

قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال تنظيبي.

مذكرة ماستر تحت عنوان

استخدام حاضنة INNOEST COMPANY

مواقع التواصل الاجتماعي لدعم مكانة المؤسسات

الناشئة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ(ة):
د. وفاء مطروح

من إعداد الطالبتان:

- سناء مصباحي
- فضيلة مرامرية

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. بدر الدين مسعودي	أستاذ محاضر - أ-	رئيسا
د. وفاء مطروح	أستاذ مساعد - ب-	مشرفا ومقررا
د. هناء فارس	أستاذ مساعد - ب-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2023 / 2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة
وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا في اتمامه
اعرني لساناً أيها الشعور للشكر
إن قلنا شكراً فشكرنا لن يوفيك حقك ،
وإن جفَّ حبرنا عن التّعبير يكتبك قلب به صفاء الحبّ تعبيراً.
تسابق الكلمات وتزاحم العبارات لتنظم عقد الشكر الذي لا يستحقه إلا أنتِ.

الأستاذة المشرفة: " وفاء مطروح "

إليك يا من بذلت ولم تنتظري العطاء
خُلق الإبداع من أجلك كنت ولا زالت داعماً
لنا فشكراً للطف تعاملك وكلماتك شكراً والشكرُ في حقك قليل
فعبارات الشكر تخجل منك لأنك أكبر منها
فأنت لك الفضل في تحويل الفشل إلى نجاح
ورفع العزيمة والمعنوية لنا فأنت أهل التميز والتقدم
إليك نهدي عبارات الشكر والتقدير.

ولا يفوتنا أن نتوجه بالشكر إلى السيد مدير حاضنة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY

د. بوغمبوز ابراهيم خليل ومساعدته السيد بورناني أيمن على مساندة لهم لنا فترة تواجدنا في مؤسستهم

ودعمهم لنا

وفي الختام نسأل الله يلهمنا شكر نعمه ويجعل عملنا مخلصاً لوجهه فالحمد لله والشكر لجلالك وعظيم

سلطانك

فضيلة.....سناء

الاهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

أهدي عملي هذا إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب إلى من كلت انامله لي يقدم لي لحظة سعادة إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم إلى القلب الكبير

..والدي العزيز..

الى من أرضعتني الحب والحنان إلى رمز الحب وبلسم الشفاء إلى القلب الناصع بالبياض

..والدتي الحبيبة..

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي

..إخوتي..

إلى من أزال غيمة جهل مررت بها بريح العلم الطيبة أستاذي الاول

و قدوتي فالانضباط وروح التعلم ثابت والى من أعادت رسم ملامحي وتصحيح عثراتي إلى

..الاستاذة وفاء مطروح..

..والى صديقاتي وأصدقائي ..

سناء

2024

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّؤُوفِ الرَّحِيمِ

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون) ..صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك .. ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك .. ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك .

.. الله ..

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونور العالمين

.. سيدنا محمد ..

إلى من كلله الله بالهبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون انتظار .. إلى من أحمل اسمه بكل افتخار .. أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان قطفها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد ..

.. والدي العزيز ..

إلى ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني .. إلى بسمه الحياة وسر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أعلى الحبايب ..

.. أمي الحبيبة ..

إلى من بهن أكبر وعلمين أعتمد .. إلى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي .. إلى من بوجودهن أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها .. إلى من عرفت معهن معنى الحياة

.. أخواتي ..

إلى رفقاء دربي وهذه الحياة بدونكم لا شيء معكم أكون أنا وبدونكم أكون مثل أي شيء .. في نهاية مشواري أريد أن أشكركم على مواقفكم النبيلة يا من تطلعتم لنجاحي بنظرات الأمل

.. اخوتي ..

إلى من أرى التفاؤل بعينها .. والسعادة في ضحكتها إلى شعلة النور وبمحببتك أزهرت أيامي إلى من ساندتني وأنارت طريقي بتوجيهاتها ونصائحها

.. الأستاذة المشرفة : د. وفاء مطروح ..

إلى الأخوات اللواتي لم تلدهن أمي .. إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى يابيع الصدق

الصافي إلى من معهم سعدت ، وبرفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت إلى من كانوا معي على طريق النجاح والخير إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيعهم

.. صديقاتي ..

فضيلة



قائمة المحتويات والجداول

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر وتقدير
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: إشكالية الدراسة والإجراءات المنهجية	
أولاً: إشكالية الدراسة	
07	1- تحديد المشكلة
08	2 - أسباب اختيار الموضوع
09	3- أهمية الموضوع
09	4- أهداف الدراسة
19-10	5- الدراسات السابقة والمشابهة
23-20	6- تحديد المفاهيم
25-24	ثانياً: المقاربة النظرية للدراسة
25	1- تقديم النظرية "الإستخدامات والإشباعات"
26	مفاهيم متعلقة بالنظرية
29-26	2- نشأة وتطور النظرية
29	4 - فروض النظرية
30	5- أهداف النظرية
ثالثاً: الإجراءات المنهجية	
31-30	1- منهج الدراسة
32	2- أدوات جمع البيانات
33	3- حدود الدراسة
الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في المؤسسة	
36	تمهيد

قائمة المحتويات

أولاً: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي	
38-37	1- نشأة وتطور مواقع التواصل الإجتماعي
39-38	2- خصائص وسمات مواقع التواصل الإجتماعي
41-40	3- أنواع مواقع التواصل الإجتماعي
42	4- وظائف وأهداف مواقع التواصل الإجتماعي
43	5- ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي
45-44	6- واقع استخدام مواقع التواصل الإجتماعي في العالم والجزائر
ثانياً: ماهية المؤسسة	
46-45	1- أنواع المؤسسة
47	2- تصنيفات المؤسسة
48-47	3- خصائص المؤسسة
50-48	4- وظائف وأهداف المؤسسة
50	5- أهمية مواقع التواصل الإجتماعي في المؤسسة
52-51	6- ضرورة تبني المؤسسة مواقع التواصل الإجتماعي
53	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة	
56	تمهيد
أولاً: ماهية حاضنات الأعمال	
57	1- نشأة حاضنة الأعمال في الجزائر
58	2- خصائص حاضنات الأعمال
60-59	3- أهمية حاضنات الأعمال
61-60	4- أهداف ومهام حاضنات الأعمال
65-61	5- أنواع حاضنات الأعمال
69-65	6- آلية عمل حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها
70-69	7- واقع وأفاق حاضنات الأعمال في الجزائر
ثانياً: ماهية المؤسسات الناشئة	
71-70	1- نشأة المؤسسات الناشئة في الجزائر
73-72	2- خصائص ومميزات المؤسسات الناشئة
75-73	3- أهمية المؤسسات الناشئة

قائمة المحتويات

75	4- أهداف المؤسسات الناشئة
76	5- واقع وأفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر
77-76	6- التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة
78-77	7- علاقة حاضنات الأعمال بالمؤسسات الناشئة
79-78	8- دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة
80	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الدراسة الميدانية	
83	تمهيد
84	أولا: تقديم حاضنة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY
85-84	- الهيكل التنظيمي لحاضنة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY
85	ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية
102-86	1- عرض وتحليل بيانات دليل المقابلة
103-102	2- عرض النتائج في ضوء أسئلة الدراسة
109-104	مقابلة أجريت مع مدير حاضنة المؤسسات الناشئة innoest company
115-110	مقابلة أجريت مع المساعد الإداري لحاضنة المؤسسات الناشئة innoest company
121-116	مقابلة أجريت مع رئيس المجلس العلمي لحاضنة المؤسسات الناشئة innoest company
123	الخاتمة
131-125	قائمة المصادر المراجع
141-133	قائمة الملاحق
144-143	الملخص

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
جدول رقم 01	التعريف بالمُحَاوِرِينَ ومكانتهم في حاضنة innoest company	93
جدول رقم 02	المؤسسات الناشئة المتحصلة على وسم مشروع مبتكر	95-94

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
الشكل رقم (01):	منحى دورة حياة المؤسسة الناشئة startup	71



مقدمة :

في عالم اليوم الذي يتسم بالتطور المتسارع أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة هامة جدا في عصرنا الحالي و تلعب دوراً حيوياً في تعزيز الإتصال و التواصل بين الأفراد و المؤسسات ، فقد أتاحت فرص المشاركة و انتاج المعرفة و التواصل اللامحدود (زمانيا و مكانيا) والتفاعل ، اندماج الوسائط و سهولة الاستخدام جميع هذه الخصائص التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي تضيء عليها خاصية هامة أيضا وهي الإتاحة، و ساهمت في بناء علاقات مع العملاء و الجمهور المستهدف ، و تعزيز العلامة التجارية و نشر الوعي حول منتجات و خدمات المؤسسة فهي وسيلة فعالة لتسويق المنتجات و الخدمات ، حيث يمكن للمؤسسات الاستفادة منها للتواصل مع جمهورها و تحقيق مبيعات أكبر كما تساعد في جذب الاهتمام و الانتباه إلى المؤسسة و تعزز التفاعل مع العملاء و قد أصبحت هذه المواقع جزء لا يتجزأ من جميع جوانب حياتنا كأفراد عامة و للمؤسسات خاصة كما هو الحال بالنسبة لحاضنة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY ، إذ أن لهذه المواقع دور فعال في تحسين أدائها و زيادة كفاءتها و فعاليتها، فهي تساهم على اختلاف أنواعها و تعدد استخداماتها في دعم و تعزيز مكانة المؤسسات الناشئة ، و جذب انتباه المستهلكين و الجمهور المستهدف و ساهمت في بناء هوية و علامة تجارية قوية للمؤسسة عن طريق نشر محتوى مبتكر و جذاب يعكس روح المؤسسة و قيمها و منتجاتها، خدماتها ؛ و إضافة لذلك فإن حاضنة المؤسسات الناشئة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتسويق و زيادة الوعي بالعلامة التجارية و تعزيز الثقة بينها و بين عملائها و الجمهور ساعية لتحقيق الهدف الأسمى وهو المساهمة في تنمية الاقتصاد الوطني .

و حتى تكون هذه الدراسة مستوفية لجميع جوانبها فقد اشتملت على الفصول الآتية ذكرها للبحث في متغيراتها الأساسية :

- الفصل الاول : تضمن عرضا تفصيليا لأشكالية الدراسة و مجموع الاجراءات المنهجية المتبعة .
- الفصل الثاني : تم التطرق فيه أولا لماهية مواقع التواصل الاجتماعي من نشأة و خصائص و أنواع و وظائف و أهداف و إيجابيات و سلبيات و أخيرا واقع استخدامها في العالم و الجزائر و ثانيا لماهية المؤسسات من أنواع و تصنيفات و خصائص و وظائف و أهداف و أهمية و أخيرا ضرورة تبني المؤسسة لمواقع التواصل الاجتماعي .
- الفصل الثالث: اختص بالبحث في دور حاضنات الاعمال في دعم المؤسسات الناشئة من خلال التطرق أولا إلى ماهية حاضنات الاعمال و نشأتها، خصائص، أهمية، أهداف، أنواع، آلية عملها، و أخيرا واقع و آفاق حاضنات الأعمال في الجزائر و ثانيا ماهية المؤسسات الناشئة، نشأتها، خصائص

وسمات ، أهمية ، أهداف ، واقع و آفاق المؤسسات الناشئة ، التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة، علاقة حاضنات الأعمال بالمؤسسات الناشئة، و أخيرا دور حاضنات الاعمال في دعم المؤسسات الناشئة .

- الفصل الرابع : و هو الجزء التطبيقي من الدراسة، تم فيه دراسة حالة حاضنة المؤسسات الناشئة innoest company لولاية تبسة، تحليل دليل المقابلة، و النتائج العامة للدراسة، إضافة إلى خاتمة الدراسة التي تعرض أهم ما توصلنا إليه .



الفصل الأول: إشكالية الدّراسة والإجراءات المنهجية



الفصل الأول: إشكالية الدراسة والإجراءات المنهجية

أولاً: إشكالية الدراسة:

- 1- تحديد المشكلة
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الموضوع
- 4- أهداف الدراسة
- 5- الدراسات السابقة والمشابهة
- 6- تحديد المفاهيم

ثانياً: المقاربة النظرية للدراسة

- 1- تقديم النظرية "الإستخدامات والإشباعات"
- 2- نشأة وتطور النظرية
- 3- مفاهيم متعلقة بالنظرية
- 4- فروض النظرية
- 5- أهداف النظرية

ثالثاً: الإجراءات المنهجية:

- 1- منهج الدراسة
- 2- أدوات جمع البيانات
- 3- حدود الدراسة

- أولاً: إشكالية الدراسة:

01- تحديد المشكلة :

يشهد عالمنا اليوم تطوراً متسارعاً في مجال تكنولوجيايات الاتصال الحديثة هاته الأخيرة التي مست مختلف المجالات الحياتية وأصبح لا يمكن الاستغناء عنها سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات وما يحققه الإعلام الجديد بمختلف مظاهره من انتشار واسع عبر العالم وتسهيل الحصول على المعلومات وكيفية إيصالها للجماهير بفضل الخصائص التي تميزها من تفاعلية، تبادلية، تكاملية وغيرها وحسب ما ورد على موقع BDM*¹ فقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت عبر العالم حتى شهر أبريل 2023 (8,03) مليون مستخدم أي ما يعادل نسبة 75,25 من سكان المعمورة و80,4 مليون مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي أي 59,9% من سكان العالم. (blogdumoderateur.com, 2023) وحسب موقع تادمسا نيوز الجزائر بلغ عدد مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر منذ بداية سنة 2023 ب 32,09 مليون شخص بزيادة 5 ملايين مستخدم عن السنة الماضية فيما تم تسجيل 48,63 مليون و أضاف التقرير تسجيل 23,95 مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في جانفي 2023، أي ما يعادل 52,09% من إجمالي عدد السكان. (tadamsanews.dz, 2023) وهو ما يبرر استخدامها من طرف الأفراد والمؤسسات و هذه الأرقام و ما تفرزه من تغيرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، تفرض على المؤسسات التماشي معها من أجل المحافظة على تموقعها في المحيط الذي تنشط فيه و ضمان استمراريته وتعزيز مكانتها.

لقد شهدت الجزائر مؤخراً سياسات محورية واستراتيجيات وطنية لدعم وتشجيع الابتكار و الإبداع الشبابي ، من خلال انشاء المؤسسات الناشئة التي يحكمها وينص على تنظيمها المرسومين 20-254 و 20-356 لسنة 2020 (زايدي، 2023، صفحة 3)، فهما المدخل الهام واللبنة الأساسية لتأسيس المؤسسات الناشئة في الجزائر ومن هنا ظهر ما يعرف بحاضنة الأعمال التي تعتبر منظومة عمل متكاملة وتسير عن طريق إدارة متخصصة وتوفر جميع أنواع الدعم اللازم لضمان نجاح المؤسسات الملحقة بها والتغلب على المشاكل التي تعيق نشاطها وعجزها عن النمو و الاستمرار ، ولما كان الإتصال العمود الفقري للمؤسسات فإنه يستلزم عليها استغلال واستخدام جميع وسائل وتكنولوجيايات الإتصال المتاحة ، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعرف اليوم رواجاً كبيراً وانتشاراً واسعاً- كما ذكرنا سابقاً- .

*BDM : موقع تم اطلاقه عام 2007 بواسطة hello work يستهدف محترفي الويب يقدم لهم مجموعة من الأخبار والأرقام والاستطلاعات لتمكينهم من تعزيز مراقبتهم والاستجابة للاحتياجات الناجمة عن الرقمنة يستقبل الموقع 4ملايين قارئ شهريا

ومن هنا تبرز ملامح اشكالية دراستنا والتي يمكن صياغتها كالتالي : هل تستخدم حاضنة INNOEST COMPANY مواقع التواصل الإجتماعي لدعم مكانة المؤسسة الناشئة ؟.

التساؤلات الفرعية:

و للإجابة عن الإشكالية أعلاه وحتى يتيسر لنا الإلمام بكل جوانب الموضوع ارتأينا تجزئة الإشكالية الرئيسية إلى تساؤلات فرعية هي:

- ماهي الأهمية التي تكتسبها حاضنة INNOEST COMPANY في المحيط الذي تنشط فيه لدعم مكانة المؤسسات الناشئة ؟.
- ماهي مواقع التواصل الإجتماعي المستخدمة في حاضنة INNOEST COMPANY لدعم مكانة المؤسسات الناشئة ؟.
- ماهي الإشباعات التي تحققها حاضنة INNOEST COMPANY جراء استخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي في دعم المؤسسات الناشئة ؟.

02- أسباب اختيار الموضوع:

لكل عمل وبحث علمي ممهّداته و مبرراته لقيام الباحث به و اختيارنا للموضوع محلّ دراستنا لم يكن عشوائياً، بل كان لعدّة أسباب أهمّها :

- محاولة معرفة أهمية مواقع التواصل الإجتماعي لدى حاضنة المؤسسات الناشئة.
- الرغبة في معرفة مدى استخدام حاضنة المؤسسات الناشئة لمواقع التواصل الإجتماعي.
- حداثة الموضوع وحيويته إلى جانب قلة الدراسات حول استخدام حاضنة المؤسسات الناشئة لمواقع التواصل الإجتماعي .
- الأهمية التي تكتسبها حاضنة الأعمال و دورها الحيوي في دعم المؤسسات الناشئة للنهوض بالإقتصاد الوطني .

3- أهمية الموضوع:

وتكمن أهمية الدراسة فيما يلي :

في ظلّ التغيرات الحالية والتوجهات الحديثة للأعمال انشغلت حكومات الدول بما فيها الجزائر بالمؤسسات الناشئة ودورها البارز في النهوض بالإقتصاد حيث تراهن كثير من الدول على هذه الكيانات الإنتاجية والخدماتية من أجل دعم اقتصادها و انشاء حاضنات لها وتعمل هذه الأخيرة على دعم تلك المؤسسات من أجل النهوض بها مستخدمة جميع الوسائل المتاحة خاصة تكنولوجيا الإتصال الحديثة بالموازاة مع الإنتشار الواسع واللامحدود لمواقع التواصل الإجتماعي التي أقحمت نفسها في كل مجالات الحياة مما يخلق بيئة تواصل دائم مع الجماهير المستهدفة من خلال ما تقدمه من معلومات لتعزيز المقاولاتية لدى الشباب وتشجيع أفكارهم الإبداعية ودعمهم من جوانب عدة لإيجاد الحلول والتغلب على العراقيل التي تواجههم لانشاء مؤسساتهم الناشئة وهو ما يبرر أهمية دراستنا هذه التي نسعى من خلالها لتسليط الضوء على كيفية استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من طرف حاضنة INNOEST COMPANY لأداء المهام المنوطة لها.

4- أهداف الدراسة:

تختلف أهداف الدراسة من باحث إلى آخر باختلاف موضوع الدراسة وطبيعته ، وسعي الباحث لتحقيقها من خلال دراسته لهذه الظاهرة والبحث فيها.
وقد حددت أهداف الدراسة كمايلي:

- تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الإجتماعي في دعم المؤسسات الناشئة .
- محاولة تسليط الضوء على مواقع التواصل الإجتماعي الأكثر استخداما من طرف حاضنة المؤسسات الناشئة.
- التعرف على الرغبات و الإشباعات التي تحققها حاضنة المؤسسات الناشئة من خلال استعمال مواقع التواصل الإجتماعي .

5- الدراسات السابقة والمشابهة:

من المهم جدًا لأي باحث أن يستعين بالدراسات التي سبقت، ويضطلع بالنتائج المتوصل إليها للارتكاز عليها وتفادي الأخطاء التي وقع فيها من سبقه في نفس مجال بحثه، مستعينًا بما تضمنته من معلومات و إجراءات منهجية.

إذ تُعتبر النتائج المتوصل إليها على مستوى كل دراسة من هذه الدراسات السابقة مصيرية بالنسبة للباحث، حيث تمكنه من معرفة: أين توقف الآخرون؟ حتى يتمكن من تقرير ما سيفعله هو بدوره في بحثه للموضوع، من خلال الحرص على أن يكون عمله مكملًا لهذه الجهود السابقة، متفاديًا في نفس الوقت تكرار بحث ما سبقه إليه غيره، لأن ذلك يفقد عمله الأصاله الواجب توفرها في كل بحث علمي. (بن مرسلبي، 2003، صفحة 85،86)

وتُحَقِّق عملية مراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بمشكلة البحث أهدافًا عديدة منها (عبد العال النعيمي، 2009، صفحة 73):

- أنها تضع المشكلة المبحوثة في إطارها ومحتواها .
- أنها تزود الباحث بمعلومات حول ما تم عمله وإنجازه في ميدان البحث .
- أنها تزود الباحث بمعلومات حول كيفية إجراء البحث .
- أنها تتضمن مقترحات بشأن أدوات القياس وتصميم البحث .
- وحسب محمد عبد الحميد فإنّ الباحث عند كتابته للتقرير الخاص بـ"أدبيات البحث" أو "الدراسات السابقة" لابد أن يضع باعتباره ما يلي (عبد الحميد، 2000، الصفحات 103-105):
- استبعاد الدراسات قليلة الارتباط بمشكلة البحث حتى وإن كان الباحث قد بذل جهداً في تلخيص عناصرها.
- يبدأ عرض الدراسات السابقة قليلة الارتباط أو الأهمية بالنسبة للدراسة الحالية أولاً، ثم يتدرج إلى أقواها علاقة في نهاية التقرير.
- يكون العرض تدريجياً بحيث يصل في الختام إلى نتائج أو استدلالات منطقية تزيد أهمية البحث الحالي.
- يجب أن يبتعد الباحث عن التحيّز في عرضه للدراسات السابقة، وأن يكون موضوعياً في عرضه للمداخل أو الاتجاهات البحثية أو النتائج المتعارضة، وأن يكون موضوعياً أيضاً في التعليق عليها.
- توزيع الدراسات السابقة تحت عدّة محاور تتفق مع عناصر المشكلة البحثية أو متغيراتها أو علاقاتها.

ولا يشترط بعد ذلك العرض المستقل لكل دراسة تحت كل محور، ولكن يمكن أن يجمع أكثر من دراسة معاً تحت عبارات أو فقرات وصفية تلخص ما اشتركت فيه أو تشابهت فيه هذه الدراسات، مع عدم إغفال البيانات البيبليوغرافية لكل دراسة بشكل مستقل.

وعندما تتفق الدراسات المعروضة في علاقتها بالبحث الحالي ودرجة أهميتها بالنسبة له، فإن الباحث يرتب عرضها حسب التسلسل التاريخي للنشر بحيث تصبح الدراسة الأخيرة هي آخر ما نُشر في هذا المجال. يقدم الباحث في نهاية التقرير أو خاتمته ملخصاً لما قدمته الدراسات في مجملها وما أضافته أو تضيفه من علاقات أو تفسيرات بالنسبة للمشكلة الحالية، وما استخلصه الباحث من اتجاهات أو تعميمات للوصول إلى النتائج الخاصة بالمشكلة الحالية.

وعليه فقد سعت الباحثتان من خلال اتباع الخطوات السابقة الذكر لإيفاء هذه المرحلة من مراحل البحث العلمي حقها، وذلك بهدف تحري الموضوعية والدقة في طرح الإشكالية البحثية، وتحديد الأهداف العلمية المرجو تحقيقها من العمل الحالي.

