

طرق تمويل المؤسسات الناشئة (01)

تمهيد

إن ما واجهه العالم اليوم من تحولات اقتصادية وتطور تكنولوجي فرض تبني استراتيجيات جديدة قائمة على الاقتصاد الحر، وهذا ما أفرز نوع جديد في مجال المال والأعمال وهو قطاع المؤسسات الناشئة، حيث أصبحت هذه المؤسسات ضرورة ملحة في ظل التغيرات التي يشهدها العالم، ففي العقود الثلاثة الأخيرة من القرن الماضي تزايد الاهتمام بالمؤسسات الناشئة، لما لها من آثار إيجابية من حيث النمو وحماية الاقتصاد من صدمات المؤسسات الكبرى، كما تلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادي سواء على صعيد الدول المتقدمة أو الدول الناشئة على حد سواء، وتعتبر المؤسسات الناشئة مصدرا رئيسيا للثروة وخلق مناصب شغل ونتيجة للتطورات التي شهدتها عولمة الاقتصاد خضعت هذه الأخيرة لاهتمام خاص من قبل السلطات العمومية والحكومات التي بذلت الكثير من الجهد لتخفيف القيود الإدارية والمالية وتطوير هذه المؤسسات، سواء من ناحية التمويل أو من ناحية المرافقة والدعم وخلق نظام بيئي متكامل يهدف إلى تشجيع حاملي المشاريع من أجل تحويل أفكارهم الإبداعية إلى مؤسسات ناشئة، هذا وذاك جعل الدول والمؤسسات تركز أكثر فأكثر على هذا النوع من المؤسسات.

1. مفهوم الشركات الناشئة

لم تحضى بعد بتعريف موحد من قبل الباحثين ولا يمكن تقديم تعريف نهائي ومفهوم محدد للمؤسسات الناشئة، فهو مفهوم نسبي يختلف باختلاف المعايير المتخذة لتعريف هذه المشروعات، وكذلك إختلاف هذه المعايير بين دولة وأخرى، وفقا للقاموس الإنجليزي تعرف المؤسسة الناشئة: **Start-up** هي مشروع صغير في بداية مهده (بدأ للتو)، وتتكون كلمة **Start-up** من جزئين **Start** وهو الإشارة إلى فكرة الانطلاق و **up** والذي يشير لفكرة النمو القوي. بدأ استخدام المصطلح **Start-up** مباشرة بعد الحرب العالمية الثانية، مع بداية ظهور مؤسسات رأس مال المخاطر **capital-risque** ليشيع استخدام هذا المصطلح بعد ذلك.

يعرفها القاموس الفرنسي: "**la rousse**" هي المؤسسات الشابة **entreprise jeune** المبتكرة في قطاع التكنولوجيا الحديثة، تمثل المؤسسات الناشئة **start ups** بشكل خاص الاقتصاد الجديد في الولايات المتحدة، الذي يسير تطوره جنبا إلى جنب مع تطور الإنترنت. وبما أن استدامتها ونموها لا تزال غير مؤكدة، فإنها تستفيد من مصادر محددة للتمويل.

وأصبح هذا المصطلح متداولاً على نطاق عالمي بعد فقاعة "الدوت كوم" عندما تم تأسيس عدد كبير من المؤسسات "الدوت كوم"، يقوم المؤسسون بتصميم المؤسسات الناشئة لتطوير نموذج أعمال قابل للتطوير بشكل فعال، وبالتالي فإن مفاهيم المؤسسات الناشئة وريادة الأعمال متشابهة.

وحسب **Eric Ries** في مؤلفه الأكثر مبيعا **The Lean Start up** فالمؤسسة الناشئة هي كيان بشري مصمم لإنشاء منتجات وخدمات جديدة في ظل حالة عدم اليقين وعدم تأكيد شديدة.

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

◀ نمو قوي محتمل، ◀ استخدام تكنولوجيا حديثة، ◀ تحتاج لتمويل ضخم، ◀ سوق جديد مع صعوبة تقييم المخاطرة
ومنه يمكننا أن نعرف المؤسسات الناشئة وهي متمثلة في مؤسسات حديثة النشأة تم بنائها من فكرة مبتكرة وريادية إبداعية ولديها احتمالات كبيرة للنمو في وقت وجيز جدا.

وعلى الرغم من تركيز العديد من التعاريف ومحاولة حصر المؤسسات الناشئة ضمن البعد التكنولوجي، غير أنه ليس من الضروري أن تكون هذه المؤسسات تعمل في مجال التكنولوجيا، أو أن يكون تمويلها من قبل مخاطر أو مغامر (**Venture funding**) الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو، وأي شيء آخر يرتبط بالمؤسسات الناشئة **start ups** يتبع النمو.

