-S. M., & Phan, T. T. H. (2022). Government financial support and financial performance of SMEs: A dual sequential mediator approach. *Heliyon*, 8(11), (e11351 .
- Jegadeeshwaran, M., & Kaleeshwari, S. (2021). Indian Startups–Challenges and Opportunities. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 4(8), 158-160 .
- Jeong, J., Kim, J., Son, H., & Nam, D.-i. (2020). The role of venture capital investment in startups' sustainable growth and performance: Focusing on absorptive capacity and venture capitalists' reputation. *Sustainability*, 12(8), 3447 .
- Jones-Evans, D., & Klofsten, M. (1997). Universities and local economic development: The case of Linköping. *European Planning Studies*, 5(1), 77-93 .
- Kane, T. J. (2010). The importance of startups in job creation and job destruction. *Available at SSRN 1646934* .
- KARA, A. M. (2022). Environment for the creation of business incubators and startups in Algeria: opportunities and obstacles. *Genetics & Biodiversity Journal*, 6(3), 90-99 .
- Kautonen, T. (2008). Understanding the older entrepreneur: Comparing third age and prime age entrepreneurs in Finland. *International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM)*, 3(3), 3-13 .
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4) .(
- Kee, D. M. H., & Rahman, N. A. (2017). Analyzing entrepreneurial orientation impact on start-up success with support service as moderator: A PLS-SEM approach. *Business and Economic Horizons*, 13(2), 128-141 .
- Kee, D. M. H., Yusoff, Y. M., & Khin, S. (2019). The role of support on start-up success: a PLS-SEM approach. *Asian Academy of Management Journal*, 24, 43-59 .
- Kee, D., & Rahman, N. (2018). Effects of entrepreneurial orientation on start-up success: A gender perspective. *Management Science Letters*, 8(6), 699-706 .
- Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Shah, S. Z. A., & Hussain, M. (2021). Factors affecting women entrepreneurs' success: a study of small-and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of innovation and entrepreneurship*, 10(1), 1-21 .

- Kim, Y., & Heshmati, A. (2010). Analysis of Korean IT startups' initial public offering and their post-IPO performance. *Journal of Productivity Analysis*, 34, 133-149 .
- Klačmer Čalopa, M., Horvat, J., & Lalić, M. (2014). Analysis of financing sources for start-up companies. *Management: journal of contemporary management issues*, 19(2), 19-44 .
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*: Guilford publications.
- Knockaert, M., Vandenbroucke, E., & Huyghe, A. (2013). Unraveling the need for innovation support services in new technology-based firms: The impact of commercialization strategy. *Science and public policy*, 40(1), 85-96 .
- Knockaert, M., Vandenbroucke, E., & Huyghe, A. (2013). Unraveling the need for innovation support services in new technology-based firms: The impact of commercialization strategy. *Science and public policy*, 40(1), 85-96 .
- Kock, N. (2019). Factor-based structural equation modeling with WarpPLS. *Australasian marketing journal*, 27(1), 57-63 .
- Kock, N. (2019). Factor-based structural equation modeling with WarpPLS. *Australasian marketing journal*, 27(1), 57-63 .
- Krajcik, V., & Formanek, I. (2015). Regional startup ecosystem. *European Business & Management*, 1(2), 14-18 .
- Kurniawan, A., & Dachyar, M. (2021). *Tech-Startup Digital Business Strategy Utilizing Structural Equation Modeling (SEM)*. Paper presented at the 4th European International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, IEOM 2021.
- Le Trinh, T. (2019). Factors affecting startup performance of small and medium-sized enterprises in Danang city. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(3), 187-203 .
- Lethbridge, T. C., Sim, S. E., & Singer, J. (2005). Studying software engineers: Data collection techniques for software field studies. *Empirical software engineering*, 10, 311-341 .
- Lomberg, C., Urbig, D., Stöckmann, C., Marino, L. D., & Dickson, P. H. (2017). Entrepreneurial orientation: The dimensions' shared effects in explaining firm performance. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(6), 973-998 .
- Luc, T. T., & Phung, N. T. K. (2020). Studying the Successor Startup Enterprises—A Case Study of Quang Binh Province, Vietnam. *Open Journal of Business and Management*, 8(04), 1426 .
- Luger, M. I., & Koo, J. (2005). Defining and tracking business start-ups. *Small Business Economics*, 17-28 .