المحور الأول: حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة

الدراسة الأولى:

● معلومات بيبليوغرافية:

عنوان الدراسة : Les conditions de succès des startups

اسم الباحث : Pierre –Luc PASSY

الدرجة العلمية: أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة

السنة : 2022 /2021

● المضمون:

- مشكلة الدراسة : تركزت اشكالية هذه الدراسة حول شروط ومعايير نجاح المؤسسات الناشئة ضمن المجال الأوسع لريادة الأعمال حيث تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على شروط ومعايير نجاح المؤسسات الناشئة وهل يقاس النجاح فقط بمقدار الأموال التي تم جمعها وماهي العناصر المؤثرة على النجاح الريادي للمؤسسات الناشئة وتحديد ماتعتبره المؤسسات الناشئة وما لاتعتبره المؤسسات الأخرى .

- منهج الدراسة : اعتمدت هذه الدراسة على نوعين من المناهج منهج كمي وكيفي.

- مجتمع وعينة الدراسة وأدواتها : يتمثل مجتمع الدراسة من رواد الأعمال حيث تم اختيار 100 شركة ناشئة فرنسية كعينة للدراسة ، وتم اعتماد المقابلة كأداة من أدوات جمع البيانات.

نتائج الدراسة: تبينّت في :

- الانجازات المتعلقة بالعمل أو النفسية التي تراكمت لدى الفرد نتيجة لخبراته المهنية.
- أن النجاح الوظيفي الموضوعي يتم التحكم عليه من قبل الآخرين ويرتبط بمعايير موضوعية وواضحة بما فيه الكفاية ويمكن قياس هذا النجاح الموضوعي من خلال الراتب .

الدراسة الثانية :

● معلومات ببليوغرافية :

- عنوان الدراسة : دور حاضنات الأعمال في تطوير المؤسسات الناشئة في ظل تحقيق بيئة مستدامة "دراسة حالة مجموعة من حاضنات الأعمال في الجزائر" .
- اسم الباحث : ابراهيم خليل بوغمبوز.
- الدرجة العلمية : أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه .
- السنة الجامعية : 2024/2023 .

● المضمون :

- مشكلة الدراسة : تركزت اشكالية هذه الدراسة حول دور حاضنات الأعمال في تطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر و تعزيز مبادئ وممارسات الإستدامة البيئية والإقتصادية والإجتماعية لدى هذه المؤسسات حيث تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على دور حاضنات الأعمال في تطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر وكيف يمكن تعزيز هذا الدور بفعالية ، وتقديم توصيات عملية تعزيز التعاون بين حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة ومقدمة التمويل من أجل تعزيز الإستدامة والنمو المستدام للقطاع .
- منهج البحث : اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف البحث .
- مجتمع وعينة الدراسة و أدواتها : يتمثل مجتمع الدراسة في مدراء حاضنات الأعمال في الجزائر حيث تمّ اختيار 31 حاضنة كعينة للدراسة لأنّها تمثل 60% من مجموع الحاضنات المصرح بها في الجزائر ، وتعتبر كافية لتحقيق التشبع النوعي وتمّ استخدام استبانة مصممة خصيصاً لجمع وتحليل البيانات .
- نتائج الدراسة: تبينّت في :
- وجود فروق بين حاضنات الأعمال لها دور حيوي في دعم مشاريع وتعزيز الإستدامة الإجتماعية والإقتصادية.

الدراسة الثالثة:

● معلومات بيبليوغرافية:

عنوان الدراسة : مساهمة حاضنات الأعمال في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- واقع التجربة الجزائرية-

اسم الباحث : زميت الخير .

نوع الدراسة : مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير .

سنة الدراسة : 2014 / 2015.

● المضمون :

- مشكلة الدراسة : تركزت اشكالية هذه الدراسة حول مدى مساهمة حاضنات الأعمال في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ، حيث تهدف هذه الدراسة إلى إظهار واقع حاضنات الأعمال في الجزائر و وظيفة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- منهج البحث : اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يقوم على وصف ماهو متعلق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وحاضنات الأعمال ، واستخدمت المنهج التحليلي الذي ساعد على التحليل الدقيق للبيانات بعد تنظيمها واستنباط التفسيرات والإستنتاجات .

- مجتمع البحث وعينة الدراسة وأدواتها : يتمثل مجتمع الدراسة من أربع حاضنات (برج بوعرييج، عنابة، وهران، غرداية) حيث تم الإعتماد على الإستبيان والمقابلة الشخصية والملاحظة كأدوات لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بموضوع الدراسة .

نتائج الدراسة تبينت في :

- أن حاضنات الأعمال في الجزائر تقدم معظم الخدمات المتعارف عليها إلا أن المشكل يبقى في نوعية الخدمة وجودتها من خلال المتابعة والمرافقة والإمكانات المادية والبشرية، وتعود قلة جودة الخدمات في بعض الأحيان لعدم وجود مرافقين مختصين على مستوى الحاضنة .

- حاضنات الأعمال تؤثر على المؤسسات المنتسبة من خلال الخدمات التي تقدمها .

الدراسة الرابعة :

● معلومات ببليوغرافية:

عنوان الدراسة : The rôle of business incubatore in facilitating the entrepreneurial Skills requirement of small and medium size entreprises in the cape metropolitan area south african

اسم الباحث : THOBEKANI LOSE

الدرجة العلمية : أطروحة ماجستير التكنولوجيا المالية والأعمال

السنة الجامعية : 2016 .

المضمون :

- مشكلة الدراسة : تركزت اشكالية الدراسة حول دور حاضنات الأعمال في تسهيل متطلبات مهارات ريادة الأعمال للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة الحجم في منطقة كيب جنوب افريقيا ، حيث تهدف الدراسة إلى تحديد الدور الذي تلعبه حاضنات الأعمال في تلبية متطلبات مهارات ريادة الأعمال لشركات الصغيرة والمتوسطة .
- منهج الدراسة : استخدمت المنهج الكمي والنوعي لتحليل البيانات بشكل رقمي لاكتساب معرفة وفهم متعمقين لدور حاضنات الأعمال في تطور الشركات الصغيرة والمتوسطة .
- مجتمع عينة الدراسة و أدواتها : يتمثل مجتمع الدراسة في جميع حاضنات الأعمال الموجودة في قاعدة البيانات احدى المنظمات التي تروج لاستراتيجيات وبرامج تنمية الشركات الصغيرة والمتوسطة في منطقة كيب متوبوليتان جميع الحاضنات تم تسجيلها في قاعدة بيانات منظمة محلية ، حيث تم سحب عينة تمثيلية من الشركات الصغيرة والمتوسطة المشاركة في برنامج الحاضنة وتم الاعتماد على الإستبيان و المقابلة وجه لوجه لجمع البيانات والمعلومات .
- نتائج الدراسة :
- أنّ حاضنات الأعمال تلعب دوراً كبيراً في تسهيل متطلبات مهارات ريادة الأعمال للشركات الصغيرة والمتوسطة في هيئة سوق المال.
- أنّ حاضنات الأعمال شملت مهارات تنظيم مشاريع المواؤد البشرية ، الإدارة المالية والتسويق والتخطيط الاستراتيجي والمهارات الفنية والشخصية والعلمية والإدارية .

الدراسة الخامسة:

● معلومات ببليوغرافية:

عنوان الدراسة : The rôle des incubateurs d'entreprises dans le développement économique et créativité dans les universités jordaniennes .

اسم الباحث : Bouriche sihem & Bouriche Ahmed .

مكان النشر : مقال منشور في مجلة اسلام للعلوم الإنسانية والإجتماعية المجلد 06 جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان .

السنة : 2022 .

المضمون :

- مشكلة الدراسة : تركزت اشكالية الدراسة حول دور حاضنات الأعمال في التنمية الإقتصادية والإبداع في الجامعات الأردنية ، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على دور حاضنات الأعمال في التنمية الإقتصادية و الإبداع في الجامعات الأردنية .

- منهج البحث : اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي .

- مجتمع وعينة الدراسة و أدواتها : يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعة مؤتة المسجلين في برنامج ريادة الأعمال حيث تمّ اختيار عينة عشوائية مكونة من 208 طالباً وتمّ الاعتماد على الإستبيان كأداة لجمع المعلومات والبيانات .

نتائج الدراسة :

- تصور واقع دور حاضنات الأعمال في التنمية الإقتصادية والإبداع في الجامعات الأردنية .

- أهمية دور حاضنات الأعمال في التنمية الإقتصادية والإبداع في الجامعات الأردنية .

الدراسة السادسة:

● معلومات ببليوغرافية:

عنوان الدّراسة : اضاءات حول دور حاضنات الأعمال الجامعية في تكوين ودعم المؤسسات الناشئة - دراسة حالة جامعة تيارت - .

اسم الباحث : عبد الجليل مرابط .

نوع الدراسة : مقال منشور في مجلة اسلام للعلوم الإنسانية والإجتماعية - المجلد 06 العدد 02 .

سنة الدراسة : 2022 .

● المضمون :

- مشكلة الدّراسة : تركزت اشكالية الدراسة حول دور حاضنات الأعمال الجامعية في دعم المؤسسات الناشئة، حيث تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية واضحة لحاضنات الأعمال ودور حاضنات الأعمال الجامعية في دعم و مرافقة المؤسسات الناشئة والمشاريع المبتكرة لطلاب الجامعات ونقل الأفكار الإبداعية من فكرة إلى مشروع قائم .
- منهج البحث : اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي وذلك بغرض الإلمام بالإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة و تحليل جوانبها .
- مجتمع البحث وعيّنته وأدواته : تمثلت في دراسة حالة حاضنة جامعة تيارت ، وتم الاستناد على المقابلة كأداة من أدوات جمع البيانات .
- التّائج المتحصّل عليها تبينت في :
- أن حاضنات الأعمال الجامعية رغم حداثتها لها دور كبير في مسار الطالب الحامل للمشاريع المقاولاتية والأفكار الإبداعية .
- تعمل الحاضنة الجامعية على ترويج المشروعات الريادية من خلال مختلف القنوات والحملات الدعائية ومواقع التواصل الإجتماعي .
- يعمل رؤساء الجامعات على تعزيز حاضناتهم من خلال تسهيل الخدمات الإدارية .

الدراسة السابعة :

● معلومات ببليوغرافية :

- عنوان الدّراسة : دور حاضنات الأعمال التقنية في تطوير المؤسسات الناشئة- دراسة عينة من حاضنات الأعمال التقنية الجزائرية- .
- اسم الباحث : بوجلال العطرة .
- نوع الدراسة : مقال منشور في مجلة الآفاق للدراسات الإقتصادية العدد الأول .
- سنة الدراسة : 2023 .

● المضمون :

- مشكلة الدّراسة: تركزت اشكالية هذه الدراسة حول دور حاضنات الأعمال في تطوير المؤسسات الناشئة الجزائرية حيث تهدف إلى التعرف على دور حاضنات الأعمال التقنية في تطوير المؤسسات الناشئة من خلال

هياكلها التقنية والمناخ الإستثماري الذي تنشط فيه و ابراز الآليات المستخدمة في تطوير المؤسسات الناشئة

- منهج البحث : اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي باعتباره المنهج الموافق لجمع وتحليل الحقائق النظرية المرتبطة بموضوع الدراسة .
- مجتمع وعينة الدراسة وأدواتها : يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين (مدراء ومسيرين) على مستوى حاضنات الأعمال الجزائرية سواء كانت عامة و خاصة فقد تم إعتقاد أسلوب العينة الميسرة غير احتمالية بحيث بلغ مجموعها 30 مستجوبا ، وتم الإستناد إلى أداة الإستبيان لجمع البيانات والمعلومات اللازمة والخاصة بموضوع الدراسة .
- التتائج المتحصّل عليها تبينت في :
- أن حاضنات الأعمال التقنية مشاريع مهمة جدا لدعم حاملي الأفكار و أصحاب المؤسسات الناشئة من خلال توفير منصة لتبادل الخبرات والمعارف الضرورية اللازمة لتطوير المؤسسات الناشئة.
- المؤسسات الناشئة وحدة اقتصادية لها أهمية كبيرة في ترقية الإقتصاد الوطني من خلال الرفع من مستوى الإنتاج وتنويعه و زيادة العائدات خارج قطاع المحروقات .

التعليق على دراسات المحور الأول :

جميع الدراسات اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي عدا الدراسة الأولى والرابعة اعتمدت المنهج الكمي والكيفي معاً ، أما أدوات جمع البيانات فجميع الدراسات اعتمدت على أداة الاستبيان ، وبعض الدراسات (الدراسة الأولى والدراسة الثالثة والدراسة الرابعة والسادسة) فاعتمدت أداة المقابلة ، كما أنّ أداة الملاحظة تم اعتمادها في الدراسة الثالثة ؛ وبالنسبة لعينة الدراسة فإنّ الدراسة الأولى والدراسة الثانية والدراسة الثالثة اعتمدت العينة القصدية أمّا الدراسة الرابعة اعتمدت العينة التمثيلية والدراسة الخامسة العينة العشوائية ، والدراسة السابعة العينة الميسرة .

وتدّل جميع نتائج هذه الدراسات على أهمية الحاضنات في تنمية الاقتصاد الوطني وابداع الشباب وهناك حاضنات عامة مثل حاضنة الأعمال الجامعية التي اعتمدها الدراسة السادسة وحاضنات خاصة وتعتبر هذه المنطلق لميدان دراستنا .

المحور الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي**الدراسة الأولى :**● **معلومات ببليوغرافية :**

عنوان الدراسة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر.

اسم الباحث: جمال كانون .

نوع الدراسة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص علم الاجتماع السياسي .

سنة الدراسة: 2016/ 2017.

● **المضمون :**

- مشكلة الدراسة: تركزت اشكالية الدراسة حول الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وتحسين أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر ، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها منظمات المجتمع المدني في الجزائر ، والوقوف على أهمية استغلالها من خلال خدماتها والتوصل إلى نتائج يمكن استثمارها من طرف الفاعلين الجمعيين .

- منهج البحث : اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لوصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا ، واعتمدت منهج المسح بالعينة لجمع البيانات اللازمة للموضوع .

- مجتمع البحث وعينة الدراسة و أدواتها : يتمثل مجتمع الدراسة في الجمعيات المعتمدة بولاية ورقلة والبالغ عددها 1924 جمعية وتم اختيار العينة القصدية لملائمتها وموافقها لأهداف البحث ، واعتمدت على الإستبيان كأداة رئيسية والملاحظة والمقابلة كإحدى أدوات المسح الاجتماعي لجمع البيانات .

النتائج المتحصل عليها تبينت في :

- أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورا هاما في دعم وتحسين أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر .

- أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في ترقية الطابع التعاوني وخاصة في مجالات التضامن والتعاون والمشاريع الخيرية والتحسيسية .

الدراسة الثانية :● **معلومات ببليوغرافية :**

عنوان الدراسة : أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على كفاءة الإعلانات الإلكترونية في مؤسسات

تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة في مدينة عمان .

اسم الباحث : عدي عايد الخبايية .

نوع الدراسة : ورقة بحثية منشورة في مؤتة للبحوث والدراسات ، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد ثمانية وثلاثون ، كلية عمان الجامعية للعلوم الآلية الإدارية .
سنة الدراسة : 2023.

● المضمون :

- مشكلة الدراسة : تركزت اشكالية الدراسة حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في رفع كفاءة الإعلان الإلكتروني في مؤسسات التمويل الحكومية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في عاصمة عمان ، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مؤسسات التمويل الحكومية واستقصاء أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على كفاءة الإعلان الإلكتروني في مؤسسات التمويل الحكومية .
- منهج البحث : اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج الاستدلالي .
- مجتمع البحث وعينة الدراسة و أدواتها : يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين في الإدارات: العليا ، الوسطى والدنيا في مؤسسات التمويل الحكومية للمشاريع المتوسطة والبالغ عددهم 745 عاملاً ، حيث تم سحب عينة عشوائية بسيطة مناسبة وممثلة لمجتمع الدراسة ، وتم اختيار الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات .
- النتائج المتحصل عليها تبينت في :
- أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مؤسسات التمويل الحكومية جاءت بدرجة مرتفعة .
- وجود أثر معنوي لاستخدام موقع غوغل بالمرتبة الأولى من قبل المبحوثين .

التعليق على دراسات المحور الثاني :

اعتمدت الدراسة الأولى على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج المسح بالعينة و أداة الملاحظة و المقابلة واختيار العينة القصدية ، أمّا الدراسة الثانية فقد اعتمدت على المنهج الوصفي الاستدلالي وعلى أداة الاستبيان واختارت العينة العشوائية البسيطة .
وتدل جميع نتائج هذه الدراسات على أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات ومن هذا المنطلق سنحاول الكشف عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مؤسستنا .

6- تحديد مفاهيم الدراسة :

تحديد المفاهيم خطوة هامة في البحث العلمي، فهي تساعد على إزالة اللبس والغموض عن موضوع البحث من خلال التفصيل في تعريف المفاهيم الأساسية التي يركز عليها الموضوع محل الدراسة، وهي كالاتي: الحاضنة، المؤسسات الناشئة، المكانة، الدعم، مواقع التواصل الإجتماعي .

● -الحاضنة:

- لغة: (ج) حواضن، الحاضنة هي التي تقوم مقام الأم في تربية الولد بعد وفاتها . (بن هادية و البليش، 1991، صفحة 421)

- اصطلاحا: هي مجموعة من آليات الدعم لأصحاب المشاريع من أجل العمل على تعجيل النمو والتطور في فترة الإنطلاق من خلال تقديم حزمة من الخدمات والموارد . (بوجلال، 2023، صفحة 17)

وتعرف الجمعية الوطنية الأمريكية NBIA حاضنات الأعمال على أنها: عملية دعم الأعمال التجارية عن طريق توفير إدارة التوجيه والمساعدات التقنية والإستشارات المصممة لتزايد الشركات الناشئة ، وتوفير إمكانية الوصول إلى العملاء، وتأجير مساحة مناسبة ومرنة وعقود الإيجار وخدمات الأعمال التجارية المشتركة ، ومعدات الدعم التكنولوجي الأساسية، والخدمات المساعدة في الحصول على التمويل اللازم لنمو الشركة . (زبير و بوضياف، 2020، صفحة 88)

تعريف المشرع الجزائري لحاضنات الأعمال : عرف المشرع الجزائري " المحاضن والمتمثلة في المشاتل وهذه الأخيرة تم انشاؤها لتتكفل بمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعمها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03- 78 المؤرخ في 25 فبراير 2003 المتضمن القانون الأساسي لمشاتل المؤسسات ، وهي مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلالية المالية تعمل في إطار سياسة ترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة . (سويقي، 2021، صفحة 07)

التعريف الإحرائي للحاضنة innoest company : هي مؤسسة تقوم بدعم ومساعدة رواد الأعمال والمؤسسات الناشئة في تطوير أفكارهم وتحويلها إلى مشاريع عمل ناجحة . تقدم حاضنة الأعمال خدمات مثل : التمويل، المشورة الإستراتيجية، التسويق والترويج، ودعم التقنية .

● المؤسسة الناشئة:- المؤسسة:

لغة: حسب قاموس المعجم المدرسي للطلاب المؤسسة: ج . مؤسسات ، معهد أو شركة أو جمعية أسست لعمل ما ، المؤسسة التجارية أو الخيرية أو التجارية . (نصري حويس، 2005، صفحة 609)

اصطلاحاً : هي وحدة أو منظمة تتبع نظاماً اقتصادياً تمارس من خلاله نشاط إنتاجي سلعي أو خدمي ، بغية تحقيق أهدافها ، وللمؤسسة أنواع عدة ، يتماشى كل منها مع طبيعة أهدافها ، وفق إطار قانوني مرتبط بنشاطها ، وللمؤسسة استقلالية مالية تؤهلها لممارسة نشاطها ضمن بيئة داخلية وأخرى خارجية وفي زمان محدد . (محيريق بن الجيلاني، 2020، صفحة 25)

الناشئة : ج . نواشئ من تجاوز سن الصغر ، أول النهار أول سامات الليل . (نصري حويس، 2005، صفحة 684)

المؤسسة الناشئة اصطلاحاً : بدأ استخدام مصطلح المؤسسة الناشئة بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، والتي تعني أنها المؤسسات الشابّة والمبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة ، أما من الناحية العلمية فالباحث reis erice يعرفها بأنها تلك المؤسسات التي تهدف إلى تطوير وتوزيع منتج جديد في ظل درجة عليا من حالة عدم التأكد يظهر أن المؤسسات الناشئة هي عبارة عن مؤسسات جديدة النشأة تقوم على الابتكار، وتهدف إلى تحقيق النمو والتوسع وتحتاج إلى التمويل لإمكانية تحقيق أهدافها المرجوة . (بوجلان، 2023، صفحة 18)

تعريف المشرع الجزائري المؤسسات الناشئة : من المتعارف عليه أن المشرع لا يخوض عادة في تقديم تعريفات للمصطلحات القانونية وليس من شأنه القيام بذلك تاركاً للفقهاء أو المختصين في المجال تولي التعريف المناسب للمؤسسات الناشئة ، ورغم ذلك سعى المشرع الجزائري لتعريف المؤسسة الناشئة أو المبتكرة في مضمون المادة 06 من القانون 15-21 المتضمن القانون التوجيهي حول البحث العلمي والتطوير التكنولوجي على النحو التالي : " هي المؤسسة التي تتكفل بتجسيد مشاريع البحث الأساسي أو التطبيقي أو التي تقوم بأنشطة البحث والتطوير". (بن عبد الرحمان، 2023، صفحة 614)

المؤسسة الناشئة اجرائياً: هي شركة صغيرة أو مشروع يقوم على فكرة جديدة أو مبتكرة، وتهدف إلى تحقيق نجاح اقتصادي ، تتميز المؤسسة الناشئة بقدرتها على التكيف والابتكار ، وتعتبر محركاً رئيسياً للتنمية الاقتصادية في المحيط الذي تنشط فيه ومدى تأثيرها على الإقتصاد في القطاع الذي تعمل فيه وتتأثر مكانتها بعوامل مثل : حجم السوق ، المنافسة ، التكنولوجيا والسياسات التنظيمية والضريرية.

● **الدعم:**

لغة : دعم، دعماً : أعان ، ساند ، أسند ، قوّ . (نصري حويس، 2005، صفحة 302)

اصطلاحاً : وهو تقديم النصيحة والتوجيه والإقتراحات والمعلومات المفيدة للشخص وهذا النوع من المعلومات من شأنه أن يساعد الآخرين في حل مشاكلهم . (العلي، 2015، صفحة 174)

● المكانة:

لغة: ج . مكانات ، المنزل ، الطبقة ، المقام ، المرتبة . (نصري حويس ، 2005 ، صفحة 660)

اصطلاحاً: هي ترتيب دور ووظيفة الفرد أو الكائن الحي ضمن جماعة لها بنية محددة ، إن دافع السعي لتحقيق المكانة الأفضل والأعلى له أسس بيولوجية ، و أسس اجتماعية ، وهو غريزة موروثة وهي الوجهة الإجتماعية Stand.STATUS بالألمانية يأخذ تحقيق المكانة أهمية كبيرة لدى الأفراد وذلك لصعوبة تحقيقها و كذلك تغييرها ، والخبرة في مجال العلاقات العامة هي التي تأهلت لامتلاك المهارات في بدأ التعامل مع الآخرين ، وتحقيق المكانة العالية وهذا مع وجود الإمكانيات والقدرات اللازمة ، والحصول على المكانة له تأثيراته ونتائجها الواقعية العامة فهو يقرر آلية ومنهج العلاقات والأفضلية بين الأفراد و بين الجماعات فعندما ينتهي تصنيف وتنظيم المكانات يصبح تغييرها أو تعديلها صعباً لأنه لا بد من انتظام العلاقات لتسير الأمور بشكل أفضل .