إن ما يميز المؤسسات الناشئة هو النمو المستمر، إن الفرضية الرئيسية للمؤسسات الناشئة هي المحافظة على تكاليف منخفضة للحصول على الفوائد بشكل أسرع، إلا أن الواقع غير ذلك، فهذه المؤسسات كثيرا ما تتعثر وتم بمراحل صعبة كتذبذب شديد قبل أن تعرف طريقها نحو القمة. من بين أهم المشاريع الناشئة التي حققت نجاحات باهرة جعلتها تلقب بالأساطير نذكر:

◀ مؤسسة **Microsoft**: التي أنشأت من طرف **Paul Allen** و **Bill Gates** ، سنة 1975.

◀ مؤسسة **Appel**: التي أنشأت من طرف **Steve Jobs** و **Steve Kozeniak** ؛ سنة 1976.

◀ مؤسسة **Google**: التي أنشأت من طرف **Larry Page** و **Sergé Brin** ، سنة 1998.

◀ مؤسسة **FACEBOOK**: التي أنشأت من طرف **Mark Zuckerberg** (مارك زوكربيرج) ، سنة 2003.

حيث يرى "بيتر دراكر" (**Peter Drucker**) (كاتب اقتصادي أميركي من أصل نمساوي) فإن المؤسسات الناشئة بمفهومها العلمي

السليم تتميز بأربعة صفات تجعلها مختلفة عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تتلخص هذه الصفات في الجدول التالي:

البيان	الشركات الصغيرة والمتوسطة	الشركات الناشئة
مقدار خلق الثروات	تهدف إلى توليد دخل مستمر ومرضي لصاحبه يتجاوز ويكون أفضل من الدخل التقليدي	تهدف إلى إنشاء ثروة مستمرة ودائمة يتجاوز مداها الأرباح البسيطة إلى بناء الثراء الكبير
سرعة بناء الثروة	. تبني ثروتها عادة عبر حياة صاحبها وفق وقت زمني طويل، فالمشروع الصغير يبقى عادة مدة طويلة وهو على حاله مشروعا صغيرا، وقد لا يتطور في الظروف العادية	تحقق الثروة الريادية لرائد الأعمال خلال زمن قياسي في حياته العملية لا تتجاوز عادة خمس إلى عشر سنوات
المخاطر	تنشد الأمان والتقليدية وتبتعد عن المخاطرة إذ أنها ذات تقليد مشابه لكثير من غيرها من المشروعات الصغيرة	تتميز بالمخاطرة العالية ، وهي الثمن الذي يتوقع لرائد الأعمال أن يدفعه مقابل الثراء، وبغير المخاطرة فإن الريادة تزول و تكون مشروعا صغيرا
الإبتكار والإبداع	لا تلزم أي إبداع أو إبتكار بل إنها تعتمد على تقليد الآخرين مع شئ بسيط من الاختلاف لا يرقى إلى مستوى الإبتكار و الإبداع	تتصف بالإبتكار و الإبداع و تحويل تلك الأفكار إلى منتجات و خدمات مرحة، وهي أكثر بكثير مما يمكن أن تتصف به المشروعات الصغيرة

تعتبر المؤسسات الناشئة في الجزائر هي مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، وبغض النظر عن حجم المؤسسة، أو القطاع أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بإرتفاع عدم التأكد ومخاطرة عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها.

2. دورة حياة المؤسسة الناشئة:

من الطبيعي أن يمر أي مشروع من المشاريع بمراحل زمنية عدة تحاكي كيفية نشأته وإنطلاقه، كيفية تمويله مروراً بمرحلة تشغيله ونجاحه، ولا تختلف المشاريع الناشئة عن غيرها من المشاريع النمطية من حيث التسلسل الزمني لنجاحها مع الاختلاف في بعض التفاصيل، ويمكن إبراز ذلك من خلال المنحنى التالي والمصمم من قبل: **Graham Pau**

الشكل رقم: (01) منحنى المؤسسة الناشئة



◀ **المرحلة الأولى:** وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد بطرح نموذج لفكرة جديدة، وخلال هذه المرحلة يتم التعمق في البحث، ودراسة الفكرة جيداً ودراسة السوق والسلوك وأذواق المستهلك المستهدف للتأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل، والبحث عن من يمولها، ويكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي، أو بالحصول على بعض المساعدات الحكومية.

◀ **المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق،** في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة، وربما أصعب شيء يمكن أن يواجهه المقاول في هاته المرحلة هو أن تجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها مادياً فغالبا ما يكون الأصدقاء والعائلة هم المصدر الأول الذي يلجأ إليهم للحصول على التمويل.

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

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

◀ المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر: يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه وإطلاق إصدارات محسنة، لتبدأ المؤسسة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة واكتساب الخبرة لفريق العمل.