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172 .
- Ma, S.-C., Wang, H.-H., & Chien, T.-W. (2017). Hospital nurses' attitudes, negative perceptions, and negative acts regarding workplace bullying. *Annals of general psychiatry*, 16, 1-9 .
- Ma, S.-C., Wang, H.-H., & Chien, T.-W. (2017). Hospital nurses' attitudes, negative perceptions, and negative acts regarding workplace bullying. *Annals of general psychiatry*, 16, 1-9 .
- Ma, S.-C., Wang, H.-H., & Chien, T.-W. (2017). Hospital nurses' attitudes, negative perceptions, and negative acts regarding workplace bullying. *Annals of general psychiatry*, 16, 1-9 .
- Mackinnon, D. (2015). Mediating variable *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition* (pp. 64-69): Elsevier Inc.
- MacKinnon, D. P. (1994). Analysis of Mediating Variables. *Scientific methods for prevention intervention research*, 1 .127 ,39
- Mahmood, R & Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial orientation and business performance of women-owned small and medium enterprises in Malaysia: Competitive advantage as a mediator. *International Journal of Business and Social Science (IJBS)*, 4(1), 82-90 .
- Malebana, M. (2014). The effect of knowledge of entrepreneurial support on entrepreneurial intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 1020-1020 .
- March-Chordà, I. (2004). Success factors and barriers facing the innovative start-ups and their influence upon performance over time. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 4(2-3), 228-247 .
- Martens, C .D. P., Machado, F. J., Martens, M. L., & de Freitas, H. M. R. (2018). Linking entrepreneurial orientation to project success. *International Journal of Project Management*, 36(2), 255-266 .
- Marullo, C .Casprini, E., Di Minin, A., & Piccaluga, A. (2018). 'Ready for Take-off': How Open Innovation influences startup success. *Creativity and Innovation Management*, 27(4), 476-488 .
- Marullo, C., Casprini, E., Di Minin, A., & Piccaluga, A. (2018). 'Ready for Take-off': How Open Innovation influences startup success. *Creativity and Innovation Management*, 27(4), 476-488 .
- Mason, M. C., Floreani, J., Miani, S., Beltrame, F., & Cappelletto, R. (2015). Understanding the impact of entrepreneurial orientation on SMEs' performance. The role of the financing structure. *Procedia Economics and finance*, 23, 1649-1661 .