والرابع سوف يقاوم التغيير ، أما الخاسر فهو يسعى إلى التغيير ، وتبقى قوى السلام موجودة ولكن في حدها الأدنى ، إلى أن تحدث مستجدات وقوى تستدعي تغيير المكانات . (بن عروس ، 2021 ، صفحة 564)

وتعرف كذلك بأنها : المكان أو الموضع الذي يشغله الشخص في سلم التأثير داخل نسق اجتماعي معين و كمصطلح كانت المكانة في الماضي تمثل مصطلحاً قانونياً أساسياً يدل على مجموعة من الحقوق والواجبات ، وهناك بعض المكانات التي مازالت شائعة في القانون مثل : مالك الأرض ، والراهن والمرتهن (أي الشخص الذي يرهن عنده العقار) ، والحارس ، والموصى ، بعد ذلك بدأ هذا المصطلح يستخدم على نطاق واسع للدلالة على أي نوع من الأوضاع الإجتماعية . (الجوهري ، 2008 ، صفحة 44)

دعم المكانة اجرائياً: يعني توفير الدعم اللازم للفرد أو المؤسسة لتحقيق مكانتهم الاجتماعية أو المهنية ، يمكن أن يشمل هذا الدعم توفير الارشاد والتوجيه وتقديم الدورات وورش العمل وتوفير الموارد المالية لتحقيق أهداف معينة ، وكذلك توفير الدعم النفسي والعاطفي للأفراد الذين يحتاجون إليه. ويعتبر دعم المكانة أمراً هاماً لمساعدة الأفراد على تحقيق أهدافهم وتطوير مهاراتهم وقدراتهم .

● مواقع:

لغة: الموقع هو مكان الوقوع (ج) مواقع- ومواقع القتال : مواضعه- مواقع القطر : مساقطه ، وفي الحديث الشريف يوشك أن يكون خير مال المسلم غنماً، يتبع بها شغف الجبال ، ومواقع القطر ، يفر بدينه من الفتن . (بن هادية و البليش ، 1991 ، صفحة 1170)

● تواصل:

لغة: يتواصل ، تواملا الرجلان : واصل أحدهما الآخر ، ضد تهاجرا وتقاطعا . (بن هادية و البليش ، 1991 ،
صفحة 228)

● اجتماعي:

لغة: الإجتماعي هو الرجل الكثير المخالطة للناس . (بن هادية و البليش ، 1991 ، صفحة 14)

مواقع التواصل الاجتماعي :

اصطلاحاً : هي مواقع الكترونية اجتماعية على الإنترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل ،
التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي .

وتعرف أيضاً بأنها : شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان
من العالم ، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور
وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم . (حجازي ابراهيم ، 2017 ، صفحة 40)

وتعرف كذلك بأنها : عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس ، وتسمح
بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة ، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في
نفس المصالح ، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية Virtual Communities ، حيث
يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية . (العوض و وداعة الله ، 2020 ،
صفحة 21)

مواقع التواصل الاجتماعي

إحرائياً : هي منصات عبر الإنترنت تهدف إلى تسهيل التواصل وتبادل المعلومات والآراء بين المستخدمين .
وتشمل مثل هذه المنصات مواقع مثل فيسبوك ، تويتر ، انستغرام ، لينكدإن ، وغيرها .

ثانياً : المقاربة النظرية للدراسة

في إطار الدراسات الخاصة باستخدام وسائل الإعلام والتعرض إليها من مختلف الفئات ، ركزت هذه الدراسات على الأسباب الخاصة بهذا التعرض في محاولة للربط بين هذه الأسباب والإستخدام ، مع تصنيف الإستخدام في فئات تشير إلى شدّته أو كثافته .

وتمّ صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين ، و أصبحت رغبة الفرد في اشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام ومحتواها ومدى ما يحققه هذا التعرض من اشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها .

ومن هنا كانت صياغة هذه البحوث في إطار مدخل عام أطلق عليه مدخل الإستخدامات والإشباعات Uses and Gratification Approach ، توسع البحث في إطاره في السبعينات للوصول إلى نموذج أو نظرية للعلاقة بين الإستخدام والإشباع .

وكما يرى دينيس ماكويل أنه كانت هناك ضرورات بدراسة هذه العلاقة أهمها :صياغة الفروض الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام بجانب مناقشة مفهوم تذوق الإعلام ، وبذلك قدم هذا المدخل بدائل لدراسة العلاقة بين محتوى الإعلام والمتلقين ، وتم تقسيم المحتوى في إطار الوظائف بدلا من مستوى التذوق .

ولأن هذا المدخل يقوم أساساً على تصوّر الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، فإنّ كل البحوث و الدراسات التي تمت في هذا المجال كانت تقوم على اختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الدوافع والحاجات ، وبين تعرّض الفرد وكثافة هذا التعرض ، بناء على إطار نظري أساسه التحليل الوظيفي Functional Analysis من جانب ونظريات الدوافع Motives من جانب آخر.

وفي معظم البحوث كانت دراسة الأسباب أحد الجوانب البحثية في الكشف عن هذه العلاقة منذ دراسة هيرتا هيرزج في عام 1944 التي استهدفت الكشف عن اشباعات مستمع " المسلسلات اليومية من خلال اختيار متعمق " ، وتوصلت إلى تصنيف هذه الإشباعات إلى اشباعات عاطفية ، تهتم بتحرير العواطف و الأحاسيس بالإضافة إلى أنها أحد أشكال المتعة ، بجانب تقديمها النصيحة للقارئ ، ووجدت أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها .

وكذلك دراسة بيرلسون التي أجراها عام 1945 عندما توقفت ثماني صحف عن الصدور لمدة تزيد عن أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع في نيويورك كان سؤاله عما افتقده القراء في هذه الفترة ، وما يعنيه اختفاء الصحف بالنسبة للقراء ، ووجد أن الصحف تقوم بعدة أدوار ، تعتبر السبب في ارتباط الأفراد بها ،

من هذه الأدوار أنها تقدّم المعلومات العامة أو التفسيرات حول الشؤون العامة ، و أنها ضرورية في نظام الحياة اليومية لكونها مصدراً اعلانياً، وتقدم المعلومات الأخرى المالية والطقس ، تساعد على الهروب من عالمهم اليومي ، تساعد على الظهور بالمركز الاجتماعي الذي تجسده المعرفة بالأمر ، بالإضافة إلى أنها أداة للتوصيل الاجتماعي .

ولاحظ وولف وفيسك Wolf and Fiske في عام 1949 أن هناك ثلاث وظائف لكوميديا الأطفال وهي وظيفة التجول في العالم الغريب أو الخيالي ، تقديم صورة البطل الذي لا يقهر، تقديم المعلومات حول العالم الحقيقي ، و أفترض كاتز في عام 1959 أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم و دورهم الاجتماعي تسيطر على عملية التعرض ، وتوجه الناس إلى ما يرونه أو يشاهدونه ، ووجد ماكويل McQuail في استعداده للعديد من هذه الدراسات ، أن هناك قدراً من الإتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة و مستويات التعرض و الإشباع في استخدام وسائل الإعلام يظهر عند الأفراد فيما تحقّقه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الاجتماعية و النفسية للأفراد مثل اكتساب الأخبار و المعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد ، الإستعداد المسبق للهروب إلى عالم الخيال، و الإندماج مع الأبطال و البطولة في أحوال القلق و العزلة و الإضطرابات و المتاعب الشخصية ، و كذلك دعم السلوك و الإتجاهات ، زيادة تقدير الذات ثم قيام وسائل الإعلام في المساعدة على التفاعل الاجتماعي و دعم الألفة مع البيئة، ويضيف ماكويل أن الدراسات قادت إلى تفسير سلوك وسائل الإعلام لتلبية الحاجات القائمة و المتوقعة، وذلك بالإضافة إلى العديد من البحوث الأخرى التي كانت تحاول البحث في أسباب التعرض ، أو أهمية وسائل الإعلام و محتواها بالنسبة للفرد بتأثير مدخل التحليل الوظيفي من جانب أو نظريات الدوافع من جانب آخر. (عبد الحميد، 1997، الصفحات 271-273)

1- تقديم النظرية

مفهوم النظرية :

نشأ مفهوم الإستخدامات و الإشباع في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الإتصال مع جمهور المتلقين ويعرف بأنه دراسة جمهور وسائل الإتصال الذين يتعرضون بدوافع معيّنة لإشباع حاجات فردية معيّنة .

ويعرفه كلا من إياهو كاتز وبلومر HKatz & J.G Blumer مدخل الإستخدامات و الإشباع بأنه " استراتيجية بحثية يمكنها أن تمدنا ببناء هيكل لفروض متنوعة حول ظاهرة اتصالية معيّنة ، و يعد المدخل أرضية خصبة

لإقتراحات الفروض المتعلقة بتوجهات الجمهور التي تنشأ عن أكثر من نظرية سيكولوجية". (الدليمي، 2016، صفحة 254)

2- بعض المفاهيم المتعلقة بالنظرية:

- الدافع: هو طاقة كامنة في الكائن الحي، جسمية ونفسية تحدد له أهداف سلوكه لإشباع الحاجة، مما يؤدي إلى البحث عن حافز أو باعث أو مشبع.
- الحاجة: هي حالة من النقص والعوز والإقتصار تقترن بنوع من التوتر والضييق، الذي يزول متى قضيت الحاجة وزال النقص. (قائد أحمد، 2017، صفحة 4,5)
- الإستخدام: يعرف الإستخدام على أنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع ذلك بفضل التكرار و القدم كما يجب التفريق بين الإستخدام والإستعمال: كون الإستعمال قد يتحول إلى استخدام في حال إذا تكرر الفعل، وقد يشير الإستخدام إلى الممارسات و إلى السلوكيات و العادات و الإتجاهات كما تعرف كلمة استخدام عدة تضاربات في المفهوم كونها تعرف نوع من الغموض والملاسات خاصة عند دمج كلمة الإستخدام مع مفهوم التكنولوجيا، ذلك لأن دخول تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في الحياة الإجتماعية للفرد فرض نوع من السلوكيات و العادات الجديدة حوّلت المستخدم إلى مستهلك يحكمه قانون العرض والطلب عن طريق العولمة التي شملت كل المجالات بما فيها الهوية الشخصية و الإجتماعية للأفراد.
- الإشباع: يعتبر الإشباع نوع من الرضى الذي يحقق عند بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما. (رايس علي، 2016، صفحة 3)

3- نشأة وتطور نظرية الإستخدامات والإشباعات

تعد هيرتا هيرزوج " Herta Herzog " أول من قام بدراسة استخدام ربات البيوت براديو في دراسة عام 1944 بعنوان: دوافع و إشباعات ربات الإستماع للمسلسلات الصباحية في الإذاعة المسموعة، حيث حاولت التعرف على إشباعات ربات البيوت من الإستماع للراديو، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن هذه الإشباعات تتمثل في ثلاث فئات رئيسية هي: التحرر العاطفي، إثارة الخيال، و الحصول على المعلومات.

و بدأت محاولات تطوير بحوث الإستخدامات و الإشباعات من دراسة (Macquail&Blume.1969) للإنتخابات العامة البريطانية، وكان الهدف الرئيسي لها هو التعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة أفراد معينة من الإرسال، وتطور المفهوم من خلال دراسة (Macquail&Blumer) حول البرامج السياسية كمصدر للمعلومات حول الأمور السياسية ومانوع القنوات السياسية التي يريدونها المشاهد، واقترح بتقسيم المشاهدين تبعاً لدوافع المشاهدة.

ويعد مدخل الإستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية أو تحولاً للرؤية Shift of focus في مجال الدراسات الإعلامية ، حيث تحوّل الإنتباه من الإهتمام بدوافع المرسل أو الرسالة الإعلامية إلى الإهتمام بدوافع الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة ، كما ألقى الضوء على ماهية الوظائف التي يمكن أن تؤديها وسائل الإعلام لخدمة الجمهور المستقبل ، وبذلك انتفى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية والذي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية (The Bullet Theory) والتي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقاً للآلية البيولوجية الموروثة ونتيجة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريباً بين كائن و آخر حيث تكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة ، خاصة مع الإعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقاً للتعود وليس لأسباب منطقية لكن مدخل الإستخدامات والإشباعات له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الإجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام .

ويعد إيلياهو كاتز Katz Elihu أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الإستخدامات والإشباعات ، عندما كتب مقالاً عن هذا المدخل عام 1959 رداً على إدعاء قام به الباحث " برنارد بيرلسون Bernard Berelson " ذكر فيه بأن مجال البحث في الدراسات الإعلامية قد أوشك على الإنتهاء ، فقد أوضح "كاتز" في مقاله بأن مجال البحث فيما يتعلق بدراسة وسائل الإعلام كوسائل إقناعية ودعائية قد انتهى بالفعل ، مشيراً إلى أن معظم الأبحاث في ذلك الوقت كانت تهدف إلى معرفة تأثير الحملات الدعائية على الجمهور أو ماذا تفعل وسائل الإعلام للجمهور ، وبأنه ينبغي على الباحثين إنقاذ مجال الدراسات الإعلامية وذلك عن طريق تحويل السؤال إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام وماهي الحاجات التي يسعى إلى تحقيقها من هذه الوسائل . ومن هنا فقد ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام من الإجابة على سؤال (ماذا) إلى الإجابة على سؤال (لماذا) ، وذلك للتعرف على أسباب تعرّض الجمهور لوسائل الإعلام وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة ، كما أنّها تحاول التعرف على الإشباعات التي يحققها التعرض لوسائل الإعلام بالنسبة للجمهور ، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الإعلاميين بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى مايفعله الجمهور في الرسالة .

ولهذا فقد أصبح على الإعلاميين جهداً مضاعفاً وهو التعرف على اتجاهات و أذواق المشاهدين ، ولذلك تحاول النظرية الربط بين حاجات ورغبات الجمهور ورغبات واحتياجات الإعلامي . وقد تطوّر المدخل عام 1974 عندما قدّم بشكل متكامل بواسطة كاتز وبلومر وجورفيتش Katz, Blumer and Gurevitch وبذلك تطوّر المدخل بجهودهم البحثية وانتشر إلى أنحاء العالم .

ولقد مرّ مدخل الإستخدامات والإشباعات بثلاث مراحل متميزة في تطوره يمكن تقسيمها زمنياً كالآتي :

مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية) : اهتمت هذه المرحلة بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإتصال وذلك فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الإتصال ، وقد امتدت هذه المرحلة خلال عصري الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي .

مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية): وهي مرحلة ذات توجه ميداني، حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والتي تؤدي إلى نمط من استخدامات وسائل الإعلام وكان أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه، وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينيات من القرن الماضي .

مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية): وكان التركيز فيها على الإشباع المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الإتصال ، وتمّ إعداد قوائم الإستخدامات والإشباع ، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينات من القرن الماضي حتى الآن .

وخلال هذه المرحلة قام بعض علماء الإتصال بالعمل على توسيع المسارات النظرية Theoretical Trajectories المأخوذة من الدراسات الأولى لوسائل الإعلام و إعادة غريبتها "Refine"، حيث برز تطوران أساسيان أسهما في مولد ما أصبح يعرف بعد ذلك بـ "الإستخدامات و الإشباع".

التطور الأول: ويشير إلى تقسيم علاقات الجمهور مع "وسائل الإعلام"، إلى مجموعة من المفاهيم التي أدت إلى خلق مجموعة من نماذج "Typologies" الإشباع التي يمكن لهذه الوسائل المساعدة في تحقيقها .
التطور الثاني: ويشير إلى المحاولات الرامية التي تهدف إلى شرح كيف يستخدم الجمهور " وسائل الإعلام" لإشباع احتياجاتهم الإنسانية .

كذلك اهتمت الدراسات في هذه المرحلة بالأصول النفسية و الإجتماعية للحاجات التي تولد توقعات معينة من وسائل الإعلام ، والمصادر الأخرى ، مما يؤدي إلى أنماط مختلفة ، ثم التعرض لوسائل الإعلام أو الإشتراك في نشاطات أخرى ينتج عنها إشباع الحاجات وبعض النتائج الأخرى غير المقصودة ، ويتم ذلك في إطار الخصائص الفردية و الإطار الإجتماعي للفرد .

كما يمكن أيضاً تقسيم بحوث مدخل الإستخدامات والإشباع وإلى قسمين هما :

البحوث التقليدية Classical Research : وهي الدراسات التي أجريت خلال عقد الأربعينات من القرن الماضي بواسطة " مكتب البحوث الإجتماعية التطبيقية The Bureau of applied social Research في نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية ، والتي أدت إلى تحديد دوافع أفراد الجمهور للإستماع إلى مسلسلات الراديو وبرامج المسابقات مثل دراسة لازار سفيلد، ستانتون (lazarsfeld and Stanton.1944) والفكرة التي كانت تقوم عليها هذه الدراسات هي : التعرف على أسباب الإعجاب بوسائل الإتصال أو بمضامين معينة .

البحوث الحديثة Modern Research : وتتمثل في الإبتعاد عن ظل أبحاث التأثير ، حيث بدأت دراسة الجمهور خلال عقد الستينات وبدراسة عقد السبعينات من القرن الماضي بالتركيز على اختيارات أفراد الجمهور والعمليات الإنتقائية التي يقومون بها و ردود أفعالهم و استجاباتهم لمضمون وسائل الإعلام . (الدليبي، 2016، الصفحات 250-254).

4- فروض النظرية :

يبني مدخل الإستخدامات و الإشباعات على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الإتصال ، و التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية و نفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الإتصال ، فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الإتصال ، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعات لهذه الحاجات ، وقد تنجح وسائل الإتصال في تحقيق هذه الإشباعات ، وقد لا تنجح في ذلك .

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام ، يمكن تلخيصها فيما يلي (الحاج، 2020، صفحة 94) :

- أن السلوك الإتصالي سلوك هادف Porpositive وذو دوافع Motivated ، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل .
- يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء و استخدام وسائل الإتصال لإشباع حاجاتهم و رغباتهم الشخصية ، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لإحتياجاتهم الأساسية ، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم و يلبى رغباتهم ، كالبحت عن المعلومات لحل مشكلة ما .
- يتأثر السلوك الإتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الإجتماعية و النفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة و جمهورها ، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح أو الفلتر لإستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام .
- قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البناء الإجتماعي و السياسي و الثقافي و الإقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى ، ومن ثم يمكن الإستدلال على المعايير الإجتماعية و الثقافية السائدة في مجتمع ما ، من خلال استخدام أفراد وسائل الإعلام .
- تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الإتصال الأخرى على عمليات الإنتباه و الإنتقاء و الإستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته و رغباته ، فهناك علاقة مؤكدة بين الإتصال الشخصي و الجماهيري، حيث أن الطريقة التي تلي بها وسائل الإعلام الإحتياجات تختلف من فرد لآخر باختلاف الظروف الإجتماعية و النفسية المحيطة بكل فرد .

5- أهداف النظرية:

ويقدم كاتز وزملاؤه تصوراً عن نظرية الاستخدامات والاشباعات من خلال تحديد الأهداف التالية (الحاج، 2020، صفحة 93):

- محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الإتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
 - الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الإستخدام و أنماط التعرض و الإشباعات .
 - تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الإتصال و التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .
 - التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري .
 - معرفة دور العوامل الوسيطة و تأثيرها في الإستخدامات و الإشباعات .
- واتخاذ نظرية الإستخدامات والإشباعات مدخلا للدراسة التي بين أيدينا يرجع إلى الهدف الأساسي الذي تسعى إليه و المتمثل في الكشف عن كيفية استخدام حاضنة Innoest company مواقع التواصل الإجتماعي ، كما أن منطلقات هذا المدخل (المقرب) النظري سيساعدنا على معرفة الدوافع و الحاجات التي تسعى الحاضنة (محل الدراسة) إشباعها من خلال استخدام مواقع التواصل الإجتماعي .
- من جهة أخرى فتركيز موضوعنا على مواقع التواصل الإجتماعي بإعتباره فضاء تفاعلي غير محدود يعزز الفكرة التي تقول بها النظرية بخصوص نشاط جمهور المتلقين .
- واعتماداً على مرتكزات النظرية (المدخل النظري) سنتمكن من معرفة التوصل إلى نتائج استخدام مجال دراستنا – حاضنة Innoest company – والإشباعات المحققة من ذلك للحفاظ على مكانة المؤسسات الناشئة و دعمها في البيئة التي تنشط فيها و التغلب على العراقيل التي تواجهها .

ثالثاً: الإجراءات المنهجية :

01 – منهج الدراسة :

توجد العديد من مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية والإجتماعية ، وتختلف هذه المناهج باختلاف طبيعة الدراسة والهدف منها.

وكما يقول محمد عبد الحميد في كتابه البحث العلمي في الدراسات الإعلامية " المنهج هو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة و هو أداة اختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحققها . (عبد الحميد، 2000، صفحة 15) ومن أجل الإجابة

على إشكالية الدراسة تم إتباع المناهج التي تتناسب مع طبيعة و أهداف الدراسة وهي المنهج الوصفي ومنهج دراسة حالة .

- المنهج الوصفي : الذي يعرّف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد ، أو فترة من فترات زمنية معلومة ، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة ، ويعد المنهج الوصفي أكثر المناهج ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره واستخلاص سماته . (البياتي، 2018، صفحة 93)

ونظراً لطبيعة الدراسة المتعلقة بموضوعنا اعتمدنا على المنهج الوصفي لأنه يساعد في فهم تفاصيل وميزات حاضنة المؤسسات الناشئة innoest company وكيفية استفادة المؤسسات الناشئة منها في تعزيز مكانتها باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يتيح لنا تقديم صورة شاملة ودقيقة حول كيفية عمل الحاضنة والخدمات التي تقدمها للشركات الناشئة، بما في ذلك استراتيجيات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في دعم تواجدها الرقمي ونجاحها في السوق ، كما يمكن أيضاً تسليط الضوء على التحديات والفرص التي تواجه الحاضنة محل الدراسة عند استخدام مواقع التواصل كأداة لدعم مكانة المؤسسات الناشئة .

- منهج دراسة الحالة :

كما اعتمدنا أيضاً على منهج دراسة حالة الذي يعرّف بأنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأنه وحدة، سواء كانت فرداً أو مؤسسة أو نظاماً اجتماعياً، وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة حالة معينة من تدرج الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرّت بها وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها عن الوحدات المشابهة . (بوحوش و الذنبيات، 2007، صفحة 130)

ولحدثة ظهور فكرة حاضنات الأعمال في العالم ونتيجة للنجاح الكبير الملموس الذي حققته في دعم مكانة المؤسسات الناشئة القائمة على الأفكار والمبادرات التكنولوجية المميزة خصوصاً في الدول المتقدمة فقد ارتأت الجزائر أن تأخذ أيضاً بهذا المفهوم الجديد سعياً منها إلى تنمية ثقافة العمل الحر الذي يمثل أهمية قصوى في ظل الظروف الحالية، وفي هذا الإطار سعت الجزائر لإنشاء وإقامة حاضنات الأعمال في مختلف الولايات ونظراً لمحدوديتها عبر تراب الوطن اعتمدنا في دراستنا على حاضنة innoest company على أنها المؤسسة الأولى و الوحيدة الموجودة في ولاية تبسة.

2- أدوات جمع البيانات

يحتاج الباحث خلال رحلة بحثه إلى أدوات مساعدة لإتمامه على أحسن صورة ، لذلك تتعدد الأساليب التي تستخدم في جمع البيانات اللازمة للتعامل مع مشكلة بحثية ومن الأساليب التي ارتأينا توظيفها في دراستنا الملاحظة الميدانية ، المقابلة بنوعها (المقننة وغير المقننة) .