◀ المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع: في هذه المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار، وطرحة في السوق المناسبة، وتبدأ المؤسسة الناشئة في النمو المستمر ويأخذ المنحنى بالارتفاع لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

ومن خلال الشكل والتعريفات سابقا يمكن القول بأن المؤسسات تمر بالأربعة مراحل رئيسية، وهذا ما أوضحه "بريستون" عند حديثه على المراحل الأساسية للمشاريع الناشئة:

1/- مرحلة النشوء:

في هذه المرحلة تكون لدى الشخص الريادي الفكرة القابلة للتطبيق والنجاح والقادرة على تحقيق الربح، ولكنها تظل تحتاج إلى المزيد من التطوير، أي محاولة فهم ما إذا كانت الفكرة المحتملة تمثل إبتكارا تمكنه حل مشكلة ذات مغزى أو يلبي حاجة الزبون (الكامنة)، حيث يهدف رواد الأعمال خلال هذه المرحلة فهم ما إذا كانت هناك فرصة في السوق ليبدووا في تحديد إحتياجاته من الموارد وتوافرها، ويكون غالبا مصدر التمويل المبدئي في هذه المرحلة ما يسمى: (3F MONEY) وهم أصحاب المشروع (FOUNDER)، العائلة (FAMILY)، الأصدقاء (FRIENDS).

2/- مرحلة الانطلاق:

في هذه المرحلة تكون الفكرة قد تم تطويرها وأصبحت فعليا قابلة للتسويق التجاري، ويتم في بدايات هذه المرحلة البحث عن المستثمر الملاك ليس فقط كمصدر تمويل بل للاستعانة بخبرته المتراكمة في مجال الإدارة، التسويق، التنظيم، وكذلك الإستعانة بشبكات علاقاته المتميزة والمتراكمة لديه وذلك لغرض الانطلاقة الفعلية للمشروع، ومن ضمن مصادر التمويل المستهدفه المستثمر الملاك، وعموما لا تتعدى هذه المرحلة فترة السنة.

3/- مرحلة التشغيل:

تتكون مرحلة التشغيل من التطوير التكنولوجي والتجاري تخطيط الأعمال، وفيها يتم الإنتاج والتوزيع الفعلي للمنتج أو الخدمة، وتستمر هذه المرحلة لمدة خمس سنوات، وخلال هذه الفترة قد لا يحقق المشروع أي أرباح ويتم اللجوء في التوسع في الإحتياج التمويلي فيتم بعدها اللجوء للمستثمر المغامر فضلا عن البحث عن موارد تمويل إضافية، وفي كثير من الأحيان تستخدم المؤسسات الناشئة منصات التمويل الجماعي لجمع موارد مالية إضافية، بالإضافة إلى طلب المساعدة من أصحاب رؤوس الأموال، علاوة على ذلك، في هذه المرحلة يمكن إسناد دور مهم للحاضنات والمسرعات ومساحات العمل المشترك القادرة على الحصول على المزيد من الموارد الإدارية والفنية والمادية.

4- مرحلة النضوج:

يبلغ المشروع في هذه المرحلة النضوج ويكون جاهزا لتحقيق الأرباح، وفي حالة أن المشروع حقق معدلات نمو كبيرة ومستمرة فإن هذه المرحلة تكون مناسبة للحصول على مصدر تمويلي آخر يتمثل في ما يعرف بالإصدار الأولي للجمهور.

وفي هذه المرحلة تعتبر المؤسسة الناشئة هي مؤسسة حديثة النشأة تمكنت من توحيد وتوسيع نطاق الأعمال، وتحقيق الاستدامة الذاتية، يجب أن يطور رواد الأعمال في هذه المرحلة مهارات وقدرات جديدة، مثل القدرة على التعامل مع الممولين، وكذلك القدرة على تفويض المهام والأنشطة المتزايدة، بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يظهر رواد الأعمال كفاءات متعددة الأوجه ومعقدة مثل القيادة والتوجيه الإستراتيجي وقدرات التنسيق.

نموذج دورة حياة المؤسسات الناشئة

المرحلة	النشوء توليد الأفكار المحتملة	الإطلاق	التشغيل	النضوج
المفهوم	توليد الأفكار المحتملة	الإستعداد لنية ريادة الأعمال، والتحقق من صحة الفرصة، وأنشطة ما قبل البدء	إنشاء مشروع جديد	التوحيد و قابلية التوسع والإستدامة الذاتية
الموارد والقدرات المطلوبة	الموارد التقنية وثقافة ريادة الأعمال	الموارد المالية والفنية والإدارية	الموارد المالية والتقنية والمادية والإدارية	الموارد المالية والتكنولوجية والمادية
العوامل الرئيسية	الإبداع، الحدس الخبرة السابقة	التوجه الريادي وتقبل المخاطرة، والثقة بالنفس، والتحفيز	التوجه الريادي وتقبل المخاطرة، الثقة بالنفس، القيادة	القيادة و القدرة على التنسيق والتوجه الإستراتيجي
الأنشطة الأساسية	إكتشاف الفكرة، فرص السوق وتوافر الموارد	التحقق من فرص السوق بناء الفريق، البحث عن الموارد والتحقق من صحتها	تطوير خطط الإنتاج، وخطط البيع، والبحث عن التمويل الإضافي	إكتساب عملاء جدد، تطوير حجم الإنتاج