- Mas-Tur, A., Pinazo, P., Tur-Porcar, A. M., & Sánchez-Masferrer, M. (2015). What to avoid to succeed as an entrepreneur. *Journal of Business Research*, 68(11), 2279-2284 .
- Matović, I. M. (2020). *PESTEL Analysis of External Environment as a Success Factor of Startup Business*. Paper presented at the ConScienS Conference Proceedings.
- Mohd, N., Noorul, A., & Zatul, K. (2019). Financial Support Services, Entrepreneurial Orientation and Malay Entrepreneurs' Performance. *Book of Readings on Finance and Entrepreneurship 1*, 1-23 .
- Nakku, V. B., Agbola, F. W., Miles, M. P., & Mahmood, A. (2020). The interrelationship between SME government support programs , entrepreneurial orientation, and performance: A developing economy perspective. *Journal of Small Business Management*, 58(1), 2-31 .
- Noor Hazlina, A., & Pi-Shen, S. (2009). Dissecting Behaviours Associated with Business Failure: A Qualitative Study of SME Owners in Malaysia and Australia *Asian Social Science*, 5(9), 98–104
- Noui, M. L., & Dehane, M. (2020). (نحو تنظير أدق لمفهوم المؤسسات الناشئة وخصائصها: دراسة منهجية مفصلة. *Revue des reformes Economique et intégration dans l'économie mondiale* .
- Nurchahyo ,R., Akbar, M. I., & Gabriel, D. S. (2018). Characteristics of startup company and its strategy: Analysis of Indonesia fashion startup companies. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.34), 44-47 .
- Okrah, J., Nepp, A., & Agbozo, E. (2018). (Exploring the factors of startup success and growth. *The business & management review*, 9(3), 229-237 .
- Ombi, N., Ambad, S. N. A., & Bujang, I. (2018). The effect of business development services on small medium enterprises (SMEs) performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(3), 117-130 .
- Ooi, Y. K., & Ahmad, S. (2012). A study among university students in business start-ups in Malaysia: Motivations and obstacles to become entrepreneurs. *International Journal of Business and Social Science (IJBS)*, 3(19), 181-192 .
- Osorio, A. E., Settles, A., & Shen, T. (2017). Does family support matter? The influence of support factors on entrepreneurial attitudes and intentions of college students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 24-43 .
- Park, S., Lee, I. H., & Kim, J. E. (2020). Government support and small-and medium-sized enterprise (SME) performance: the moderating effects of diagnostic and support services. *Asian Business & Management*, 19, 213-238.
- Patil, A. S., Navalgund, N. R., & Mahantshetti, S. (2022). Digital Marketing Adoption by Start-Ups and SMEs. *SDMIMD Journal of Management*, 13, 47-61.

- Patil, A. S., Navalgund, N. R., & Mahantshetti, S. (2022). Digital Marketing Adoption by Start-Ups and SMEs. *SDMIMD Journal of Management*, 13, 47-61 .
- Pauwels ,C., Clarysse, B., Wright, M., & Van Hove, J. (2016). Understanding a new generation incubation model: The accelerator. *Technovation*, 50, 13-24 .
- Pergelova, A., & Angulo-Ruiz, F. (2014). The impact of government financial support on the performance of new firms: the role of competitive advantage as an intermediate outcome. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(9-10), 663-705 .
- Pompa, C. (2013). Literature review on the impact of business incubation, mentoring, investment and training on start-up companies. *EPS PEAKS-- Economic and Private Sector Professional Evidence and Applied Knowledge Services* .
- Potjanajaruwit, P. (2018). Competitive advantage effects on firm performance: A Case study of startups in Thailand. *Journal of International Studies*, 11 ,(3) .111-104
- Powell, T. C. (2001). Competitive advantage: logical and philosophical considerations. *Strategic management journal*, 22(9), 875-888 .
- Pramono, C. A., Manurung, A. H., Heriyati, P., & Kosasih, W. (2021). Analysis of The Influence of Entrepreneurship Capability, Agility, Business Transformation, Opportunity on Start-Up Behavior in E-Commerce Companies in Indonesia during the COVID-19 Pandemic. *WSEAS Trans. Bus. Econ*, 18, 1103-1112 .
- Preisendörfer, P., Bitz, A., & Bezuidenhout, F. J. (2012). Business start-ups and their prospects of success in South African townships. *South African Review of Sociology*, 43(3), 3-23 .
- Prohorovs, A., Bistrova, J & ,Ten, D. (2019). Startup success factors in the capital attraction stage: Founders' perspective. *Journal of east-west business*, 25(1), 26-51 .
- Purves, N., Niblock, S. J., & Sloan, K. (2015). On the relationship between financial and non-financial factors: A case study analysis of financial failure predictors of agribusiness firms in Australia. *Agricultural Finance Review*, 75(2), 282-300 .
- Ramadani, V. (2009). Business angels: who they really are. *Strategic Change: Briefings in Entrepreneurial Finance*, 18(7-8), 249-258 .
- Ramayah, T., Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M. A. (2018). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using smartPLS 3.0. *An updated guide and practical guide to statistical analysis* .