حيث يعتبر أسلوب الملاحظة أحد الأساليب الأولية لجمع البيانات في السلوك الإنساني بصفة عامة والإتصالي بصفة خاصة ، ويقدم البعد الكيفي في وصف السلوك ولا تهتم الملاحظة بالإجابة على الأسئلة ، من ...؟ وماذا...؟ ولماذا...؟ الذي يمكن أن تجيب عليه أساليب الإستقصاء والمقابلة ، وتهتم بالسؤال

كيف...؟ فتقدم تفسيراً للظواهرات في بعدها الكيفي . (عبد الحميد، 2000، صفحة 405)

وقد ارتأينا استخدام الملاحظة كأداة أولى لجمع البيانات ، انطلاقاً من المرحلة الإستطلاعية ، وصولاً إلى صياغة النتائج ، كما ساعدتنا على التعرف على ميدان الدراسة وتوضيح معالمه ، من جهة ، ومن جهة أخرى كان لها دور كبير في اقتصار المسافات بيننا (أصحاب البحث والحالة محل دراستنا حاضنة innoest company) ، بجميع مكوناتها وهو مايسهل لنا عملية الحصول على المعلومات اللازمة للكشف عن كيفية استخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي لتحقيق أهدافها .

وتعتبر المقابلة من الأدوات الرئيسية لجمع البيانات والمعلومات في دراسة الأفراد والجماعات الإنسانية، كما أنها تعد من أكثر وسائل جمع المعلومات شيوعاً وفاعلية في الحصول على البيانات الضرورية لأي بحث، والمقابلة ليست بسيطة بل مسألة فنية . (بوحوش و الذنبيات، 2007، صفحة 75)

و المقابلة غير المقننة ويطلق عليها المقابلة غير الموجهة Non-Directive ويتميز هذا النوع من المقابلات بالمرونة في إدارة المقابلة وتوجيه الأسئلة والحديث في إطار الخطوط والأهداف العامة ولتنظيم المقابلة، كما يترك الحرية للمبحوث في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته، بحرية كاملة تعكس شخصيته، وتجعلهم لا يشعرون بمناخ أو قيود المقابلة. (عبد الحميد، 2000، صفحة 396)

حتى تتمكن من الفهم الأعمق للحالة محل دراستنا ، مهامها ، و آليات عملها والكشف عن كيفية استغلالها لخلق فضاء يتيح لرواد الأعمال و المهتمين تبادل أفكارهم و خبراتهم بمجال تطوير المشاريع المبتكرة .

3- حدود الدراسة: تبرز حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود المكانية: حاضرة - INNOEST COMPANY - TEBESSA

الحدود الزمنية: تمت هذه الدراسة من خلال المعطيات المتاحة حول حاضرة INNOEST COMPANY

والإحصائيات المتعلقة بها خلال السنة الجامعية 2023 / 2024.



الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها

في المؤسسة



الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في المؤسسة

تمهيد

أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

- 1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- خصائص وسمات مواقع التواصل الاجتماعي
- 3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- 4- وظائف وأهداف مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
- 6- واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم والجزائر

ثانياً: ماهية المؤسسة

- 1- أنواع المؤسسة
- 2- تصنيفات المؤسسة
- 3- خصائص المؤسسة
- 4- وظائف وأهداف المؤسسة
- 5- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة
- 6- ضرورة تبني المؤسسة مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

تمهيد

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة فعالة للمؤسسات للتواصل مع جمهورها والترويج لخدماتها ومنتجاتها بحيث تتميز هذه المواقع بسهولة الاستخدام وامكانية التفاعل المباشر مع المتابعين وسرعة الوصول إليهم وتساعد على بناء العلاقات مع الجمهور وتعزيز الثقة بينهم حيث يمكن للمؤسسة التواصل معهم بشكل سريع لفهم اهتماماتهم واحتياجاتهم وتحسين خدماتها .

أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي1- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

إن ظهور مواقع التواصل وقَرّ نقلة تاريخية في مجال التواصل البشري ، وأسهم في نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة حيث أعطت مواقع التواصل وشبكاتته المستخدمين فرص كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود وبلا رقابة ، وعليه فإنّ نشأة تلك المواقع والشبكات قد مرت بمراحل متعددة نوضحها كما يلي (قاسمي و جداي، 2019، صفحة 19) :

المرحلة الأولى:

هذه المرحلة ابتدأت مع ظهور مجموعة من المواقع الإجتماعية أواخر التسعينات مثل classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة ، وموقع sixdegrees.com عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، في تلك المواقع ظهر مايعرف بالملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء ، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى .

المرحلة الثانية:

شهدت المرحلة الثانية تطوراً ملحوظاً في المواقع الإجتماعية و الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين على مواقع الشبكات العالمية ، وخلالها بدأت مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة ، الوسائط المتعددة وغيرها...) ، وقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمة شبكة الإنترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الإجتماعية ، ويمكن أن يؤرخ لهذه المرحلة من انطلاق موقع -ماي سبيس- وهو الموقع الأمريكي المشهور ، ثم موقع الفيسبوك عام 2003م .

المرحلة الثالثة:

وتعتبر هذه المرحلة الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم و مع بداية عام 2002م ظهر العديد من المواقع منها " فرن ديستر" ، ومع بداية 2005م ظهر موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير، ويعتبر هذا الأخير من أوائل المواقع الإجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك، و أيضاً ظهرت عدة مواقع أخرى مثل " تويتير " " انستغرام" "يوتوب"... الخ لتستمر ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي في التنوع والتطور إلى يومنا هذا.

ومع مرور الوقت ، شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً كبيراً حيث تمّ إضافة ميزات جديدة مثل: القصص (Story) والبهث المباشر (Live) والمجموعات (Groups) والرسائل الفورية (Messenger) ، كما

توسعت قاعدة المستخدمين و أصبحت هذه المواقع تستخدم للترويج للعلامات التجارية و للتسويق وبناء العلامة التجارية .

بالإضافة إلى ذلك أدى تطور مواقع التواصل الإجتماعي إلى تأثير كبير على المجتمع والثقافة والسياسة، حيث أصبحت تستخدم للتعبير عن الآراء ونقل الأخبار والتغيير في سلوكيات الناس .

2- خصائص وسمات مواقع التواصل الإجتماعي

من خصائص وسمات مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في أنها تعتمد على المستخدمين لوضع المحتوى الرئيسي، وتوفر تفاعلاً بين المستخدمين، وتستخدم في الترويج للمنتجات والسلع، وتوفر وسيلة للترفيه والتسلية والتفاعل مع الآخرين، بالإضافة إلى دورها في عمليات التعلم الإلكتروني وتشجيع المستخدمين على تحقيق أهدافهم من خلال الانضمام إلى مجموعات تعمل على تحقيق نفس الهدف .

ومن أبرز خصائصها نذكر مايلي (خير الله سبهان عبد الله، 2013، صفحة 61):

- المشاركة: تشجع على المساهمات وردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم ، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين .
- التجمع: تتيح إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ويربط ذلك التجمع إهتمامات مشتركة مثل القضايا السياسية وغيرها .
- المحادثة: تعتمد على المحادثة بإتجاهين ، بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد مبدأ المعلومات ونشرها بإتجاه واحد لكل المتلقين .
- الإنفتاح: معظم هذه المواقع عبارة على خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، وتبادل المعلومات والتعليقات .
- الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (profile/pages) : و تتضمن انشاء ملف شخصي خاص بالمستخدم يقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال وضع اسم المستخدم ومعلوماته الأساسية (الجنس، تاريخ الميلاد ، مكان الدراسة ، البلد ، الاهتمامات ، الهوايات). (بوقلوف، 2017/2018، صفحة 122)
- الأصدقاء/العلاقات (friends/connections) : سهلت مواقع التواصل الإجتماعي من تكوين الصداقات ، حيث تجمع الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية ، و مشاركة الإهتمامات ، والتواصل مع الكثير من المسؤولين و أصحاب الإختصاص . (بوقلوف، 2017/2018، صفحة 123)
- سهولة الإستخدام: تسهل للمستخدم التفاعل بإستخدامها لا يحتاج إلا القليل من التدريب البسيط في التعامل مع التكنولوجيا من أجل المشاركة والتفاعل وتحقيق التواصل عبر شبكة الأنترنت ، وتكمن بساطتها

في أنها تستخدم الألوان البسيطة بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، وتصاميم عادية تتكون من مجموعة من الرموز والصور ، والفيديو.

- التفاعلية: منذ منتصف القرن العشرين شهد العالم قفزات تكنولوجية هائلة من أهمها نظم الإتصالات فظهر مجتمع المعلومات nformation society ، وتكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية، مما ساعد ذلك على ظهور شبكة المعلومات عن طريق وسائل الإتصال الفورية على الأرض هذه الشبكات أضفت بعداً مهماً على قدرة الإنسان على توسيع معارفه وإنتاج المعلومات والتعامل معها في الحال. (عودة الشمائلة و آخرون، 2015، صفحة 94)

● سمات مواقع التواصل الإجتماعي

إن مواقع التواصل الإجتماعي أظهرت مايسى المجتمع الافتراضي و أهم سماته (عصام صلاح، 2015، الصفحات 282-284):

- المرونة وانهييار فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي : لا يتحدد المجتمع الافتراضي بالجغرافيا بل الإهتمامات المشتركة التي تجمع بين أشخاص لم يعرف كلّ منهم الآخر قبل الإلتقاء إلكترونياً.
- التغلب على الجغرافيا والحدود : لم تعد حدود الجغرافيا تلعب دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضية فهي مجتمعات لا تنام ، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه على مدار الساعة.
- العزلة : من سمات العالم الافتراضي وتوابعه أنها تنتهي إلى عزلة على ماتعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين .
- حرية الإختيار: المجتمعات الافتراضية لا تقوم على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الإختيار.
- التحكم بالخصوصية : في المجتمعات الافتراضية هناك وسائل تنظيم وتحكّم وقواعد لضمان الخصوصية والسريّة .
- مساحة الحرية الكبيرة : فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة _ بداية من التغلب على الخجل والإنطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.
- اللامركزية : المجتمعات الافتراضية تتسم بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدية ، لأنّ من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم وبعضهم له أكثر من حساب .

3- أنواع مواقع التواصل الإجتماعي

- الفاييسبوك (Face book)  : يعتبر فاييسبوك منصة التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في العالم ، و هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً الشباب في جميع أنحاء العالم في بداية نشأتها 4 فبراير 2004 في جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية لم تكن تتعدى حدود مدونة شخصية ، من قبل الطالب مارك زوكربيرغ. في البداية اقتصر على الكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات . (صحرأوي، 2022/2023، صفحة 98)
- الفاييسبوك لايت (Face book Lite)  : في عام 2015 تم الكشف عنه كإصدار من Facebook تم تصميمه من البداية على العمل بسلاسة مع الهواتف ذات الطراز الضعيف والمنخفض في المساحة وفي نفس الوقت اتصال ضعيف بالانترنت ولقد صمم بشكل خاص للمستخدمين في الدول النامية التي تعمل على وضع اتصال البيانات الضعيف كما يساعد أيضاً على توفير المساحة على الهاتف ولا يزال يعمل في ظروف 2G، والفرق الرئيسي بين Face book و Face book Lite هو حجمه حيث يتم تنزيل Face book Lite على الجهاز في أقل من 10 ميغابايت من البيانات ولا يستغرق سوى 2,19 ميغابايت من المساحة مقابلرنة بحجم المساحة التي يشغلها Face book . (www.sp4tech.com, 2024)
- الانستغرام (Instagram)  : تم إطلاق تطبيق انستغرام للتواصل الاجتماعي في أكتوبر من سنة 2010 في ولاية سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة الأمريكية من قبل المطور كيفن سيستورم (K. sistom) ، في البداية كان يدعم التطبيق على iPhone و iPad و pod touch ، ثم تم تطويره في شهر أفريل ليدعم منصة Android 2.2 وفي شهر جوان تم وضع أيقونة تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين ، وفي عام 2012 تم شراءه من قبل شركة الفاييسبوك ووفق هذه الصفقة التزمت الشركة بتطوير التطبيق و أصبح موقِعاً مكماً أو ضمن موقع فيسبوك . (صحرأوي، 2022/2023، صفحة 112)
- ماي سبيس (Myspace)  : يعتبر ماي سبيس سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية الشعبية في العالم ، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية وهو موقع يتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو ، قد حاز على اهتمام الكثيرين

عام 2006 ، ولكن شعبية الموقع استمرت بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع الفيس بوك الذي اجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي . (شقرة، 2014، صفحة 80)



لينكد إن (Linkedin) :

وهو موقع يقدم العديد من المزايا للشركات ورجال الأعمال ، كونه متخصص في قطاع الأعمال والشركات حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل ، حيث يتيح للأشخاص عرض سيرتهم الذاتية المفصلة ، وتستطيع الشركات إجراء البحث عن هؤلاء عبر كلمات مفتاحية، ويمكن للشركات الباحثة عن الموظفين التأكد من صحة المعلومات عن طريق الجهات التي عمل فيها الموظف ، أو من موقع لينكدإن نفسه . (شقرة، 2014، صفحة 83)



اليوتيوب (You tube) :

تأسس من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال "paypal") عام 2005 في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية ، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش) ، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى ، ويعتبر من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) ، وأصبح عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية . (محمد الديهي، 2015، صفحة 471، 472)



تويتر (Twitter) :

وهي شبكة اجتماعية تسمح لمستخدميها بإرسال تغريدات Tweets بحد أقصى (140) حرف للرسالة ، وذلك عن طريق الشبكة أو عن طريق الرسائل النصية القصيرة أو برامج المحادثات الفورية، ومنذ إطلاق شبكة (تويتر Twitter) في الخامس عشر من يوليو/تموز عام (2006) وهي تستخدم كمنبر للتواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات بين الأفراد. (سلمان، 2017، صفحة 38)



الواتساب (WhatsApp) :

هو تطبيق يتم تنزيله عن طريق متجر الإنترنت المتوفر على جميع الهواتف الذكية ، وهذا التطبيق يسمح للعديد من الأشخاص بالتواصل من خلال الرسائل المكتوبة أو المسموعة بتسجيل الصوت ويشترط أن يكون الآخر يمتلك هذا التطبيق أيضاً في جهازه ليتمكن من التواصل من خلال الواتساب الذي تأسس عام (2009) من قبل الأمريكي بريان أكتون (Acton Bryan) والأوكراني جان كوم (Jan com) وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو . (عبد الرزاق الربايعة، 2016، صفحة 12)



البريد الإلكتروني (E-mail) :

وهو أسلوب لتبادل الرسائل إرسالاً واستقبالاً عبر نظم الإتصالات الإلكترونية وشبكة الانترنت ، ويسمى الإيميل (E-Mail)، ولكي تستخدم البريد الإلكتروني لا بد أن يكون لديك عنوان بريدي (E-mail address) حيث يكون العنوان مميز بعلامة @ وتُقرأ (أت) ويبدأ العنوان باسم المستخدم User name . (عبد الرزاق الربايعة، 2016، صفحة 97).

هذه المنصات تمثل جزءاً كبيراً من النشاط الاجتماعي عبر الإنترنت ، وتلعب دوراً حيوياً في تبادل المعلومات والتواصل بين المستخدمين .

4- وظائف وأهداف مواقع التواصل الاجتماعي

• وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

- يمكن تخلص وظائف مواقع التواصل الاجتماعي (محمد وداعة الله و الزين المدني، 2014، صفحة 34) :
- تساهم في زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز التواصل مع الجمهور من خلال نشر المحتوى التثقيفي والتوعوي .
- تلعب دوراً حيوياً في توجيه المستهلكين نحو المنتجات والخدمات المقدمة من المؤسسة .
- كما تساعد في تحقيق أهداف التسويق وبناء الوعي بالعلامة التجارية، مما يساهم في نمو العائد من الاستثمار وتقليل الإنفاق على الإعلانات وتجاوز قيود العزلة التي يفرضها الإتصال الرقمي .
- نقل الوقائع والأحداث التي تحدث في بقاع كثيرة من العالم .
- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تناادي بها ، ومناهضة غيرها من الأفكار التي تناادي بها .
- تستخدم للتسويق والإعلان .
- وأخيراً، تساهم في توفير وسيلة فعالة للتواصل والتفاعل داخل المؤسسة وتحسين التعاون بين الموظفين .

• أهداف مواقع التواصل الاجتماعي:

- ونذكر من هذه الأهداف (عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، 2020، صفحة 95) :
- الغاء الحواجز بين البشر كافة ، وهدم الفوارق العرقية والدينية لجعل الجميع في وعاء واحد يدعى الإنسانية برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة.
- هدم القيم والأخلاق ، حيث لا وجود لها في الشبكات الاجتماعية ، إذ إنهم يعتبرون مسألة الأخلاق مسألة شخصية تخص الفرد ولا وجود لها في المجتمعات الرقمية.
- سرعة التواصل بين البشر و إلغاء الفوارق الزمنية في نقل الخبر ، فقد أصبحت هذه الشبكات الاجتماعية تطبيقاً مجانياً على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت على مدار الساعة.
- إيجاد ساحة حرة للتعبير عن الرأي دون تدخل السلطات ، بمعنى أدق إيجاد " هايد بارك" رقمية على الانترنت ، يتحدث الكل فيها بما يرغب دون رقابة أو محاسبة.

5- ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن تلخيص ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في النقاط التالي:

• **ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي** (بن إبراهيم الشاعر، 2015، صفحة 68):

- تسهل التواصل مع العملاء والترويج للمنتجات .

- تزيد المعرفة والثقافة العامة .

- تساعد في تشكيل علاقات اجتماعية جديدة .

- تسهل نقل الأفكار والآراء بشكل سهل وفعال .

- توفير التسلية والترفيه .

• **سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي** (تفرقنيت، 2016، صفحة 6) :

- الاعتماد الزائد يمكن أن يؤدي إلى الإدمان وتشتت التفكير.

- قد تؤدي إلى فقدان الوقت والتركيز على حساب العلاقات الحقيقية.

- يمكن أن تسبب في انتهاك الخصوصية والتعرض للاحتيال.

- قد تسبب مشاكل اجتماعية وعائلية ناتجة عن سوء استخدامها.

- انتهاك حقوق التأليف المحفوظة ، حيث تسهل عمليات السرقة الأدبية للملفات العلمية والأدبية.

- استخدام المتطرفين والارهابيين لمواقع التواصل الاجتماعي قي تجنيد وتعبئة الفئات الشبانية.

- خرق خصوصية الافراد واقتحام حياتهم خاصة المشاهير.

- ظهور الجرائم الالكترونية مثل:الاحتيال والنصب ، الابتزاز المالي ، وتقمص شخصيات وهمية .

6- واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم والجزائر

• أرقام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم عام 2024

حسب احصائيات موقع BDM فإن أكثر من 35.8 % من المستخدمين يقضون معظم الوقت على شبكات التواصل الاجتماعي و 49,5% أي ما يقرب من نصف المستخدمين يستخدمونه "للبقاء على اتصال مع العائلة أو الأصدقاء" ويذهب 38,5% إلى هناك "لتمضية الوقت" و 34,2% للمشاركة في اعلام الأخبار أو قراءتها ، هناك 8,05 مليار شخص في هذا العالم بما في ذلك 5,61 مليار مستخدم للهاتف المحمول أي ما يقرب (69,4%) و 5,35 مليار مستخدم للإنترنت أي ما يقرب (66,2%)، 5,04 مليار مستخدم نشط يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، أي 62,3% من سكان العالم، بين يناير 2023 و يناير 2024 زاد عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم إلى 266 مليون مستخدم (+5,6%).

حسب نفس الموقع وخلال احصائيات يناير 2024 يقضي مستخدمو الإنترنت الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و 64 عامًا في المتوسط ساعتين و 23 دقيقة يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي، أي بفارق 8 دقائق عن السنة السابقة في المتوسط، يمتلك مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي 6.7 حساباً على منصات المختلفة، 46.5% من الأشخاص الحاضرين على وسائل التواصل الاجتماعي هم نساء، 53.5% رجال. في عام 2023، كان لدى المستخدمين، في المتوسط، أكثر من ستة حسابات على منصات التواصل الاجتماعي. وأكثر 10 شبكات اجتماعية استخداماً في العالم عام 2024: فيسبوك: 3 مليار مستخدم، يوتيوب: 2.5 مليار، واتساب: 2 مليار، إنستجرام: 2 مليار، تيك توك: 1.5 مليار، وي تشات: 1.3 مليار، ماسنجر: 979 مليون، تيليجرام: 800 مليون. دوين: 752 مليون، سناب شات: 750 مليون. يوجد 1.5 مليار مستخدم على تيك توك، و هو أكثر المنصات الاجتماعية استخداماً في عام 2024. (blogdumoderateur.com, 2024).

• واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر

حسب احصائيات موقع MEDIANET فإن 112% من السكان مشتركون في الهاتف المحمول وفي المقابل، استخدم 52% الإنترنت مرة واحدة على الأقل في عام 2020 بحسب إحصائيات البنك الدولي وعدد مستخدمي الفيسبوك في الجزائر اليوم أكثر من 24 مليون مستخدم للفيسبوك، أي 55% من السكان للتوزيع حسب الجنس؛ 62% من مستخدمي فيسبوك هم من الرجال مقابل 38% فقط من النساء مستخدمو فيسبوك هم في الغالب من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 34 عامًا وبالنسبة للاهتمامات المتعلقة بالترفيه والتسلية والأنشطة كلاهما في أعلى المنصة بنسبة 13% لكل منهما تليها عن كئيب الفئات:

التكنولوجيا، والرياضة والأنشطة الخارجية، والتسوق والأزياء، والأعمال التجارية والصناعة بنسبة 11٪ تليها العائلة والعلاقة بنسبة 10٪، وفن الطهي 9٪، واللياقة البدنية والرفاهية 7٪. ووفقا للبيانات التي تم جمعها؛ نرى أن 97.2٪ يتصلون بالفيديو عبر الهاتف المحمول، و84٪ من مستخدمي الهاتف المحمول، و16٪ من رواد السفر، ومقارنة بأنظمة تشغيل الهواتف المحمولة التي يستخدمها الجزائريون لتصفح فيسبوك، فإن الأغلبية الساحقة تستخدم أندرويد بما يعادل 96.5٪ من المستخدمين، مع ترك القليل من الفئات لنظام iOS الذي يمثل 3.5٪، ويبلغ عدد مستخدمي إنستغرام في الجزائر 4.900.000 منهم 56٪ رجال مقابل 44٪ نساء، ويبلغ عدد مستخدمي سناب شات في الجزائر 3,650,000 منهم 40٪ رجال مقابل 60٪ نساء، ويبلغ عدد مستخدمي لينكد إن في الجزائر 2,300,000 منهم 70٪ رجال مقابل 30٪ نساء، ويبلغ عدد مستخدمي تويتر في الجزائر 846.500 منهم 70٪ رجال مقابل 30٪ نساء. (medianet.tn, 2024)

ثانياً: ماهية المؤسسة

1- أنواع المؤسسات :

- تشمل المؤسسة أنواع كثيرة منها (بلخيري، 2015، صفحة 17) :
- **المؤسسات الصناعية :** وهي المؤسسات الاقتصادية التي تقوم بتحويل المواد الخام أو المنتجات شبه المصنعة إلى منتجات نهائية و تكون مهتمة بالصناعة بنوعها الثقيلة مثل:مؤسسة الحديد والصلب ، سوناطراك ... والخفيفة منها مثل الغزل والنسيج ومؤسسات الجلود
 - **المؤسسات الفلاحية :** هي مؤسسات اقتصادية تقوم بإنتاج السلع الزراعية مثل : المحاصيل والنباتات و تهتم بزيادة إنتاجية الأرض واستصلاحها وتقوم هذه المؤسسات بتقديم ثلاث أنواع من الإنتاج "النباتي، الحيواني، السمكي".
 - **المؤسسات التجارية :** هي كيانات اقتصادية تهدف إلى تحقيق الربح من خلال شراء وبيع السلع والخدمات وتقوم بتحفيز المنافسة في السوق من خلال تقديم منتجات وخدمات متنوعة تنافسية و تهتم بالنشاط التجاري كمؤسسات الجملة ومؤسسات التجزئة مثل : مؤسسة الأروقة الجزائرية أو سوق الفلاح (سابقاً)... تهدف للربح وتشمل الشركات والمؤسسات التي تعمل في مجال الأعمال التجارية.
 - **المؤسسات المالية :** هي المؤسسات التي تقدم خدمات مالية للعملاء مثل : الودائع والقروض وتحسين كفاءة العمليات مثل استخدام الذكاء الاصطناعي وسلسلة الكتل لتقليل التكاليف وزيادة السرعة و تقوم بالنشاطات المالية كالبنوك ومؤسسات التأمين والضمان الاجتماعي...الخ.

- المؤسسات الخدمائية : هي كيانات اقتصادية تقدم خدمات غير مادية للمستهلكين مقابل الحصول على مقابل مادي ، تهدف إلى تحقيق الربح من خلال تقديم هذه الخدمات كمؤسسات النقل ومؤسسات البريد ، المؤسسات التعليمية والأبحاث العلمية وهي أنواع المؤسسات العامة وتقدم خدمات مجانية أو مدعومة من قبل الدولة مثل : التعليم والصحة والنقل العام ، المؤسسات غير الربحية تقدم خدمات مجانية أو بأسعار رمزية للمجتمع مثل : الجمعيات الخيرية ومؤسسات الإغاثة .
- وتوجد أنواع أخرى من المؤسسات نذكرها :
- المؤسسات الحكومية : هي كيانات قانونية تمّ انشاؤها بموجب قوانين صادرة عن الدولة و تعتبر المؤسسات الحكومية من أهم أنواع المؤسسات حيث تعمل تحت اشراف الحكومة وتهدف إلى تقديم الخدمات العامة للموظفين.(Ross, 1999, p. 61)
- المؤسسات الخاصة : هي كيانات اقتصادية يملكها ويديرها أفراد أو مجموعات من الأفراد بهدف تحقيق الربح من خلال تقديم السلع والخدمات أو ممارسة الأنشطة الاقتصادية المختلفة وتميز المؤسسات الاقتصادية بمرونتها وتمثل هذه المؤسسات في : الشركات والشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات العائلية والمؤسسات غير الهادفة للربح.(Davis, 2013, p. 27)
- المؤسسات الاجتماعية : هي كيانات اجتماعية منظمة تهدف إلى تحقيق أهداف اجتماعية عامة ، وتسعى إلى احداث تغيير ايجابي في المجتمع من خلال تقديم خدمات أو أنشطة تلبى احتياجات أفرادها و تهدف أيضا إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية والتنمية المستدامة ، وتشمل المؤسسات الخيرية والمؤسسات غير الحكومية والمؤسسات الدينية.(ott, 2013, p. 98)
- المؤسسات التعليمية : هي كيانات منظمة تهدف إلى توفير التعليم والتدريب للأفراد في مختلف المراحل العمرية ، وذلك من خلال تقديم برامج تعليمية متنوعة تساهم في تنمية مهاراتهم وقدراتهم وتعزيز معرفتهم وتلعب هذه المؤسسات دورا هاما في بناء المجتمع وتقدمه من خلال إعداد أفراد متعلمين ومؤهلين قادرين على المساهمة في مختلف مجالات الحياة وتضم : المدارس والجامعات والمراكز التعليمية الأخرى التي تهدف إلى توفير التعليم وتطوير المهارات للطلاب والمجتمع.(kezar, 2017, p. 90)
- المؤسسات الطبية : هي كيانات منظمة تهدف إلى تقديم الرعاية الصحية والعلاج اللازم للمرضى وتشمل المستشفيات والعيادات والمراكز الطبية الأخرى.(Shi & Douglas, 2015, p. 60)

2- تصنيفات المؤسسات (محيريق بن جيلاني، مرجع سابق، الصفحات 55-58):

- مؤسسات المقاوله من الباطن : (sous- traitance) هي كيانات اقتصادية متخصصة في تنفيذ جزء من الأعمال و تقوم بالإنتاج لصالح الغير، وهي اتفاق بين مؤسسة أم ، وأخرى ثانوية تعمل بأوامر ولصالح الشركة الأم الرئيسية. وعادة ما تكون شركات صغيرة .

- المؤسسات بعلامة مؤسسة ناشئة (start-up) : والتي تعرف أيضا باسم الشركات الناشئة و طبقاً للمرسوم التنفيذي الصادر في: 15 سبتمبر 2020، فقد أنشئت لجنة وطنية تابعة للدائرة الوزارية منح علامة مؤسسة ناشئة (start-up) وتتميز هذه المؤسسات بتركيزها على تطوير منتجات أو خدمات جديدة ومنتكرة تلبى احتياجات السوق غير الملبية وتسعى إلى تحقيق نمو سريع في أعمالها من خلال توسيع نطاق عملياتها وزيادة حصتها في السوق .

- المؤسسات بعلامة مشروع مبتكر (projet Innovant): هي كيانات اقتصادية تنفذ مشاريع مبتكرة وتقدم حلولاً جديدة ومبتكرة لمشاكل قائمة أو تلبى احتياجات غير ملبية في السوق وتمنح علامة "مشروع مبتكر" لمدة سنتين قابلة للتجديد مرتين ، و يمكن لكل شخص طبيعي أو مجموعة أشخاص طبيعيين أن يطلبوا لمؤسستهم علامة "مشروع مبتكر" شريطة أن يكون المشروع له علاقة بالإبتكار.

- المؤسسات بعلامة "حاضنة أعمال" (Incubateur): هي كيانات اقتصادية تقدم الدعم والخدمات للمؤسسات الناشئة و تلعب دوراً هاماً في دعم ريادة الأعمال وتنمية الاقتصاد الوطني وتوفير بيئة داعمة ومشجعة للشركات الناشئة وتساعد على النمو والازدهار ويمكن تعريفها بأنها أيضاً كل هيكل تابع للقطاع العام أو القطاع الخاص أو بالشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص يكون مؤهلاً للحصول على علامة "حاضنة أعمال" ،. ودور هذا الهيكل المؤسسي هو اقتراح دعم للمؤسسات الناشئة وحاملي المشاريع المبتكرة فيما يخص الإيواء والتكوين وتقديم الإستشارة والتمويل.

3- خصائص المؤسسة

يمكن تلخيص خصائص المؤسسة في النقاط التالية (بلخيري، 2015، الصفحات 17-18):

- الهدف والغرض: يترابط الهدف والغرض للمؤسسة ارتباطاً وثيقاً ، حيث يشكل الغرض الدافع وراء سعي المؤسسة لتحقيق أهدافها و تعمل المؤسسة وفقاً لهدف محدد مثل تقديم خدمات معينة مثلاً مؤسسات تعليمية هدفها زيادة عدد الطلاب المسجلين في الجامعة بنسبة 10% خلال العام المقبل وغرضها توفير خدمات تعليمية عالية الجودة للطلاب .

- التنظيم: هو عملية تصميم بناء هيكل إداري يمكن من خلاله تحقيق أهداف المؤسسة بفعالية وكفاءة ويكون التنظيم داخلي يسهل تحقيق أهدافها ويحدد الوظائف والمهام التي يجب على كل فرد أو قسم في المؤسسة القيام بها .
- الشكل القانوني: هو الإطار القانوني الذي تنظم تحته المؤسسة وتحدد من خلاله حقوقها والتزاماتها ، حيث تمتلك شخصية مستقلة وقانونية .
- الشكل الاقتصادي: هو النموذج الذي تنظم تحته المؤسسة أنشطتها الانتاجية والتجارية ، ويحدد الطريقة التي تنتج بها المؤسسة السلع والخدمات و يسهم في تحقيق أهدافها .
- الشكل الاجتماعي: هو الإطار الي تنظم تحته المؤسسة علاقاتها مع أصحاب المصلحة مثل الموظفين والعملاء والمجتمع و تساهم في تقديم فوائد للأفراد في المجتمع .
وهناك خصائص أخرى تتميز بها المؤسسة نذكرها فيما يلي (journal, 2022) :
- الشراكة : تعكس المؤسسة التعاون والشراكة بين أفرادها والقطاعات المعنية بها، لضمان تحقيق الأهداف المحددة.
- الكفاءة : تسعى المؤسسة إلى تحقيق أقصى درجات الفعالية والكفاءة في تنفيذ أنشطتها وخدماتها.
- الابتكار : تعزز المؤسسة الابتكار و الابداع في جميع جوانب عملها من أجل مواكبة التطورات وتحقيق التميز.
- الشفافية والنزاهة : الشفافية والنزاهة في القطاع العام.
- الاحترافية والمهنية : الاحترافية في العمل.
- توجيه العملاء : خدمة العملاء الممتازة.

4-وظائف وأهداف المؤسسة:

- وظائف المؤسسة: ويمكن تلخيص هذه الوظائف في النقاط التالية (بوعبدلي، 2023-2022، الصفحات 69-88):
- الوظيفة الإنتاجية : هي العلاقة الرياضية التي تربط بين كمية المدخلات (العوامل الانتاجية) ومقدار المخرجات (السلع أو الخدمات) التي يمكن انتاجها خلال فترة زمنية محددة وهذه العملية التقنية تؤثر في طبيعة هيكل رأس مال المؤسسة وكذلك على شكل التبادلات سواء من أعلى أو من أسفل مستويات النشاط الإنتاجي.

- الوظيفة المالية : هي مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تقوم بها المؤسسة لإدارة مواردها المالية بكفاءة وفعالية ، وذلك لتحقيق أهدافها المالية وتتعلق بكيفية الحصول على مصادر متنوعة لربح المال.
- الوظيفة التمويلية: هي مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تقوم بها المؤسسة للحصول على الموارد المالية اللازمة لتغطية احتياجاتها واستخدامها بكفاءة وفعالية لتحقيق أهدافها ، و تهتم بالعمليات الأساسية ولها مكانة عالية في المؤسسة.
- الموارد البشرية : هي أهم أصول أي مؤسسة فهي تشمل جميع الموظفين الذين يعملون في المؤسسة بدءا من كبار المديرين وصولا إلى العمال المهرة وغير المهرة ، وتتعامل مع اختيار وتطوير الموظفين .
- الوظيفة التجارية : هي مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تقوم بها المؤسسة لتحقيق أهدافها التجارية و تنفيذ العمليات والمهام اللازمة مثل :زيادة المبيعات ، وتحقيق الربح ، وتعظيم قيمة الشركة .
- وظيفة البحث والتطوير: هي مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تقوم بها المؤسسة لاكتشاف وتطوير منتجات أو خدمات جديدة أو تحسين المنتجات أو الخدمات الحالية ، وتعتمد عليها العديد من المؤسسات وغيرها ممن يقوم نشاطهم الأساسي على عمليات البحث والتطوير ، في حين تدرج مع وظيفة الإنتاج أو التسويق في مؤسسات أخرى .
- أما أهداف المؤسسة فيمكن تلخيصها في النقاط التالية (عيجولي، 2019، صفحة 7،8):
- تحقيق الربح وتوفير القيمة المضافة .
- تحقيق التماسك بين عملاء المؤسسة وتحقيق الرضا الوظيفي.
- تحقيق الأهداف التكنولوجية المرتبطة بالبحث العلمي .
- زيادة الإنتاجية والكفاءة في العمل : وهو مفهوم يشير إلى قدرة الفرد أو المؤسسة على انجاز المزيد من المهام في وقت أقل مع استخدام موارد أقل وتهدف المؤسسة لتحقيق هذا الهدف من خلال تحسين عملياتها وتطوير قدرات موظفيها .
- تحقيق أعلى معدلات رضا العملاء : وهو شعور العميل بالرضا عن تجربته مع منتج أو خدمة معينة وتسعى المؤسسة لتحقيق هذا الهدف من خلال تقديم خدمات عالية الجودة والاستماع لملاحظات العملاء وتلبية احتياجاتهم .

- تحقيق الاستدامة البيئية : هو عملية مستمرة تتطلب التزاماً من الأفراد والمجتمعات والحكومات والشركات للحفاظ على البيئة وحماية مواردها الطبيعية للأجيال الحالية والمستقبلية وتسعى المؤسسة لتحقيق الاستدامة البيئية من خلال تبني مبادئ الحفاظ على البيئة في جميع عملياتها.
 - تحقيق النمو والاستدامة المالية : هو عملية مستمرة تتطلب التزاماً من الأفراد والشركات والحكومات لإدارة الموارد المالية بشكل فعال وتحقيق أهداف مالية طويلة الأجل و تهدف المؤسسة إلى تحقيق النمو والربح المالي من خلال تحسين إدارة التكاليف وتطوير الأعمال واستغلال الفرص الجديدة .
 - تحسين جودة الحياة وتحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية : هما مفهومان مترابطان يسعيان إلى خلق مجتمعات أفضل للجميع وضمان حصول جميع أفراد المجتمع على الاحتياجات الأساسية مثل : الغذاء والماء والمأوى والرعاية الصحية والتعليم ، و تعزيز العدالة الاجتماعية وضمان تحقيق المساواة بين الجنسين والحد من الفقر وتعزيز جودة الحياة للجميع .
 - تعزيز التعليم والتدريب : هو عملية مستمرة تهدف إلى تحسين جودة التعليم والتدريب المتاحين للأفراد في جميع أنحاء العالم، وتوفير فرص التعليم والتدريب للشباب والبالغين من خلال تنظيم الدورات التدريبية وورش العمل وتعزيز الدعم للتعليم الجامعي والتقني .
- باختصار هذه الأهداف التي تم تحديدها تعكس تطلعات المؤسسة لتحقيق النجاح والنمو المستدام ويتم تحقيق هذه الأهداف عن طريق اتباع استراتيجيات مناسبة .

5- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسة:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة هامة وضرورية في تواجد المؤسسات والشركات على الإنترنت ، حيث تساعد على بناء وتعزيز العلاقات مع العملاء والشركاء التجاريين ، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية والترويج للخدمات والمنتجات التي تقدمها المؤسسة . وفي مقال بعنوان "The Importance of Social Media for Business" على موقع Marketo ، يتم التأكيد على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل صحيح يمكن أن يسهم في زيادة عدد العملاء وتحسين تجربتهم .

إنّ مواقع التواصل الاجتماعي تعدّ أداة حيوية وضرورية لنجاح أي مؤسسة أو شركة في عالم الأعمال اليوم .

(marketo, 2024)

باختصار، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة ضرورية للمؤسسات لبناء علاقات قوية مع الجمهور والمستثمرين وتعزيز تواجدها الرقمي وزيادة فرص نجاحها في سوق العمل .

6- ضرورة تبني المؤسسة لمواقع التواصل الإجتماعي

- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أدوات أساسية للتواصل والتسويق في العصر الرقمي لذلك أضحى تبني المؤسسة لمواقع التواصل الإجتماعي ضروري لأسباب عدّة منها (غالب، 2004، صفحة 26):
- تواجد الجمهور: تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي وسيلة فعالة للتواصل مع الجمهور والعملاء ، حيث يمكن للمؤسسة التواصل معهم بشكل مباشر وسريع.
 - بناء العلاقات: يمكن للمؤسسة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي لبناء علاقات قوية مع الجمهور وتعزيز الثقة بهم .
 - الترويج والتسويق: تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي منصة مهمة للترويج لمنتجات وخدمات المؤسسة وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
 - تحليل البيانات: يمكن للمؤسسة استخدام بيانات المستخدمين على مواقع التواصل الإجتماعي لفهم اهتماماتهم واحتياجاتهم وتحسين خدماتها بناء على ذلك .
 - بشكل عام تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي أداة مهمة لتحقيق وتعزيز وجودها في السوق ،ولذلك يجب على كل مؤسسة تبني استراتيجية فعالة لاستخدام هذه المنصات بشكل صحيح .
 - التواصل مع العملاء: توفر مواقع التواصل الاجتماعي قنوات مباشرة للتواصل مع العملاء الحاليين والمحتملين ، يمكن للمؤسسات استخدامها للإجابة على الأسئلة ، ومعالجة الشكاوى وبناء علاقات مع العملاء وتساعد على تحسين خدمة العملاء وتعزيز رضاهم .
 - بناء العلامة التجارية: توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصة لبناء وتعزيز علامة تجارية قوية ، ويمكن للمؤسسات استخدامها لمشاركة قصصها وقيمها ورؤيتها مع جمهورها. وزيادة الوعي بالعلامة التجارية وخلق صورة ايجابية لها .
 - الابتكار: توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصة للتفاعل مع العملاء والحصول على ملاحظاتهم ، يمكن للمؤسسات استخدامها لتحديد أفكار جديدة للمنتجات والخدمات ، تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تحسين الابتكار وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة
 - جذب المواهب: توفر مواقع التواصل الاجتماعي قنوات لجذب المواهب المتميزة ، يمكن للمؤسسات استخدامها للإعلان عن فرص العمل والتواصل مع المرشحين المحتملين ، تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على بناء فريق عمل قوي وتحقيق أهداف المؤسسة.

- مراقبة المنافسين: توفر مواقع التواصل الاجتماعي معلومات قيمة عن المنافسين ، يمكن للمؤسسات استخدامها لمراقبة اتجاهات السوق وتحديد فرص جديدة ، تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على البقاء متقدمة على المنافسين وتحقيق ميزة تنافسية.
- إدارة الأزمات : توفر مواقع التواصل الاجتماعي أدوات فعالة لإدارة الأزمات ، يمكن للمؤسسات استخدامها للتواصل مع الجمهور ومعالجة الشائعات والأزمات ، تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على حماية سمعة المؤسسة والحفاظ على ثقة الجمهور.

خلاصة الفصل

يمكننا القول بأن مواقع التواصل الإجتماعي لها علاقة وثيقة بالمؤسسات ، فعلى سبيل المثال المؤسسات قد تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي للترويج لمنتجاتها وخدماتها ، وبناء علاقات مع العملاء، والإستجابة لإستفساراتهم وملاحظاتهم . بالإضافة إلى ذلك تستخدم المؤسسات مواقع التواصل الإجتماعي للتواصل مع الجمهور ونشر المعلومات والأخبار الهامة ، فهي تعتبر وسيلة فعالة للتواصل وبناء العلاقات بين المؤسسات والجمهور.



الفصل الثالث: حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة



الفصل الثالث: حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة

تمهيد

أولاً: ماهية حاضنات الأعمال

- 1- نشأة حاضنة الأعمال في الجزائر
- 2- خصائص حاضنات الأعمال
- 3- أهمية حاضنات الأعمال
- 4- أهداف ومهام حاضنات الأعمال
- 5- أنواع حاضنات الأعمال
- 6- آلية عمل حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها
- 7- واقع وآفاق حاضنات الأعمال في الجزائر

ثانياً: ماهية المؤسسات الناشئة

- 1- نشأة المؤسسات الناشئة في الجزائر
- 2- خصائص ومميزات المؤسسات الناشئة
- 3- أهمية المؤسسات الناشئة
- 4- أهداف المؤسسات الناشئة
- 5- واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر
- 6- التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة
- 7- علاقة حاضنات الأعمال بالمؤسسات الناشئة
- 8- دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة

خلاصة الفصل

تمهيد

حاضنات الأعمال من الأفكار الفتية المستحدثة والرائدة في بيئة الأعمال الدولية، باعتبارها آلية تسمح بإتاحة فرصة تبني مشروع ناشئ والذي بات حلم الكثير من الشباب الراغبين في الاستثمار في فكرة ابداعية تدرّ الأرباح وتحقق الاستقلال المالي للفرد، و هي مكان يوفر الدعم اللازم للمؤسسات الناشئة والمبتكرة ، وتوفر أيضاً البيئة المناسبة لنمو الشركات الصغيرة من خلال تقديم المشورة ، والتدريب ، والمساعدة في تطوير الأفكار والخطط التجارية ، كما توفر الفرص مع شبكة من المستثمرين والشركاء المحتملين .

أولاً: ماهية حاضنات الأعمال**1- نشأة حاضنات الأعمال في الجزائر:**

حاضنة الأعمال ظهرت في الجزائر كمفهوم جديد ، حيث تم في 25 فيفري 2003 اصدار مرسوم تنفيذي رقم 03-78 للتعريف بنظام و أنواع حاضنات الأعمال ، والهيئات العامة والمنظمات التي تديرها ، يحدد عدد المؤسسات الصغيرة داخل الحاضنة ما بين 20 إلى 50 مؤسسة ، فكلما زاد العدد كلما تعقدت الإدارة لكن في نفس الوقت يساهم في رفع مردودية الحاضنة ، وتخرج المؤسسة المحتضنة بعد 18 إلى 36 شهر.(تلخوخ و خدير، 2022، صفحة 122)

حيث عرفت زيادة في عددها نتيجةً للجهود المستمرة لتعزيز ريادة الأعمال ودعم المؤسسات الناشئة والظهور الفعلي لحاضنات الأعمال في الجزائر كان في العقد الأخير ، وقد تمّ تعزيز هذا النمو بفعل العوامل التالية(شعشوع و عناني، 2024، الصفحات 187-188):

- التوجه نحو النمو الإقتصادي : هو مفهوم يشير إلى التركيز على زيادة الإنتاجية وتحسين كفاءة استخدام الموارد لتحقيق نمو اقتصادي مستدام و تحفيز ريادة الأعمال وازدياد التركيز على تعزيز التنوع الإقتصادي في الجزائر كجزء من استراتيجية تطوير وتنويع الاقتصاد .
 - الدعم من طرف الحكومة الجزائرية يشير هذا المفهوم إلى مجموعة من البرامج والسياسات التي تنفذها الحكومة الجزائرية بهدف مساعدة المواطنين على تحمل تكاليف السلع الأساسية والخدمات . وتحسين مستوى معيشتهم و من خلال اطلاق برامج ومبادرات تشجع على انشاء وتشغيل حاضنات الأعمال ،بالإضافة إلى وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة عمدت الدولة إلى تقديم الدعم لرواد الأعمال .
 - زيادة الإهتمام بريادة الأعمال كوسيلة لتعزيز الابتكار ويشير هذا المفهوم إلى التركيز على دعم رواد الأعمال وتوفير البيئة المناسبة لهم لخلق مشاريع جديدة وابتكارية وتحسين الوضع الإقتصادي في البلاد ، خاصة في وضع تزايد معدلات البطالة وقلة مناصب العمل .
 - إصدار قرار 1275 الخاص بمنح شهادة مؤسسة ناشئة وبراءة الاختراع لأصحاب الأفكار الريادية بهدف تحسين البيئة القانونية والبيروقراطية لدعم وإنشاء وتشغيل المؤسسات الناشئة .
- إذ أن عدد حاضنات الأعمال في الجزائر يشهد تزايد مستمر حيث كانت هناك 17 حاضنة سنة 2020 لتتزايد في سنة 2021 ب 34 حاضنة في القطر الجزائري ، وفي سنة 2022 بلغ عدد المؤسسات الناشئة المحتضنة من

طرف حاضنات الأعمال ب 139 مؤسسة ناشئة وفرت بذلك 423 منصب عمل للشباب البطالين ،هذا مايدعوا للتشجيع والتحفيز لزيادة عدد حاضنات الأعمال في الجزائر والعمل على تطويرها .