- Ramayah, T., Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M. A. (2018). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using smartPLS 3.0. *An updated guide and practical guide to statistical analysis*.
- Rasiah, R., Kaur, H., Baharom, A., Turner, J. J., Habibullah, M. S., DA, A. M., & Singaram, N. (2022). The sociology of reading among Malaysian youths: building a culture of reading to enhance environmental awareness and develop pro-environmental behavior. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 22(1), 116-128.
- Reijonen, H., Hirvonen, S., Nagy, G., Laukkanen, T., & Gabrielsson, M. (2015). The impact of entrepreneurial orientation on B2B branding and business growth in emerging markets. *Industrial Marketing Management*, 51, 35-46.
- Richard, O. C., Wu, P., & Chadwick, K. (2009). The impact of entrepreneurial orientation on firm performance: the role of CEO position tenure and industry tenure. *The International Journal of Human Resource Management*, 20(5), 1078-1095.
- Richter, N. F., Cepeda-Carrion, G., Roldán Salgueiro, J.L., & Ringle, C. M. (2016). European management research using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Management Journal*, 34 (6), 589-597.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*: Currency.
- Ringle, C., Da Silva, D & Bido, D. (2015). Structural equation modeling with the SmartPLS. *Bido, D., da Silva, D., & Ringle, C.(2014). Structural Equation Modeling with the Smartpls. Brazilian Journal Of Marketing*, 13(2).
- Rita, M. R., Nugrahanti, Y. W., Kristanto, A. B., & Nastiti, P. K. Y. (2022). The Recovery of Firm Performance :Does Government's Non-Financial Support Really Matters? *Tec Empresarial*, 17(2), 185-206.
- Robina-Ramírez, R., Fernández-Portillo, A., & Díaz-Casero, J. C. (2019). Green start-ups' attitudes towards nature when complying with the corporate law. *Complexity*, 2019.
- Rompho, N. (2018). Operational performance measures for startups. *Measuring Business Excellence*, 22(1), 31-41.
- Rompho, N. (2018). Operational performance measures for startups. *Measuring Business Excellence*, 22(1), 31-41.
- Rosa, M. C .W., Sukoharsono, E. G., & Saraswati, E. (2019). *The role of venture capital on start-up business development in Indonesia*: Muhammadiyah University Yogyakarta.
- Rumelt, R. P. (2003). What in the world is competitive advantage. *Policy working paper*, 105(3 .5-1 ,(

- Rungani, E. C., & Potgieter, M. (2018). The impact of financial support on the success of small, medium and micro enterprises in the Eastern Cape province. *Acta Commercii*, 18(1), 1-12 .
- Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (2015). *Startup companies: Life cycle and challenges*. Paper presented at the 4th International conference on employment, education and entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia.
- Santisteban, J., & Mauricio, D. (2017). Systematic literature review of critical success factors of information technology startups. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(2), 1-23 .
- Santisteban, J., Mauricio, D., & Cachay, O. (2021). Critical success factors for technology-based startups. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4 .421-397 ,(4)2
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling. *Handbook of market research*, 26(1), 1-40 .
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). *Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry*. Paper presented at the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020).
- Sigalas, C. (2015). Competitive advantage: The known unknown concept *Management Decision*, 53 (9), 2004-2016.
- Silva, D., Cerqueira, A., & Brandão, E. (2016). Portuguese Startups: a success prediction model. *Porto: Universidade do Porto* .
- Sivathanu, B., & Pillai, R. (2020). An empirical study on entrepreneurial bricolage behavior for sustainable enterprise performance of startups: Evidence from an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(1), 34-57 .
- Skala, A. (2019). Characteristics of startups *Digital Startups in Transition Economies* (pp. 41-91): Springer.
- Skawińska, E., & Zalewski, R. I. (2020). Success factors of startups in the EU—A comparative study. *Sustainability*, 12(19), 8200 .
- Smolová, H .,Kubová, P., & Urbancová, H. (2018). Success factors for start-ups related to agriculture, food and nutrition and their relevance to education. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 66(3), 791-801 .
- Song, M., Podoyntsina, K., Van Der Bij, H., & Halman, J. I. (2008). Success factors in new ventures: A meta-analysis. *Journal of product innovation management*, 25(1), 7-27 .
- Songling, Y., Ishtiaq, M., Anwar, M., & Ahmed, H. (2018). The role of government support in sustainable competitive position and firm performance. *Sustainability*, 10(10), 3495 .

- Spigel, B. (2016). Developing and governing entrepreneurial ecosystems: the structure of entrepreneurial support programs in Edinburgh, Scotland. *International Journal of Innovation and Regional Development*, 7(2), 141-160 .
- Strielkowski, W. (2012). Factors that determine success of small and medium enterprises: the role of internal and external factors. *Journal of Applied Economic Sciences (JAES)*, 7(21), 326-333 .
- Suliyanto, S., & Rahab, R. (2012). The role of market orientation and learning orientation in improving innovativeness and performance of small and medium enterprises. *Asian Social Science*, 8(1), 134 .
- Suliyanto, S., & Rahab, R. (2012). The role of market orientation and learning orientation in improving innovativeness and performance of small and medium enterprises. *Asian Social Science*, 8(1), 13 .4
- Tariq, T. (2013). *Start-up financing*. University of Twente .
- Tentama, F., & Paputungan, T. H. (2019). Entrepreneurial intention of students reviewed from self-efficacy and family support in vocational high school. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 8(3), 557-562 .
- Teo, T., Tsai, L., & Yang, C. (2013). *Contemporary Approaches To Research In Learning Innovations (Vol. Volume 7): Sense Publishers Rotterdam/Boston/Taipei*.
- Thanh, T. L., Mohiuddin, M., & Quang, H. N. (2022). Impact of uncertainty and start-up opportunities on technopreneurial start-up success in emerging
- Thavorn, J., Chandrachai, A., Klongthong, W., Thanabodypath, W., & Dhammathattariya, P. (2020). The influence of entrepreneurial self-efficacy and innovation on firm performance: Evidence from Thai startup firms. *Humanities*, 8(4), 450.463 .
- Thavorn, J., Chandrachai, A., Klongthong, W., Thanabodypath, W., & Dhammathattariya, P. (2020). (The influence of entrepreneurial self-efficacy and innovation on firm performance: Evidence from Thai startup firms. *Humanities*, 8(4), 450.463 .
- Thomas, A., Passaro, R., & Scandurra, G. (2014). The perception of the contextual factors as predictor of entrepreneurial intent: evidences from an empirical survey. *Journal of Enterprising Culture*, 22(04), 375-400 .
- Trang, T & .Doanh, D. (2019). The role of structural support in predicting entrepreneurial intention: Insights from Vietnam. *Management Science Letters*, 9(11), 1783-1798 .
- Van Gelderen, M., Thurik, R., & Bosma, N. (2006). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small Business Economics*, 319-335 .