2- خصائص حاضنات الأعمال

يمكن أن نؤشر لبعض خصائص حاضنات الأعمال في ما يأتي (العيداني، 2020، صفحة 4) :

- قد تكون حاضنات الأعمال مؤسسات عامة أو خاصة .
- حاضنات الأعمال تهدف إلى دعم المشاريع الصغيرة لاسيما التي تنطوي على قدر من الإبداع .
- من خلال تقديم حزمة متكاملة من آليات الدعم تدعم حاضنات الأعمال المشاريع الصغيرة .
- حاضنات الأعمال تقدم الدعم للمشاريع الصغيرة خلال فترة زمنية تمتد من المنشأة إلى غاية النضج . وفيما يلي خصائص أخرى (السالوس، 2005، الصفحات 11-12) :
- قد تكون افتراضية تقدم خدماتها من خلال شبكة (الانترنت) .
- أن الحاضنة قد يكون لها مقر مكاني .
- أن الحاضنة قد تكون مستقلة كما قد تكون تابعة لمؤسسة أخرى أكبر منها تتلقى منها الدعم .
- أن الحاضنة قد تهدف إلى تحقيق الربح وقد لا تسعى إلى ذلك .
- وهذا ما سيتم التعرف عليه في حاضنة المؤسسات الناشئة innoest company .

3- أهمية حاضنات الأعمال

يمكن القول بأن حاضنات الأعمال تلعب دوراً حيوياً في دعم رواد الأعمال والمشروعات الصغيرة في الجزائر من خلال (فرج الله، ضامن، و حمادي، 2020، صفحة 390) :

- تخفيض مخاطر الدخول للسوق .
- جمع المستثمرين برواد الأعمال الواعدين .
- اختصار الوقت اللازم لتحقيق النجاح .
- تنمية مهارات وروح العمل الحر .
- تعزيز القدرة على إدارة المشروعات .
- كل هذه الجهود تسهم في تعزيز الاقتصاد المحلي وخلق فرص عمل دائمة وغير دائمة، مما يعزز النمو الاقتصادي والاستدامة في البلاد .

تعتبر الحاضنات نقطة انطلاق حيوية لتوفير الاستثمار في مجالات الاقتصاد الوطني ، حيث تقوم بابرار الابتكارات والابداع على شكل مشاريع تجعلها قابلة للتحويل إلى انتاج من خلال توفير البيئة الملائمة و تعزيز متطلبات بدء المشاريع الصغيرة ، وتعتمد إلى انشاء ودعم المشاريع التجارية من خلال تقديم الاستشارات العلمية ودراسات الجدوى للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والناشئة في الوقت نفسه فهي تجمع المشاريع الناشئة والمبتكرة بالقطاعات الانتاجية ، وتساهم في تطوير الانتاج وخلق فرص العمل مما يؤدي إلى النهوض بالاقتصاد كما تقدم الدعم والمساعدة للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم والناشئة. (Bouriche & Bouriche, 2022, p. 86)

وسنحاول في دراستنا هذه معرفة أشكال الدعم الذي تقدمه حاضنة المؤسسات الناشئة innoest company لأصحاب المشاريع المبتكرة .

4- أهداف ومهام حاضنات الأعمال

• أهدافها:

- يمكن القول بأن حاضنات الأعمال تهدف إلى (عبد الرزاق و نور الدين، 2006، صفحة 612) :
- تقديم الخدمات الاستثمارية والدعم المالي والإداري والتسويقي.
- ربط المشروعات الجديدة بالسوق وتشجيع الاستثمارات الاقتصادية.
- توفير التدريب وبناء القدرات الإدارية والتقنية.
- توفير الدعم الفني والمالي واللوجستي للمنشآت الصغيرة.
- توفير الضمانات المطلوبة للقروض المصرفية وتقليل التكاليف المختلفة.
- ويمكن تقسيم أهداف حاضنات الأعمال كمايلي (خمخام، 2022، صفحة 16) :

• الأهداف المرتبطة بالمؤسسة:

- تخفيف الفترة الزمنية اللازمة لبداية المشروع وتطويره .
- منح حزمة متكاملة من الخدمات مثل (قياس الجودة، المواصفات ، قاعدة بيانات فنية وتجارية) .
- دعم الأفكار ومساعدة الخرجين في الحصول على فرص عمل .

● الأهداف المرتبطة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية:

- ارشاد جيل الشباب ورجال الأعمال نحو مشاريع عالية التكنولوجيا .
- تعمل على خلق فرص عمل جديدة .
- الزيادة من عدد المؤسسات الناشئة وتحفيز الصناعات خاصة القائمة على التكنولوجيا الحديثة.
- تنمية المستوى المعيشي للأفراد وذلك بالعمل على رفع معدلات الدخل في المجتمع.
- تعيين الأماكن المناسبة التي سيتم فيها إقامة المؤسسات التي تحتاج إليها الأسواق المحلية والخارجية.
- المشاركة في تسويق الأبحاث والدراسات التي تقوم بها الجامعات ومراكز البحث العلمي قبل تبنيها تجارياً

● أهداف حاضنات الأعمال في الجزائر (تيقاوي، 2018، صفحة 11):

- المساهمة في الحركة الاقتصادية في مكان تواجدها وتطوير التأزر مع المحيط المؤسسي .
- تدعيم منشئ المؤسسات الجدد .
- تشجيع ظهور المشاريع المبتكرة .
- تشجيع المؤسسات على ترتيب أفضل .
- حفظ استمرارية المؤسسات المرافقة .

● مهامها :

- يرتكز دور هذه الحاضنات في توطين ومرافقة أصحاب المشاريع الجديدة ، تتضمن مهام حاضنات الأعمال ماييلي(عبد الرزاق و نور الدين، 2006، صفحة 612) :
- منح الدعم الفني والمالي واللوجستي .
- إتاحة التدريب الإداري والتقني .
- توفير الاستشارات المالية والإدارية والتسويقية .
- جمع المشروعات المحتضنة لتبادل الخبرات وتحقيق الأهداف الاجتماعية .
- تشجيع الوضع الاقتصادي للدولة على الازدهار والتقدم .
- وهذا ما سيتم التعرف عليه خلال دراستنا لحاضنة المؤسسات الناشئة innoest company .

- **مهام حاضنات الأعمال كمرافق للمؤسسات الناشئة** (جروني و لموشية، 2021، الصفحات 85-86):
حسب المادة 25 من المرسوم التنفيذي رقم (20-254) والالتزامات التي تضمنتها المادة سألقة الذكر فإن هذه المهام تتحمل عبء تنفيذها الحاضنات التي تمنح لها اللجنة الوطنية علامة "حاضنة أعمال" تحت رقابتها، وذلك من خلال مراحل احتضان المؤسسات الناشئة والابتكار تتمثل في :
 - حسب طبيعة النشاط يتم تزويد وتوطين المؤسسات المحتضنة بمساحات عمل مهيأة .
 - منح كل أنواع الخدمات والاستشارات اللازمة والضرورية ومرافقة حاملي المشاريع أثناء اجراءات انشاء مؤسساتهم .
 - دعم المؤسسات الناشئة في انجاز النماذج ودراسات السوق وخطط التمويل .
 - تقديم تكوين نوعي ، خصوصا في إدارة الأعمال والالتزامات القانونية والمحاسبية .
 - مد اصحاب المشاريع بالوسائل اللوجستية كقاعات الاجتماع وعتاد الاعلام الآلي ومستلزمات مكتبية وانترنت عالي التدفق .
 - مرافقة المؤسسات الناشئة المحتضنة ، لايجاد مصادر تمويل والانتشار في السوق .
 - و سيتم التعرف عنه في حاضنة المؤسسات الناشئة innoest company .

5- أنواع حاضنات الأعمال

- يوجد اختلاف في تصنيف الحاضنات ويرجع ذلك إلى الهدف الذي وجدت من أجله الحاضنة، وأنواع المشاريع التي تحتضنها ، فقد كان لتسارع الأحداث وتنامي العلاقات الاقتصادية المحلية والدولية وتشعبها دورا كبيرا في بروز أنواع عديدة من حاضنات الأعمال ، حيث تتعدد أنواع الحاضنات بناء على :
- الأهداف المتعلقة بها .
 - الخدمات المتخصصة التي تقدمها .
 - المواضيع التي تواجهها .
 - طبيعة المشروعات التي تحتضنها .
 - **الفرع الأول : التصنيف الأول**: يميز بعض الخبراء بين ثلاث أنواع أو أجيال من الحاضنات : (آل فيحان و سعدون، 2012، صفحة 88):

- حاضنات الجيل الأول (الحاضنات التقنية الأساسية) : تقدم هذه الحاضنات العديد من المميزات للشركات الناشئة بتوفير بيئة عمل مناسبة ومريحة لها تشمل مساحات مكتبية مجهزة ومرافق ضرورية وتقدم خدمات استشارية ودعمًا فنيًا لمساعدتهم وتكون هذه الحاضنات ذات علاقة وطيدة بالجامعات ومعاهد الأبحاث والمدارس الفنية .
- حاضنات الجيل الثاني (ذات القاعدة التقليدية) : هذه الحاضنات تركز على قطاع أو مجال محدد مثل التكنولوجيا الحيوية أو الطاقة المتجددة وتدعم من طرف مراكز الأبحاث والمدارس الفنية ترتبط بالجماعات المحلية ، والجمعيات التجارية والصناعية والغرف التجارية.
- حاضنات الجيل الثالث(مراكز التجديد) : تعد حاضنات الجيل الثالث نوعًا جديدًا من حاضنات الأعمال ، تقدم مجموعة من الخدمات المتقدمة للشركات الناشئة لمساعدتها على النمو والتوسع في العصر الرقمي وتكون هذه الخدمات متخصصة كالدورات الفنية الإستشارية إضافة إلى خدمات خاصة .
- الفرع الثاني : التصنيف الثاني: توجد عدة أنواع عديدة لحاضنات الأعمال استنادًا إلى مجموعة من المعايير وهي(بوكميش و يوسفات، 2013، صفحة 32) :

- من حيث المكان

قسمت حاضنات الأعمال وفقا لهذا المعيار إلى نوعين وهما : حاضنات أعمال محلية وتركز على دعم الشركات الناشئة في المنطقة المحلية مثل : حاضنة أوتوفيك في مدينة وهران ، و تقدم مكان مناسب لأصحاب المشاريع الناشئة لإقامة مشروعهم فيه ؛ حاضنات مفتوحة وهي حاضنة تتيح الخدمات والدعم الفني والاستشارات ولا تتطلب هذه الحاضنة تواجد أصحاب المؤسسات داخلها مثل : حاضنة Skaleup Algeria في مدينة الجزائر العاصمة .

- من حيث التخصص

تقسم حاضنات الأعمال وفق هذا المعيار إلى :

- أ- حاضنات المشروعات العامة (غير التكنولوجية) : عبارة عن برامج ومبادرات حكومية ، وهي تلك الحاضنة التي تتعامل مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات التخصصات المختلفة والمتنوعة في كل المجالات الانتاجية والصناعية والخدمية دون تحديد مستوى تكنولوجي لهذه المؤسسات ، وتركز في جذب مؤسسات الأعمال الزراعية أو الصناعات الهندسية الخفيفة أو ذات المهارات الحرفية المتميزة من أجل الأسواق المحلية بالدرجة الأولى .

ب- حاضنات تكنولوجية : تقدم العديد من المميزات للمشاريع والشركات الناشئة مجتمع داعم وبيئة ايجابية وتمثل الحاضنات ذات وحدات الدعم العلمي والتكنولوجي التي تقام داخل الجامعات ومراكز الأبحاث ، وتهدف إلى الاستفادة من الأبحاث العلمية ، والابتكارات التكنولوجية وتحويلها إلى مؤسسات ناجحة من خلال الاعتماد على البنية الأساسية لهذه الجامعات من مصانع وورشات و أجهزة بحوث .

- من حيث الربح : توجد حاضنات أعمال تهدف إلى تحقيق الربح كما توجد حاضنات أعمال لا تهدف إلى تحقيق الربح ، وتعمل الحاضنات الهادفة إلى الربح على تحقيق إيرادات نتيجة استقبالها مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع المساهمة في ملكية هذه المؤسسات في بعض الحالات ، ولا يحصل هذا النوع من الحاضنات على دعم من الجهات الحكومية أو السلطات المحلية ، ويتم قبول المؤسسات في الحاضنة وفقا لقدرتها على سداد التزاماتها تجاه إدارة الحاضنة .

- من حيث الطبيعة :

أ- حاضنات أعمال عامة : هي الحاضنات التي تم انشاؤها بواسطة الأجهزة الحكومية أو غرف التجارة والصناعة أو جمعيات رجال، وتتمتع بدرجة عالية من الدعم الحكومي حيث ترتبط أهدافها باعتبار التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وتقبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذا النوع من الحاضنات وفقا لمعايير محددة كما تلتزم بالخروج من الحاضنة بعد فترة زمنية محددة أيضا .

ب- حاضنات أكاديمية : هي الحاضنة التابعة للجامعات والمعاهد ومراكز البحث ، وتهدف إلى ربط الجامعات والمعاهد ، مراكز البحوث بما تقدمه من دراسات وبحوث وابتكارات بمتطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، وتتميز هذه الحاضنات بمستوى أعلى من الخدمات والاستشارات للمؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة ، وتساعد هذه الحاضنات على الاستفادة من الدراسات التي يتم اعدادها في مراكز البحث العلمي ، كما تساعد على خلق فرص عمل للمتخرجين وهذا النوع لا يهدف للربح .

ت- حاضنات الأعمال الخاصة : وهي تابعة للقطاع الخاص وتهدف إلى الربح .

- من حيث النشاط :

تقسم حاضنات الأعمال وفقا لهذا المعيار إلى : حاضنات أعمال تستقبل مؤسسات تعمل في نفس النشاط أو تعمل في مجموعة متكاملة من الأنشطة المترابطة ، وحاضنات أعمال تستضيف مؤسسات تعمل في مجالات متنوعة . بالإضافة إلى هذه الحاضنات يوجد عدد من الحاضنات ذات أهداف متنوعة بتنوع المجتمع والبيئة المحيطة بها ، وقد ظهرت حديثا أنواع جديدة من الحاضنات مثل :

- أ- حاضنات الأعمال الدولية : هذه الحاضنات تركز على التعاون الدولي والمالي والتكنولوجي بغية تسجيل دخول المؤسسات الأجنبية إلى هذه الدول من ناحية ، وتطوير وتأهيل المؤسسات الوطنية للتوسع والإتجاه نحو الأسواق الخارجية من ناحية أخرى .
- ب- التجمعات ذات وحدات الدعم المتخصص : هي منظومة متكاملة من الأعمال ذات الطابع الصناعي صممت بشكل يساهم في تطوير وازدهار صناعات محددة عن طريق توفير البيئة والبنية الأساسية المناسبة لها داخل تجمعات صناعية كبرى ، كما تعمل على خدمة تلك التجمعات و امدادها بالصناعات المغذية لها حسب طبيعة موقعها ، وتشابهه مع الحاضنات التقليدية في تواجد إدارة مركزية وخدمات مشتركة إلا أنها قد لا تشترط معايير خاصة للمؤسسات الملتحقة بها .
- ت- حاضنات متخصصة لمواجهة مشكلات محددة : ادماج المتقاعدين من القوات المسلحة أو من مؤسسات منهارة .
- ث- حاضنات متخصصة في مجالات فنية أو ابداعية : (الوسائط المتعددة : مواد تليفزيونية ، تصميمات ...)
- هناك العديد من الحاضنات الخبيرة في بعض القطاعات الاقتصادية أو التكنولوجية مثل : إحدى حاضنات مدينة مرسيليا الفرنسية الخبيرة في احتضان أصحاب الأفكار الجديدة في مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات وتطبيقات الوسائط المتعددة (صوت ، وصورة وفيديو) وعادة توفر الحاضنة كجزء من البنية الأساسية لها العديد من الأجهزة والمعدات التي سوف تستعمل في هذا المجال وتوفر استعمالها للمشروعات الملتحقة بها .
- ج- حاضنات متخصصة في أعمال المرأة : بالرغم من أنّ عوامل إقامة ونجاح الشركة الجديدة لا تعتمد على كون صاحبها رجلا أو امرأة غير أنّ هناك عددا من العوامل الثقافية والعادات المتوارثة التي جعلت من العمل الخاص حكرا على الرجال في كثير من دول العالم، لذلك ومن أجل العمل على تشجيع المرأة ومساندة خطواتها الأولى في عالم الأعمال، فقد عازمت بعض الدول إلى إقامة حاضنات أعمال خاصة تناسب طبيعة التخصصات التي تفضلها المرأة ، حيث تقدم لها التدريب والارشادات بجانب برامج التمويل المتخصصة .
- ح- حاضنات متخصصة في مجالات تصنيعية و انتاجية وخدمية متنوعة : وبرز هذا النوع من الحاضنات في دول أمريكا الشمالية (كندا والولايات المتحدة الأمريكية) ، وهي حاضنات تمنح تجهيزات توافق أنشطة محددة مثل حاضنات كندية قامت بتجهيزات لخدمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجالات المطاعم من مطابخ الوجبات السريعة والتجهيزات المتقدمة .
- الفرع الثالث : التصنيف الثالث (خمخام، 2022، الصفحات 17-18):

تقسم حاضنات الأعمال وفق هذا التصنيف إلى 04 فئات وهي :

- حاضنات التنمية الاقتصادية المحلية (Les Incubateurs De Développement Economique Local) وهي الأكثر شيوعاً ، وتبدأ في الأصل بمبادرات محلية وتكون في الغالب عمومية ، وتشيع في المناطق الاقتصادية الحضرية وشبه الحضرية ، وترتكز على تعاون العديد من الشركاء المحليين (عموميين وخواص) ، وتعتمد في كثير من الأحيان على تمويل الدولة وهدفها انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخلق فرص العمل .
- حاضنات المؤسسات الأكاديمية والعلمية (Les Incubateurs Académiques et Scientifiques): وهي حاضنات يتم تأسيسها من المؤسسات الأكاديمية أو مراكز البحوث وهي قديمة نسبياً تتلائم مع هياكل مختلفة ، تنتسب إلى الجامعات ، قد تتواجد داخل الجامعة أو خارجها ، وقد تكون مقترنة بمخابر بحث عامة أو متخصصة في التكنولوجيا ، كما يمكن أن تكون مرتبطة بعدة جامعات ، وتكون كحلقة وصل ، كما يمكن أن تكون عبارة عن حاضنات داخلية للمؤسسة أو الجامعة مخصصة للطلبة من أجل تحفيز الطلبة لانشاء المؤسسات الابتكارية والابداعية .
- حاضنات المؤسسات الكبيرة (Les Incubateurs D'entreprises Corporate) : طوّرت من طرف المؤسسات الصناعية الكبرى (corporate) أو مقدمي الخدمات ، وتهدف المجموعات الصناعية بها إلى تشجيع بزوغ المؤسسات الناشئة (Start –Up) والتي تسمح بالتأقلم مع أنشطة المؤسسة لخصوصيات الاقتصاد الجديد في استخدام التكنولوجيا الجديدة أو الاكتشافات العلمية لتعزيز التنمية والتنوع في الأنشطة ذات الصلة .
- الحاضنات المستقلة ينشئها مستثمرون خواص (Les Incubateurs D' investisseurs Privés) : حاضنات أنشئت من طرف المستثمرين الخواص وهم أفراد لديهم تجربة في مجال الأعمال ولديهم رأس المال ، خبرتهم وعلاقاتهم ووقتهم لمساعدة أفراد آخرين جدد في مجال الأعمال ويكونون إما أفراد ، وإما بالاشتراك بين مجموعة من الأفراد وقد تكون رسمية أو غير رسمية .

6- آلية عمل حاضنات الأعمال والخدمات التي تقدمها :

● آلية عمل حاضنات الأعمال:

بعد انشاء الحاضنة وتوفير المكان المناسب فإن مطالب الإنتساب من قبل أصحاب المبادرات من الشباب الذين يحملون أفكاراً ابداعية جديدة لتنفيذها تبدأ بالتوافد على الحاضنة، إذ تعمل هذه الأخيرة على منح حزمة من الخدمات للمشاريع خاصة الصغيرة ، وتقوم لجنة متخصصة بدراسة جميع الطلبات المقدمة إليها

ومن ثم إصدار قرارها بشأن قبول أي نوع منها، ومن ثم تعمل على تقديم حزمة من الخدمات والتسهيلات : من مكان عمل للمؤسسات ، خدمات إدارية ، استشارة مالية وقانونية وغيرها من الخدمات.(فتحي عوض برهوم، 1435هـ-2014م، صفحة 81)

● آلية احتضان المؤسسات في حاضنات الأعمال في الجزائر(بوعويينة، 2023، صفحة 1149) :

- اهتمام صاحب المشروع الابتكاري .
- إمكانية فريق العمل على تطبيق الفكرة التي يحملها وبالتالي إدارة المشروع .
- عرض المؤسسة المحتضنة لمشاريع تقوم على استخدام تقنيات عصرية في الانتاج .
- إتاحة الابتكارات والمنتجات والخدمات وغيرها من المعايير .
- وتتم مراحل عملية الاحتضان هذه وفق عملية منتظمة ومحددة وتمر بنفس المراحل في كل الحاضنات وفق الآتي :
- مرحلة الاستقبال والدراسة الأولية: هذه المرحلة تتم على شكل مقابلات شخصية بين إدارة الحاضنة والراغبين من المؤسسات في الالتحاق بها لمناقشة أمور عديدة للتأكد من الآتي :
- مدى تطابق امكانيات المؤسسة مع أهدافها .
- منح الأولوية للنشاطات المبتكرة من أهم مميزات نشاط المؤسسة .
- نوعية المنتجات التي تقدمها المؤسسات الراغبة في الالتحاق بالحاضنة .
- مرحلة الانضمام للحاضنة: مرحلة استلام الملفات وقبولها بعد دراستها من طرف لجنة الحاضنة وعلى إثرها يتم التعاقد بين الطرفين .
- مرحلة نمو وتطوير المشروع : وهي مرحلة تتبع ومراقبة أداء المؤسسات المنتسبة إلى الحاضنة لتوفير المساعدات والاستشارات من الأجهزة الفنية المتخصصة من خلال اعداد رزنامة زمنية تتلائم مع أوقات عمل هذه المؤسسات .
- مرحلة التخرج من الحاضنة: وهي المرحلة النهائية للمشروع داخل الحاضنة أين ينبغي أن تصبح المؤسسة قادرة على مواصلة نشاطاتها ومواجهتها كل التحديات التي تعرضت لها طيلة سنوات الاحتضان التي تكون غالباً من سنة إلى سنتين .

● الخدمات الأساسية التي تقدمها الحاضنة:

- تقديم الخدمات الإدارية (الحناوي و آخرون، 2009، صفحة 17):
- اعداد الفواتير: تعليمهم نظام اعداد الفواتير بالطريقة الصحيحة والقانونية .
- التأمين الصحي : تأمين كامل المنتسبين للحاضنة من عمال ومدراء وملاك هذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- الأجهزة السمعية و البصرية : تقديم الأجهزة السمعية والبصرية لهذه المؤسسات داخل الحاضنة وهو لتيسير وسهولة جميع الشؤون لهذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- إدارة حقوق الملكية الفكرية : عن طريق حماية الابداعات والاختراعات لصاحب المؤسسة الصغيرة والمتوسطة من الانتهاكات الفكرية وتسجيلها باسم هذا المستثمر أو المخترع .
- تأجير المعدات : و يعتبر من الخدمات الإدارية حيث تكون الحاضنة مؤجرة تجهيزات و أدوات لصاحب المؤسسة الصغيرة و المتوسطة أو العكس وتكون وفق التسجيلات والشؤون الإدارية التي تقوم بها إدارة الحاضنة.(العساف و آخرون، 2012، صفحة 522)
- تقديم الخدمات الإستشارية: تقدم الحاضنة مجموعة من الخدمات الاستشارية نذكر منها التالي (بارة، 2018، صفحة 600):
- الاستشارات الفنية: إذ أن الحاضنات تمنح استشارات فنية من مختصين وفنيين في هذا المجال .
- الاستشارات الإدارية: وهو توفير استشارات إدارية من حيث المهام والطرق المعمول بها إداريا وخبراء في هذا المجال .
- الاستشارات التسويقية: تقديم مؤهلات من طرف خبراء التسويق .
- الشؤون القانونية (التعاقدات) وبراءات الاختراعات : اعطاء الطرق التي من خلالها يمكن للمنتسب للحاضنة من القيام بالشؤون القانونية وتدوين براءات الاختراع .
- المحاسبة: إتاحة خبرات في الطرق المحاسبية المعترف بها .
- تدير التمويل : منح طرق تمويل المشاريع التي من خلالها يمول المشروع بطريقة جديدة .
- تنمية الموارد البشرية : ارساء طرق ودروس في تدريب تنمية الموارد البشرية من طرف مختصين في هذا المجال .