- Vidal-Suñé, A., & López-Panisello, M.-B. (2013). Institutional and economic determinants of the perception of opportunities and entrepreneurial intention. *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research*(2-75 ,(6 .96
- Vu, D. A., Bui, Q. H., & Pham, T. Q. (2012). Critical success factors for Vietnamese software companies: a framework for investigation. *development*, 3(2 .(
- Wang, W.-C., Lin, C.-H., & Chu, Y.-C. (2011). Types of competitive advantage and analysis. *International Journal of Business and Management*, 6(5), 100 .
- Wise, S., & Feld, B. (2017). *Startup Opportunities: Know when to quit your day job*: John Wiley & Sons.
- Yaacob, N. M., Mahmood, R., Mat Zin, S., & Puteh, M. (2014). An Investigation of the Small Business Start-Ups' Performance. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 4(3), 10-17 .
- Yankov, B., Ruskov, P., & Haralampiev, K. (2014). Models and tools for technology start-up companies success analysis. *Economic Alternatives*, 3, 15-24 .
- Yaribeigi, E., Hosseini, S. J., Lashgarara, F., Mirdamadi, S. M., & Najafabadi, M. O. (2014). Development of entrepreneurship ecosystem. *International Journal of advanced biological and biomedical research*, 2(12), 2905-2908 .
- Yi, H.-T., Amenuvor, F. E., & Boateng, H. (2021). The impact of entrepreneurial orientation on new product creativity, competitive advantage and new product performance in smes: The moderating role of corporate life cycle. *Sustainability*, 13(6), 3586 .
- Yordanov, D. (2019). Main Characteristics Of The Modern Entrepreneur. *Предприемачество*, 7(1), 7-15 .
- Yurtkoru, E. S., Kuşcu, Z. K., & Doğanay, A. (2014). Exploring the antecedents of entrepreneurial intention on Turkish university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 841-850 .
- Yusoff, M. N. H. B., Zainol, F. A., Ismail, M., Redzuan, R. H., Abdul Rahim Merican, R. M., Razik, M. A., & Afthanorhan, A. (2021). The role of government financial support programmes, risk-taking propensity, and self-confidence on propensity in business ventures. *Sustainability*, 13(1), 380 .
- Zahra, A., Nouri, F., & Imanipour, N. (2014). Explaining the role of managerial skills of entrepreneurship in business success. *International Journal of Management Sciences*, 4(1), 42-52 .
- Zaman, U., Nawaz, S., Tariq, S., & Humayoun, A. A. (2019). Linking transformational leadership and “multi-dimensions” of project success: Moderating effects of project flexibility and project visibility using PLS-SEM. *International Journal of Managing Projects in Business*, 13(1), 103-127 .

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of management*, 36(2), 381-404 .

Zhou, H., & De Wit, G. (2009). Determinants and dimensions of firm growth. *SCALES EIM research reports (H200903)* .(

فائمة الملاحق

استبيان الدراسة

| المصدر | الفقرات | المتغير | |
|--|---|-----------------------|--------------|
| Zhou & De) (Wit, 2009 | تحقق مؤسستكم أرباحا مستمرة ومنتزيدة سنويا. | نجاح المؤسسات الناشئة | |
| | يشهد رقم أعمال مؤسستكم تزايد مستمر من سنة إلى أخرى. | | |
| | تتوفر مؤسستكم على السيولة دائما. | | |
| | الحصة السوقية لمؤسستكم تحقق نمو مستمر من سنة إلى أخرى. | | |
| Suliyanto &) (Rahab, 2012 | من المتوقع أن يشهد عدد العمال داخل مؤسستكم تزايد مستمر . | | |
| | تحقق مؤسستكم نموا مستمرا في حجم المبيعات خلال كل سنة مقارنة بالسنة التي سبقتها. | | |
| | عموما، تشعرين بالرضى النفسي عن الأعمال والإنجازات المحققة من طرفكم. | | |
| Marullo et al.,) (2018 | يشعر زبائنكم بالرضى عن المنتجات/الخدمات التي تقدمونها. | | |
| | عموما، مؤسستكم لديها القدرة على تحقيق الأهداف المسطرة في المدى القصير، وستعمل جاهدة على تحقيق أهدافها على المدى الطويل. | | |
| | تماشيا مع التطورات الكبيرة في مجال التكنولوجيا وشبكات الأنترنت، تعتمد مؤسستكم على هذه الأخيرة في تسيير بعض أعمالها. | | |
| Islam &) (Khan, 2021 | لم يكن صعبا الحصول على رأس مال لمؤسستكم الناشئة. | | الدعم المالي |
| Heydebreck,) Klofsten, & (Maier, 2000 | مؤسستكم لا تجد صعوبة في تمويل المشاريع (الأفكار) الجديدة. | | |
| Knockaert,) Vandenbrouck e, & Huyghe, 2013 | تحتاج مؤسستكم إلى مساعدة في الاتصال مع الممولين من بنوك أو مساهمين. | | |
| | تحتاج مؤسستكم المساعدة لجذب المساهمين. | | |
| | تحتاج مؤسستكم المساعدة في الحصول على القروض. | | |
| Khan,) Quaddus, Weber, & Geneste, (2020 | المؤسسات المالية توفر التمويل الكافي والمطلوب من طرف مؤسستكم. | | |
| Knockaert et) (al., 2013 | تحتاج مؤسستكم إلى مساعدة للحصول على التمويل العمومي (الحكومي) لمختلف الأنشطة. | | |
| | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة من أجل الاستفادة من التحفيزات الضريبية. | | |
| Heydebreck) (et al., 2000 | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة في تسويق المنتجات أو الخدمات التي تقدمها. | الدعم غير المالي | |
| | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة في تطوير خطة العمل. | | |
| | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة في البحث عن شركاء أعمال للمساعدة في التسويق. | | |
| | تحتاج مؤسستكم إلى المساعدة من أجل حضور الملتقيات والمؤتمرات. | | |
| | تحتاج مؤسستكم المساعدة في إقامة اتصالات مع الشركات الأخرى. | | |
| Knockaert et) (al., 2013 | تحتاج مؤسستكم المساعدة في تحقيق مشاريع الابتكار التكنولوجي. | | |
| | تحتاج مؤسستكم المساعدة في الاستفادة من دورات تعليمية وتدريبية. | | |
| | تحتاج مؤسستكم المساعدة في تطوير منتج أو تطبيق جديد. | | |

| | | |
|--|---|-----------------------|
| | تحتاج مؤسستكم المساعدة في توليد أفكار جديدة. | |
| | تحتاج مؤسستكم المساعدة في تحديد المنافسين والعملاء المحتملين. | |
| | تحتاج مؤسستكم استشارات في المجال التكنولوجي. | |
| | تحصل مؤسستكم على المساعدة في إيجاد شركاء تعاونيين في مجال البحث والتطوير. | |
| | تحتاج مؤسستكم المساعدة في تحديد الاحتياجات واستغلال الفرص. | |
| Mahmood & (Hanafi, 2013) | يصعب على المنافسين تقليد منتجاتكم. | الميزة التنافسية |
| | تمتع منتجاتكم بخصائص مميزة مقارنة بمنتجات منافسيكم. | |
| | تحليلكم لرضا العملاء عن المنتجات جيد. | |
| | يمكن التنبؤ بأفعال المنافسين المحليين والأجانب. | |
| | قدرتكم على تتبع التغييرات في احتياجات العملاء ورغباتهم جيدة. | |
| | استجاباتكم للتحركات التنافسية في السوق جيدة. | |
| تتميز مؤسستكم بسرعة الاستجابة لتلبية التغييرات في احتياجات العملاء ورغباتهم. | | |
| Basco et al., (2020) | تفضل مؤسستكم بشدة المشاريع عالية المخاطر التي لها إمكانية تحقيق عائد مرتفع للغاية. | التوجه المقاوالاتي |
| | نظرًا لطبيعة البيئة ، تتخذ مؤسستكم دائمًا إجراءات استراتيجية جريئة واسعة النطاق بدلاً من إجراء تغييرات تكتيكية طفيفة. | |
| | عند مواجهة قرارات تتطوي على عدم اليقين، تتبنى مؤسستكم دائمًا موقفًا جريئًا لتعظيم احتمالية استغلال الفرص. | |
| | تفضل مؤسستكم التركيز القوي على البحث والتطوير والريادة التكنولوجية والابتكار. | |
| | تفضل مؤسستكم الإجراءات والأنظمة والأساليب المجربة والصحيحة. | |
| | مؤسستكم على استعداد لتجربة طرق جديدة للقيام بالأشياء والبحث عن حلول غير عادية ومبتكرة. | |
| | مؤسستكم، من أوائل المؤسسات في قطاع نشاطها التي تقدم منتجات أو خدمات جديدة. | |
| في التعامل مع منافسيها، ستكون مؤسستكم سباقة في القيام بمبادرات تجارية ثم يليها بقية المنافسين. | | |