- وضع خطط عمل والموازنة للمشروعات الصغيرة : وهو اسناد الطرق التي من خلالها يبدأ المشروع والنقطة المفترض الوصول إليها من خلال الوسائل المتاحة.
- تقديم الخدمات السكرتارية (بارة، 2018، صفحة 61):
- معالجة النصوص والترجمة : تتيح الحاضنة مكاتب لمعالجة النصوص والترجمة للوثائق لهذه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .
- حفظ الملفات : صيانة ملفات ومستندات هذه المؤسسات وهو من خلال ارشيف متطور للحفاظ عليها في حالة احتياجها لها .
- الفاكس والانترنت : توفى بصفة دورية خدمات الفاكس والانترنت لمواكبة التطورات الحاصلة سواء داخل الحاضنة أو خارجها واستقبال المراسلات.....الخ .
- موظفين استقبال : استضافة الموظفين و الانصات إلى شؤوهم وعرضها على مدير الحاضنة .
- الرد على المكالمات التلفونية : الاستجابة للمكالمات الهاتفية بحيث يجدون الإجابة أو يجدون من يدلهم على مبتغاهم وتوجيههم إلى المختص في الموضوع المطروح .
- الروابط الإلكترونية بشبكات المعلومات : وهو خلق مواقع الكترونية بشبكات المعلومات لطرح الاشكاليات و ايجاد حلول لها .
- الخدمات العامة (بارة، 2018، صفحة 62):
- الانخراط في المعارض الداخلية والخارجية .
- إتاحة التجهيزات المكتبية و أجهزة الاعلام الآلي وخدمة الانترنت .
- توفير التكنولوجيات الحديثة الأكثر تقدماً كلما أمكن ذلك .
- الأمن و مكاتب التدريب والمخازن .
- ابلاغ المشاريع المحتضنة بالمختبرات والورش المتخصصة في محيط الحاضنة ومساعدتها على الإتصال بها واستخدام امكانياتها عندما تدعوها الحاجة .
- تقديم برامج تدريبية لأصحاب المشاريع المحتضنة لتقوية روح الريادة ومهارات الإدارة والحسابات المالية والتسويق وغيرها .

- خدمات أخرى (غسان عبد العزيز سرحان، 1443هـ-2022م، صفحة 81) :
- تقديم الخدمات اللوجستية والدعم الفني : حيث توفر الحاضنة للمؤسسة الناشئة أماكن احتضان ملائمة ومريحة ، تساعد على مزاولة أعمالها بسهولة وتزودها بالخدمات المختلفة: كالانترنت ، والكهرباء، وبكافة المعدات اللازمة لتطوير المشروع.
- تقديم الخدمات التسويقية : يتم توفير خدمات التسويق الالكتروني بكافة أنواعه من قبل أشخاص ذوي خبرة في هذا المجال ، إلى جانب تنظيم المعارض للشركات ، إضافة إلى مساعدة المؤسسات المحتضنة على التواصل مع وسائل الاعلام للتعريف بمنتجاتهم ومشاريعهم .
- وسيتم الكشف عنه في حاضنة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY .

7- واقع وآفاق حاضنات الأعمال في الجزائر

حاضنات الأعمال تلعب دوراً حيوياً في دعم المشاريع الناشئة من خلال توفير التسهيلات والمساعدات الضرورية لإنشاء هذه المشاريع تهدف حاضنات الأعمال في الجزائر إلى تعزيز القدرات الريادية وتشجيع الابتكار والنمو الاقتصادي من خلال توفير الدعم الفني والمادي، وتقديم الاستشارات في مجال إدارة المشروعات. بالإضافة إلى ذلك، تسعى حاضنات الأعمال في الجزائر إلى توفير حماية الملكية الفكرية وتقديم الدعم المالي والتمويل للمشاريع الناشئة، مما يساهم في تعزيز الاقتصاد المحلي وتحفيز الابتكار والريادة. (مقدم، عدنان، و بحوصي، 2021، صفحة 162)

وحسب القانون رقم 18/01 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصادر في سنة 2001 والذي أشار إلى مشاتل المؤسسات ، و على أن المحضنة تعتبر شكل من اشكال المشاتل والتي تعمل على دعم ومساعدة المشاريع القائمة ، بينما يشمل مفهوم الحاضنات في الدول المتقدمة والنامية كل أنواع المشاريع .

تعدّ نزل المؤسسات النوع الأقرب إلى معنى حاضنات الأعمال المطبق في الدول التي لديها خبرة في الميدان، من خلال تركيزها على المؤسسات العاملة في مجال البحث والتطوير ، وتجسيدها مشروع إقامة مشاتل و محاضن المؤسسات ومراكز التسهيل في الجزائر سعت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية إلى إنشاء 11 محضنة ، وفي سياق البرنامج التكميلي لدعم النمو تمّ رصد مبلغ 04 مليار دينار لدعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، حيث سيتم زيادة عدد المحاضن ليبلغ 20 محضنة أما فيما يخص مراكز التسهيل فقد أنشأت وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة والصناعات التقليدية 14 مركز تسهيل

على مستوى 14 ولاية ، ثم انشاء 21 مركز في مرحلة ثانية ليبلغ عدد المراكز 35 مركز. (صدوقي، بوشيجي، و يقور، 2020، الصفحات 94-95)

ثانياً: ماهية المؤسسات الناشئة

1- نشأة المؤسسات الناشئة في الجزائر:

هي عملية تأسيس و تطوير شركات جديدة تهدف إلى تطوير منتجات أو خدمات فريدة وتقديمها إلى السوق، تتميز المؤسسات الناشئة بإمكانيات النمو العالية والتمويل من أصحاب الرأس المال الإستثماري أو المستثمرين الملاك لتمويل خطط النمو الخاصة بها في الجزائر، يشكل مصطلح المؤسسات الناشئة إحدى المصطلحات الفتية ويشكل التباساً في تحديد مفهومه بدقة . يمكن تمييز المؤسسات الناشئة عن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث الحدثة ، التمويل ، أو الأهداف يعتبر الإستثمار الجريء أحد أوجه الوسائل التمويلية للمؤسسات الناشئة حيث يتلخص في قيام مجموعة من المستثمرين بشراء حصص في شركات ناشئة أو صغيرة يعتقدون أن لديها القابلية للنمو والتوسع في المستقبل. (بسويح، ميموني، و بوقطاية، 2020، صفحة 407،408)

و بدأ استخدام مصطلح "مؤسسة ناشئة"، "start-up" بعد الحرب العالمية الثانية ، وقد ازدهرت في كنف المؤسسة الأمريكية الشهيرة لرأسمال الاستثمار silicon velley. بحيث أصبحت بعد سنوات قليلة مشروعات متوسطة، قفز أغلبها إلى مصاف المشروعات الكبرى التي تغزو منتجاتها كافة أسواق العالم. (جروني و لموشية، 2021، صفحة 142)

وتمر دورة حياة المؤسسة الناشئة بستة مراحل (زقاي و ميلودي، 2020، الصفحات 253-254):

المرحلة الأولى: ما قبل الانطلاق، وتبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة ، حيث يقوم شخص ما، أو مجموعة من الأفراد بعرض نموذج أولي لفكرة ابداعية جديدة أو حتى مبتكرة ، وخلال هذه المرحلة يتم التوغل في البحث ، ودراسة الفكرة جيداً ودراسة السوق والسلوك و أذواق المستهلك والمستههدف للتأكد من القدرة على تطبيقها على أرض الواقع وتطويرها واستمرارها في المستقبل والبحث عن تمويلها ، وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي (شخصي) ، مع امكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية .

المرحلة الثانية: مرحلة الانطلاق: في هذه المرحلة يتم اخراج الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة ، وربما أصعب شيء ممكن أن يواجه صاحب المشروع في هذه المرحلة هو أن يجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع ويمولها مادياً.

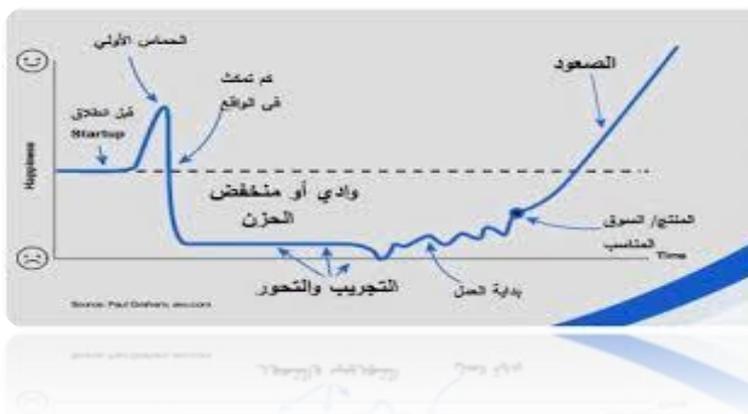
المرحلة الثالثة: مرحلة مبكرة من الاقلاع والنمو: يبلغ المنتج فيها الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم يمتد العرض ويبلغ المنتج الذروة في هذه المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكريه الأوائل ، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد المعارضين للمنتج ويبدأ الفشل ، أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو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

المرحلة الرابعة: الانزلاق في الوادي: بالرغم من مواصلة الممولين المغامرين (رأس المال المخاطر) 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 و أن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة .

المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر: ويستمر رائد الاعمال في هذه المرحلة بادراج تعديلات على منتجه واطلاقصدارات محسنة، لتبدأ المؤسسة الناشئة بالنهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة وامتلاك الخبرة لفريق العمل ، ويتم اطلاق الجيل الثاني من المنتج وضبط سعره وتسويقه على نطاق واسع .

المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع: في هذه المرحلة يتم تطوير المنتج بأسلوب نهائي ويخرج من مرحلة التجربة والاختبار وطرحه في السوق المناسبة ، وتبدأ المؤسسة الناشئة في النمو المستمر ويبدأ المنحنى بالارتفاع، حيث يحتمل أن 20 إلى 30% من الجمهور المستهدف قد ارتكز على الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم وتحقيق الأرباح الضخمة.

الشكل رقم(01): منحنى دورة حياة المؤسسة الناشئة startup



المصدر: (بوالشعور، 2018، صفحة 421)

2- خصائص ومميزات المؤسسات الناشئة

- خصائص المؤسسات الناشئة (بوغمبوز ا.، 2023-2024، الصفحات 6-7):
- منتج أو خدمة مبتكرة : تستثمر المؤسسات الناشئة في المنتجات المبتكرة والعصرية التي لم يتم تناولها سابقاً.
- سريعة النمو: من احدى الميزات التي تحدد مدلول المؤسسة الناشئة هي تحقيق نموها السريع وتوليد ايراد أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل .
- النموذج الأولي: يقوم النموذج الأولي للمؤسسات الناشئة عن تجربة المنتج قبل اطلاق الشركة، وهو ما يساهم في نجاح المؤسسة الناشئة .
- نموذج الأعمال: تعتمد المؤسسات الناشئة على نمط تطوير يهدف إلى تحقيق القابلية للانتشار بشكل كبير، ويكون نموذج أعمال تجاري مرن .
- التحول الرقمي: تعتمد المؤسسات الناشئة على التكنولوجيا للنمو و التطور، وكذلك لتسهيل الترابط مع الزبائن والعملاء عبر منصات الانترنت .
- التمويل: تستند المؤسسات الناشئة على التمويل الذاتي أو التمويل من رأس مال المخاطر.
- منهجيات وأدوات الإدارة : تركز المؤسسات الناشئة على أسلوب المؤسسة الناشئة النحيلة(نمذجة الأعمال وتطوير العملاء والتنمية المتجاوبة)، بينما تعتمد مؤسسات غير ناشئة على خطة العمل ومقاييس الأداء وتحسين العمليات .
- التركيز على العملاء : تطلع المؤسسات الناشئة إلى إقامة أسواق جديدة، بينما تعتمد مؤسسات غير ناشئة على العملاء الحاليين الذين يتم استدراجهم أو نسيانهم من قبل المنافسين .

و تتميز المؤسسات الناشئة عن غيرها من المؤسسات الكلاسيكية بمجموعة من الخصائص نذكر أهمها (هاني، 2020، صفحة 52):

- شركات حديثة العهد: يخطئ الكثير من الناس في تصنيف الشركات الصغيرة على أنها شركات ناشئة.
- شركات شابة يافعة و أمامها خياران: إما الازدهار والتحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.
- شركات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد: من احدى السمات التي تحدد معنى المؤسسة الناشئة start-up هي امكانية نموها السريع وتوليد مدخول أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبها للعمل.
- شركات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها: تتميز الstart-up بأنها شركة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة Innovation، واشباع حاجات السوق بطريقة ذكية وحديثة.
- شركات تتطلب تكاليف مخفضة: يتضمن معنى الشركة الناشئة start-up أنها شركة تستلزم تكاليف صغيرة جداً بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ماتأتي هذه الأرباح بشكل متسارع وفجائي بعض الشيء، ومن الأمثلة على startup نذكر Apple، جوجل، مايكروسوفت... الخ.
- **مميزات المؤسسات الناشئة:** (عثمانية و بلعابد، 2020، صفحة 360):
 - قدرتها على التأقلم مع التحديات وتغيير نموذج العمل بسرعة.
 - تعدد المؤسسات الناشئة محوراً للتقدم الإقتصادي، حيث تبحث عن نموذج عمل قابل للتكرار والتطوير.
 - هذه المؤسسات تتميز بالقدرة على تحقيق أرباح كبيرة وتوفير الإنتاج دون زيادة التكاليف.
- أما فيما يخص معايير اعتبار مؤسسة ناشئة التي تميزها عن غيرها من المؤسسات الأخرى، حددتها المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 254/20 وفق مايلي (سويقي، 2021، صفحة 4):
- خضوع المؤسسة للقانون الجزائري.
- يجب أن لا يتجاوز عمر المؤسسة ثماني (08) سنوات.
- يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة.
- يجب ألا يتجاوز رقم أعمالها السنوي المبلغ الي تحددده اللجنة الوطنية.
- أن يكون رأسمال الشركة مملوكاً بنسبة 50% على الأقل، من قبل أشخاص طبيعيين أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة "مؤسسة ناشئة".
- يجب أن تكون امكانية نمو المرسنات كبيرة بما فيه الكفاية.

- يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250 عامل، مثل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

3- أهمية المؤسسات الناشئة:

تكمن أهميتها في (بن طيبة، 2022، صفحة 195):

- قدرتها على تشجيع الابتكار وتطوير الاقتصاد .

- اعطاء فرص جديدة للعمل .

- تساهم في إيجاد حلول مبتكرة للصعوبات الاجتماعية والإقتصادية .

- تدعم النمو الإقتصادي وتعمل على توفير فرص استثمارية .

- تعزيز التنمية المستدامة .

بعدما شهد العالم بروز مشروعات شابة إلى عالم الشهرة والمال ، أضى ضرورياً تبيان أهمية

المؤسسات اقتصادية واجتماعيا وتنافسيا من خلال (محمودي، 2021، الصفحات 143-144):

- الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الناشئة: تشغل المؤسسات الناشئة مكانة هامة في خريطة الاقتصاديات

المعاصرة، وأحد مفاتيح التنمية الاقتصادية المستمرة، حيث تؤدي دوراً هاماً في محتوى الاقتصاد الوطني من

خلال تدعيم المتغيرات الاقتصادية، وتحقيق التطور الاقتصادي، كذلك الدور الذي تلعبه في خدمة

المشروعات الكبرى، حيث عرفت المؤسسات الناشئة صعوداً هاماً ، و ذلك يكسبها شهرة أكبر تؤثر ايجابياً على

تلك المؤسسات في مختلف المتغيرات الاقتصادية ، كما قال (سيلفان فيكام) بأنّ: " عدد المشروعات الصغيرة

لم يتوقف عن التزايد في البلدان الصناعية..... لمواجهة عالمية الاسواق ويبدو أنّ الفكر التقليدي الذي يحرص

على زيادة الوحدات الكبرى والمتراطة لم يعد ملائماً.

- الأهمية التنافسية للمؤسسات الناشئة: تساهم المؤسسات الناشئة بفاعلية في احراز التطور الاقتصادي،

باعتبارها عاملاً هاماً للمنافسة وذلك راجع للطبيعة الخاصة التي تميز تلك المؤسسات ، إذ تحتل مرتبة

وسطى بين المشروعات الصناعية الكبرى والاستقلالات الفردية الصغيرة جداً ، وقد انتهت الدراسات الحديثة

المتعلقة ببحث القواعد اللازمة للصمود التنافسي أن تبني المؤسسات الناشئة أسواقاً تتميز بأنها أكثر قدرة

على الصمود التنافسي، وذلك راجع لميزة الابداع والابتكار التي تتمتع بها هذه المؤسسات ، هذا ما يزيد من

التنافس فيما بينها لأنه كلما كان النشاط ناجحاً فإنّ عدد المؤسسات الراغبة في التقدم إلى هذا النشاط يكون

كبيراً.

- الأهمية الاجتماعية للمؤسسات الناشئة: برهنت هذه المؤسسات خلال عقود مضت على قدرتها في زيادة

حجم العمالة والتوظيف وامتصاص نسب البطالة ، حيث بينت تجارب الدول التي ازدهرت فيها هذه

المؤسسات واستطاعتها تأمين نسب عالية من حجم التوظيف في تلك البلدان ، وعليه يمكن اعتبارها أكثر استمرارية من المشروعات الكبرى في مجال خلق الوظائف، والحد من عوامل الهجرة إلى مناطق الاستقطاب السكاني ، وذلك راجع لقدرتها على التوسع داخل كافة القطاعات وعلى نطاق جغرافي واسع . ويمكن تلخيص أهمية المؤسسات الناشئة في الدول السائرة في طريق النمو كالتالي (حسين و صديقي، 2021، صفحة 72) :

- نشر القيم الايجابية في المجتمع : معالجة العديد من المشاكل عن طريق الابحاث التي تقوم بها للتطوير و ادخال قيم جديدة للمجتمع والمساهمة في تطوير ثقافة المستهلك وتشجيعه على تقبل التغيير.
 - استثمار المدخرات وتعزيز وجذب المستثمرين ورأس المال الأجنبي : القدرة على توظيف مدخرات أصحاب المشروع بدلا من ادخارها أو موظفة في مجالات لا تخلق قيمة مضافة .
 - قدرتها على التأقلم والاستجابة السريعة : من خلال مرونة عملياتها وسهولة الحلول التي نجلبها تأتي المؤسسات الناشئة بحل مشاكل تكاليف الانتاج للشركات الكبرى والحلول للمشاكل الثقيلة .
- 4- أهداف المؤسسات الناشئة (بورنان و صولي، 2020، صفحة 134) :

- تنوع وتضم الإبتكار وتطوير منتجات أو خدمات جديدة .
 - تحقيق النجاح و الربح .
 - زيادة فرص العمل .
 - احراز تأثير إيجابي على المجتمع .
- وهناك أهداف أخرى تسعى المؤسسات الناشئة إلى تحقيقها كالاتي (بختي، 2020، صفحة 537) :
- تشجيع روح المبادرة الفردية والجماعية باستحداث أنشطة اقتصادية سلعية أو خدمية لم تكن موجودة من قبل ، و احياء أنشطة اقتصادية ثم التخلي عنها لأي سبب كان ، ومثال ذلك تنشيط الصناعات التقليدية المتناولة في قطاع الصناعة وقطاع البناء والأشغال العمومية ...الخ.
 - استحداث فرص عمل جديدة سواء بصورة مباشرة ، بالنسبة لمستحدثي المؤسسات أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدامهم أشخاص آخرين .

- إعادة ادماج المسرحيين من مناصب عملهم جراء الافلاس لبعض المؤسسات العمومية أو بفعل تقليص حجم العمال فيها ، جراء إعادة الهيكلة أو إعادة استغلال النشاط ، وهو ما يدعم امكانية تعويض بعض الأنشطة المفقودة .
- يمكن أن تمثل أداة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية مما يجعلها أداة هامة لترقية واثمين الثروة المحلية واحدى وسائل الاندماج والتكامل بين المناطق .
- تطمح أن تكون حلقة وصل في النسيج الاقتصادي من خلال مجمل العلاقات التي تربطها بباقي المؤسسات المحيطة والمتفاعلة معها ، والتي تشترك في استخدام نفس المداخلات.
- تدعيم فئات عديدة من المجتمع خاصة التي تمتلك الأفكار الاستثمارية الجيدة ولكنها لا تملك القدرة المالية والإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية .

5- واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر

- شهدت تطوراً ملحوظاً في السنوات الأخيرة من خلال زيادة في عدد المشاريع الناشئة والإهتمام بها من طرف المستثمرين والحكومة ، تهدف هذه المؤسسات إلى تعزيز الإبداع وتطوير الإقتصاد المحلي وتوفير فرص عمل للشباب ، ومن المتوقع أن تستمر آفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر في النمو والتطور في المستقبل وبالنسبة للجزائر وبالرغم من وجود بعض المبادرات المحدودة في انشاء مؤسسات ناشئة إلا أنه ولنهية هذه اللحظة لا توجد تجربة رائدة كما يلاحظ أن أغلب المؤسسات الناشئة تنشط في مجال التسويق الإلكتروني مثل : شركة باتوليس (Batolis). (عيساوي و الهزام، 2020، صفحة 58)
- موضوع المؤسسات الناشئة في الجزائر يعتبر من أكثر المواضيع التي تسلطت عليها الاضواء في بيئة الاعمال الجزائرية مؤخراً ، إلا أنّ الجزائر عرفت تأخر في اطلاق هذا النوع من المؤسسات خاصة في ظل التأخر التكنولوجي المسجل في عدة قطاعات منها غياب ثقافة الابتكار وخلق المؤسسات إضافة إلى ضعف الانفاق الحكومي على البحث العلمي والتطوير والذي لا يتجاوز نسبة 01% من الناتج المحلي الاجمالي لسنة 2016 محتلة بذلك المرتبة 64 عالمياً. (بسويح، ميموني، و بوقطاية، 2020، صفحة 409)
- ومن أهم الاجراءات المستخدمة في سبيل دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر نذكر منها (بسويح، ميموني، و بوقطاية، 2020، صفحة 413) :

- صياغة إطار تنظيمي ووظيفي وقانوني لبدء العمل وكذلك ايجاد الطرق والوسائل لتقييم أدائها ووضع خارطة طريق لتمويلها .

- اعداد صندوق خاص بتمويل المؤسسات الناشئة بالتعاون مع البنوك العمومية.
- مشروع تأسيس مجلس وطني للابتكار.
- سنّ الإطار القانوني الذي يحدد مفاهيم المؤسسات الناشئة والحاضنات وكذا المصطلحات الخاصة بالنظام البيئي لاقتصاد المعرفة، من أجل تسهيل اجراءات انشاء هذه الكيانات .

6- التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة

وتشتمل على نقص التمويل وصعوبة الوصول إلى رأس المال اللازم للنمو، والمنافسة في سوق مليئة بالمؤسسات الكبرى ، وضغوط الوقت والموارد لتحقيق النجاح بسرعة ، كذلك التحديات القانونية والتنظيمية ، اكتساب الثقة من العملاء والشركاء ، ورغم كل ذلك بالتصميم والإصرار والابتكار يمكن للمؤسسات الناشئة تجاوز هذه التحديات وتحقيق النجاح ، حيث يمكن تقسيم هذه التحديات إلى : تحديات الثقافة والوعي، التحديات الإجتماعية، التحديات التكنولوجية، التحديات المالية.(بوغمبوز و جباري، 2022، صفحة 603،602)

ومن التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة في الجزائر أيضا نذكر منها (بسويح، ميموني، و بوقطاية، 2020، صفحة 418):

- رهبة المؤسسات الناشئة من عدم تلقيها روايتها من قبل المؤسسات لأن هذه الأخيرة تمتلك كل القوة .
- السوق الصغير: مع أن عدد الشركات الناشئة العربية أقل من تلك الغربية إلا أن هذا له تبريره بصغر حجم السوق العربي عموما ، وهناك عوامل عدة تلعب دور يجعله صغيراً سواء عدد السكان أو نسبة انتشار الانترنت من خلال تسهيل الدفع الالكتروني ، وثقافة المؤسسات الناشئة بحد ذاتها .
- رواد أعمال بدون خبرة : يقتضي الأمر خبرات مختلفة بنفس الشخص ، فلو كنت مبرمجاً متقناً لعملك وعدة لغات برمجية ولديك بالفعل عدة مواقع ، لكن يجب عليك أن تلم ببعض أساسيات الإدارة مثل : الهيكل التنظيمي وفرق العمل والتسويق والاستراتيجية .
- فريق العمل : أولا يظهر هذا التحدي من أنه لا يوجد قسم موارد بشرية في الشركة المنوط به استقطاب الموظفين للعمل بها ، بل الأمر يبدأ بالفحص في دائرة المعارف والطلب منهم ترشيح بعض الموظفين وهنا يدخل عامل المحاباة بالمنتصف ليؤثر على مبدأ التوظيف بناءً على الكفاءة وليس المجاملة.

- التمويل : جميع المؤسسات الناشئة تتفق بأن أبرز تحدي أمامها هو الحصول على التمويل بأشكاله المختلفة سواء كان تمويل بذرة للبدء بإطلاق المؤسسة أو تمويل نمو لتوسيع أعمالها أو تمويل تسريع لزيادة النمو بمعدل أسرع .

علاقة حاضنات الأعمال بالمؤسسات الناشئة

حاضنة الأعمال توفر بيئة داعمة للمؤسسات الناشئة من خلال تقديم الإرشاد والدعم في مختلف المجالات مثل التطوير العلمي والتسويق والتمويل، تعتبر مؤسسات الشركات الناشئة جزءاً أساسياً من الإقتصاد حيث تساهم في تعزيز الابتكار وخلق فرص العمل وتحفيز النمو الإقتصادي.(ديلي و آخرون، 2022، صفحة 108)

تعدّ حاضنات الأعمال من القطاعات الفاعلة الاقتصادية كونها منتجاً راعياً للمؤسسات الناشئة في هيئات الأعمال الساعية للنمو والتطور وادراج الإقتصاد العالمي لما لها أهمية كبيرة في دعم مكانة المؤسسات الناشئة، وتمنح العديد من الفوائد للمؤسسات الناشئة فهي توفر المساحة الجغرافية والبنية التحتية للعمل بالإضافة إلى الدعم الفني والمالي وتتيح أيضاً الفرصة للتعلم والتواصل مع رواد الأعمال والاستفادة من خبراتهم ، بالإضافة إلى ذلك تقدم حاضنات الأعمال مجموعة متنوعة من الموارد للمؤسسات الناشئة يمكن أن تشمل هذه الموارد المساحة الجغرافية للعمل ، والبنية التحتية مثل : المعدات التقنية . (بروال، 2017، صفحة 22)

وبالرغم من الدور الفعال الذي تلعبه حاضنات الأعمال في دعم وترقية المؤسسات الناشئة في الإقتصاد الوطني إلا أنها تواجه تحديات في علاقتها بالمؤسسات الناشئة وهذا يعود لمجموعة من النقائص نذكر منها(بوعزة، 2023، صفحة 200) :

- حداثة ومحدودية كل من فكرة حاضنات الأعمال والشركات الناشئة وقلّة الوعي بها في الجزائر.
- بُعد حاضنات الأعمال عن المناطق الحضرية ونقص تجاربها في مجال زيادة الأعمال .
- قلة القدرة على الترويج للابتكارية الجديدة .
- الخبرات المحدودة لأصحاب المشاريع المبتكرة .
- قلة الإحاطة بطبيعة الأسواق الداخلية والخارجية.

سنحاول في هذا البحث التعرف على علاقة حاضنة Innoest Company بالمؤسسات الناشئة و ما انواع الدعم الذي تقدمه لها .

7- دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة

- يمكن أن نلخص دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة يتمثل في تقديم الدعم اللازم للمشاريع الناشئة لتمكينها من النجاح والنمو. إذ يشتمل هذا على الأدوار الرئيسية (بوالشعور، 2018، صفحة 423):
- توفير الدعم الفني والاستشاري: مساعدة أصحاب المشاريع الناشئة في تخطي التحديات وإحراز أهدافهم.
- توفير الدعم المالي والتمويل: تقدم الدعم المالي للمشاريع الناشئة والتمويل الضروري لاطلاق أو تطوير أعمالها.
- توفير البنية التحتية والموارد: دعم نمو المشاريع الناشئة و تيسير الوصول إلى البنية التحتية اللازمة والموارد المهمة.
- توفير حماية الملكية الفكرية: تعزيز الابتكار ومساعدة في حماية حقوق الملكية الفكرية للمشاريع الناشئة.
- توفير الفرص التعليمية والتدريبية: تنمية مهارات وزيادة فرص نجاح و عرض الفرص التعليمية والتدريبية لأصحاب المشاريع الناشئة.
- حاضنات الاعمال تلعب دوراً مهماً وحاسماً في دعم المؤسسات الناشئة وتعزيز نجاحها فهذه الهيئات توفر للشركات الناشئة الدعم والإرشاد اللازمين لتطوير أعمالها وتحسين أدائها (بوضياف، 2020، صفحة 106):
- توفير فرص للتواصل و التعارف مع مستثمرين وشركاء محتملين لتوسيع شبكة العلاقات وتفاقم فرص النجاح.
- تدعيم فرص نجاح المؤسسات الناشئة من خلال تقديم الخبرات السابقة والمصادر التجارية الناجحة . والتي يمكن للشركات الناشئة الاستفادة منها لاتخاذ القرارات الصائبة وتحقيق النجاح.
- توفير برامج تسريع النمو: تقدم الحاضنة برامج تساعد المؤسسات الناشئة على تسريع وتيرة نموها وتطوير أعمالها بشكل فعال .
- توجيه وتدريب : توفر الحاضنة الارشاد والتوجيه للمؤسسين في نطاق إدارة الاعمال ، وتقدم الدورات التدريبية لتعزيز مهاراتهم ومعرفتهم .
- ربط المؤسسات بالمستثمرين : تدعم الحاضنة الشركات الناشئة الوصول إلى شبكة من المستثمرين والجهات الاستثمارية المحتملة لدعم تمويلهم .

- تقديم المساحات العملية توفر الحاضنة ساحات عمل مشتركة وبيئة داعمة وملائمة للابتكار والعمل الجماعي .

باختصار، حاضنات الأعمال تلعب دوراً حيوياً في دعم المؤسسات الناشئة من خلال توفير الدعم الشامل الذي يساعدها على النمو والازدهار في السوق .
وهذا ما سيتم دراسته في حاضنة المؤسسات الناشئة Innoest Company.

خلاصة الفصل

تم من خلال هذا الفصل التطرق إلى أهم الجوانب الأساسية المتعلقة بحاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة إذ أنه تم التعرف على الدور الحاسم الذي تلعبه حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة، حيث توفر لهم البيئة المناسبة والموارد اللازمة لنجاحهم ، مثل مساحات العمل المشتركة والتدريب والإستشارات والشبكات تساعد المؤسسات الناشئة على تجاوز التحديات وتطوير أفكارهم وتحقيق نمو مستدام بفضل دعم الحاضنات يمكن للمؤسسات الناشئة أن تكون أكثر نجاحاً واستدامة في سوق الأعمال.



الفصل الرابع: الدراسة الميدانية



الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

تمهيد

أولاً: تقديم حاضنة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY

- الهيكل التنظيمي للحاضنة

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

1- عرض وتحليل دليل المقابلة

2- نتائج الدراسة

تمهيد

يمثل الإطار التطبيقي للدراسة المرحلة الأخيرة والمهمة من البحث ، والذي من خلاله يتم إثراء البحث العلمي بالمعلومات التي تم جمعها وذلك من خلال دراسة حالة حاضنة innoest company -تيسة- ، وإتباع خطوات البحث العلمي التي تساعدنا في الوصول إلى نتائج أقرب إلى الدقة و أكثر مصداقية والتي من خلالها يمكن الإجابة عن إشكالية الدراسة.

أولاً: تقديم حاضنة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY

حاضنة innoest company هي حاضنة عامة للشركات الناشئة في ولاية تبسة قيمتها المضافة هي التنمية في إطار الشراكة وتطوير المؤسسات الناشئة على المستوى المحلي والتزامها بدعم قادة المشاريع وتوجيههم نحو القطاعات ، تأسست سنة 2020 في إطار برنامج رئيس الجمهورية لتشجيع المؤسسات الناشئة و خلق اقتصاد المعرفة كأول حاضنة أعمال بالشرق الجزائري على مستوى ولاية تبسة ، كما تحصلت على وسم حاضنة أعمال رقم 0903213011 بتاريخ 11 مارس 2021 من طرف رئيس اللجنة الوطنية الدكتور ياسين وليد وزير المؤسسات الناشئة و المصغرة و اقتصاد المعرفة تمثل هذه الحاضنة مكاناً مهماً لدعم وتمويل رواد الأعمال والشباب الطموح الذين يسعون لتطوير مشاريع مبتكرة . يتعاونون مع هذه الحاضنة للحصول على الدعم و الإشراف اللازمين لضمان نجاح مشروعاتهم. وتكمن أهدافها فيما يلي : دعم عمليات التسويق لمشاريع الشباب. تعزيز وتسويق أفكار ومشروعات الشباب من خلال وسائل التواصل الإجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة ، جذب العملاء والمستثمرين والشركاء المحتملين ، زيادة الوعي بمشروعات الشباب. إنشاء بطاقات موجزة هدفها تعريف وتلخيص نشاطات المؤسسات الناشئة مرحلياً التطوير من الفكرة الى مؤسسة ناشئة وتقديم خدمات عديدة مثل توفير مساحات عمل مشتركة ، تمويل النموذج المصغر Prototype، تقديم الخدمات التدريب و الاستشارات لأصحاب الأفكار الإبداعية من أجل بلورة فكرتهم ، تسويق المنتج أو الخدمة، المرافقة الإدارية والتقنية، ترشيح المشاريع المحتضنة للمشاركات في التظاهرات و المسابقات الوطنية و الدولية.

الهيكل التنظيمي لحاضنة المؤسسات الناشئة innoest company

مجلس إدارة الحاضنة : والذي يتكون من المدير "الدكتور بوغمبوز ابراهيم خليل"

المساعد الإداري: السيد "أيمن بورناني"

رئيس المجلس العلمي: السيد "عبد الرؤوف سايعي"

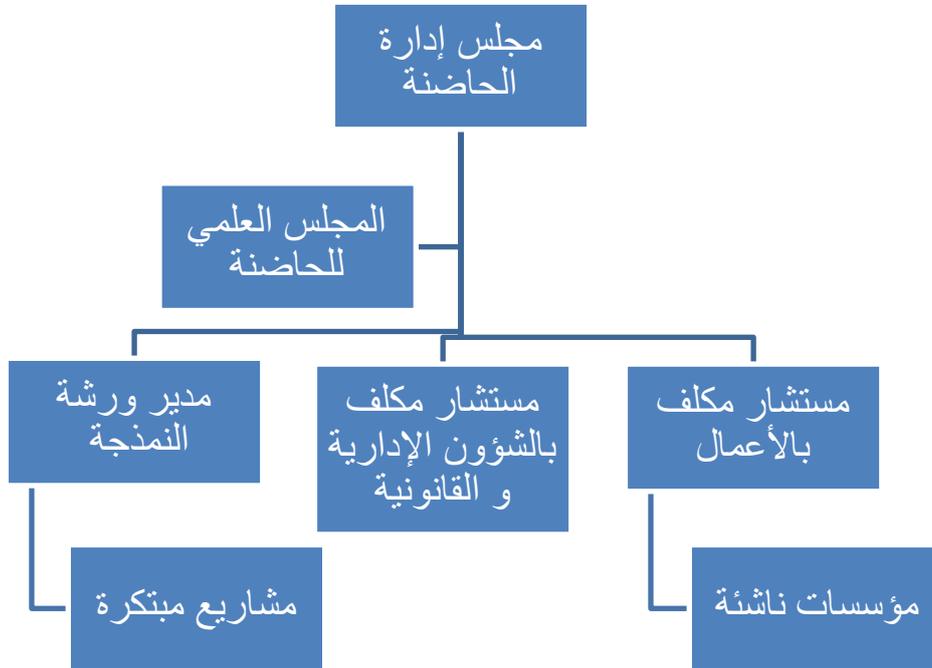
مستشار مكلف بالأعمال : حيث يقوم المشرف على تسيير كافة الأعمال الخاصة بالحاضنة

مستشار مكلف بالشؤون الإدارية والقانونية : حيث يقوم المشرف بإدارة الشؤون الإدارية والقانونية الخاصة بالحاضنة.

مدير ورشة النمذجة: حيث يقوم المشرف بإدارة المشاريع المنمذجة وتقديمها لرئيس الحاضنة.

قسم المؤسسات الناشئة

قسم المشاريع المبتكرة



ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

مقدمة: أجرينا دراسة نوعية باستخدام مقابلات مقننة مع ثلاث من مسؤولي الحاضنة حيث تمّ إجراء المقابلة في الفترة الممتدة من 23 مارس إلى 25 مارس 2024 مع مدير الحاضنة والمساعد الإداري ورئيس المجلس العلمي ضمن حاضنة INNOEST COMPANY نظراً لمكانتهم ودورهم في الحاضنة وهذا من خلال ملاحظتنا وما استنتجناه خلال دراستنا الإستكشافية والمقابلات غير المقننة ونظراً لمحدودية عدد الأفراد الذين أُجريت معهم المقابلة ثلاث أفراد راجع للعدد القليل المكونين للحاضنة حسب الهيكل التنظيمي أنظر الصفحة (78).

وكان الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو الكشف عن كيفية استخدام حاضنة INNOEST COMPANY مواقع التواصل الاجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة التي تم تحديدها في دليل المقابلة التالي:



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة الشيخ العربي التبسي- تبسة –
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية – تبسة -

القسم: سنة ثانية ماستر

التخصص: اتصال تنظيبي

دليل مقابلة في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان: استخدام حاضنة
مواقع التواصل الإجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة INNOEST COMPANY

تحت إشراف: د. وفاء مطروح

من انجاز الطالبتين :

- فضيلة مرامرية
- سناء مصباحي

يسرنا أن نضع بين أيديكم دليل المقابلة للدراسة العلمية المعنونة ب: استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الإجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة. وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص إتصال تنظيبي حيث تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الإجتماعي في تعزيز ودعم مكانة المؤسسات الناشئة . ولثقتنا العالية بكم ، وبحرصكم على خدمة البحث العلمي ، نرجو التفضل بالإجابة على أسئلة المقابلة المرفقة ، حيث أن المعلومات التي ستزودنا بها محورية وهامة لإنجاح هذا العمل ، لذلك نرجو توشي الدقة في الإجابة عليها. كما نود التأكيد أن الإجابة على هذه الأسئلة ، وهذه المعلومات لن يتم استخدامها إلا لغرض علمي

شاكرين ومقدرين كريم تعاونكم

وتفضلوا بقبول وافر التحية والإحترام

السنة الجامعية: 2024 /2023

أسئلة المقابلة:

1- ماهو عدد المؤسسات الناشئة في حاضنة innoest company ؟

.....

2- ماهو نوع المؤسسات الناشئة في حاضنة innoest company ؟

أ- مؤسسة ناشئة خاصة

ب- مؤسسة ناشئة عامة

3- على أي أساس يتم احتضان المشاريع المبتكرة ؟

.....

4- ماهي الأهمية التي تكتسبها حاضنة innoest company في المحيط الذي تنشط فيه ؟

.....

5- ماهو تقييمكم للعلاقات التي تربط حاضنة innoest company بباقي مكونات المحيط الذي تنشط

فيه ؟ مع التبرير؟ اودعم اجابتك بالشرح أوالمعلومات الكافية ؟

أ- علاقات جيدة

ب- علاقات سيئة

ج- لا توجد علاقات

التبرير :

6- هل تتميز حاضنة innoest company عن غيرها من الحاضنات ؟

لا-

نعم -

- اذا كانت الاجابة بنعم ماهي الخصائص التي تميزها عن غيرها ؟

أ- سرعة اتخاذ القرار

ب- معالجة المشاكل المطروحة

ج- دعم المشاريع الصغيرة

د- دعم المشاريع خلال فترة زمنية تمتد من النشأة الى غاية النضج

7- ماهي البرامج التي تقدمها حاضنة innoest company لدعم رواد الاعمال؟

أ- خدمات الاحتضان

ب- مساحات العمل المشتركة

ج- معدات العمل

د- الدعم في الاحداث

هـ- المرافقة الادارية

8- ماهي اشكال الدعم التي تقدمها حاضنة innoest company لدعم مكانة المؤسسات الناشئة؟

.....

9- هل تستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال رسمية؟

- لا

- نعم

10- ماهي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف حاضنة innoest company؟

أ- التعريف بحاضنة innoest company

ب- نشر اعلانات خاصة بحاضنة

11- ماهي مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل حاضنة innoest company؟

أ- التواصل بين ادارة الحاضنة وعمالها

ب- التعريف بالمستجدات وآخر التطورات

ج- إنجاز العمل عن بعد

12- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟ مع التبرير؟

أ - موقع Facebook

ب- موقع Twitter

ج- موقع What 'sapp

د- موقع Instagram

هـ- موقع youtub

و- موقع linked in

التبرير:

13- من المسؤول عن استخدام هذه المواقع ؟

.....

14- ماهي الخاصية الاساسية التي جعلت الحاضنة تستخدم منصات التواصل الاجتماعي ؟

أ- التفاعلية

ب- سرعة الوصول الى الجماهير

ج- سهولة الاستخدام

د- اختصار الجهد

هـ- اختصار الوقت

15- كيف تتم عملية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

أ- اعلانات فقط

ب- تواصل دائم

16- ماهو الهدف التي تسعى حاضنة innoest company لتحقيقه من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

أ- تسويق أفكار الشباب ومشروعاتهم

ب- جذب العملاء والمستثمرين والشركاء المحليين

ج- زيادة الوعي بمشروعات الشباب

17- ماهي نسبة نشر المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من حاضنة innoest company؟

أ- أكثر من منشور فالיום

ب- منشور واحد في اليوم

ج- منشور في ثلاثة ايام

د- منشور في الاسبوع

18- ماهي اهم الخدمات التي تقدمها حاضنة innoest company من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

أ- خدمات استشارية

ب- خدمات مالية

ج- خدمات عامة

د- خدمات اخرى اذكرها

19- في حالة وقوع حاضنة innoest company في مشكلة أو أزمة هل تلجأ الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإيجاد حل؟

- لا

- نعم

20- هل تمكنت الحاضنة من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي من:

أ- التعريف بالمؤسسة الناشئة

ب- زيادة عملاء المؤسسة الناشئة

ج- دعم مكانة المؤسسات الناشئة

21- ما مستوى الاشباع التي تحققت لحاضنة innoest company من خلال استخدامها لمواقع

التواصل الاجتماعي؟

أ- مرتفعة

ب- متوسطة

ج- ضعيفة

22- فيما تتمثل أهم الاشباع التي حققتها الحاضنة نتيجة استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أ- استخدام التكنولوجيا

ب- الفرص التجارية

ج- التوظيف

د- التدريب

هـ- التواصل

و- التسويق

ك - الدعم القانوني

ي- الدعم المالي

23- هل تعتقد حاضنة innoest company أن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع حاجاتها الاقتصادية؟

-نعم

- لا

جدول رقم (01): جدول خاص بالتعريف بالمُحَاوِرِينَ ومكانتهم في حاضنة innoest company

الإسم	المنصب بالحاضنة	المهام المكلف بها
بوغمبوز ابراهيم خليل	مدير الحاضنة	مسؤول عن إدارة أعمال الحاضنة اليومية ويشرف بشكل مباشر عن طاقم العمل الإداري والفني مساعدة فريق العمل الفني في استكمال تفعيل المشاريع المتبناة من قبل الحاضنة التسويق والترويج للحاضنة بما في ذلك عقد الندوات والمؤتمرات متابعة دقة معلومات السجلات الادارية والمالية والفنية وحفظ الوثائق الخاصة بالحاضنة
سايفي عبد الرؤوف	رئيس المجلس العلمي	تقديم الآراء والتوصيات بشأن كافة مناحي المشاريع المتواجدة بالحاضنة
بورناني أيمن	مساعد إداري	مدرب أصحاب المشاريع الناشئة مساعدة المدير في بعض من مهامه في حالة غيابه

1-تحليل أسئلة المقابلة:

من خلال المقابلات التي تمّ اجراءها بهدف الكشف عن كيفية استخدام الحاضنة INNOEST COMPANY لمواقع التواصل الاجتماعي في دعم مكانة المؤسسات الناشئة واعتماداً على الإجابات المقدمة إلينا ؛ وحتى نتمكن من تحليلها تحليلاً دقيقاً ومفصلاً ارتأينا اعتماد المنطلقات التالية:

- علاقة الحاضنة INNOEST COMPANY بالمؤسسات الناشئة والمشاريع الابتكارية: من السؤال رقم 01 إلى السؤال 08 (أنظر دليل المقابلة)
- حسب جميع المُحاورينَ الثلاث فإنّ حاضنة INNOEST COMPANY تضم 24 مؤسسة ناشئة حاصلة على وسم مشروع مبتكر وفق الجدول التالي :

جدول رقم(02):خاص بالمؤسسات الناشئة المتحصلة على وسم مشروع مبتكر

إسم المؤسسة الناشئة	وصف المشروع	مجال عمل المؤسسة
بريستو	تطبيق سبرماركت لتوصيل الطلبيات	الخدمات
Bus time	تطبيق لحجز تذاكر الحافلة عن بعد	النقل
Transgo	تطبيق لحجز مواعيد نقل البضاعة	النقل
Innoponia	الزراعة المائية المبتكرة بإستعمال الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا أنترنت الأشياء	الزراعة
Innoest Technologie	إبتكار نظام تشغيل مولدات الأكسجين و الأجهزة الإلكترونية	صناعي-خدماتي
Bz booking	منصة لحجز تذاكر الفنادق و الطائرات بالدفع الإلكتروني	السياحة
Nutrisect	تربية الذباب الجندي الأسود للحصول على أعلاف طبيعية مليئة بالبروتينات موجهة للحيوانات	زراعة و تربية المائيات
Snailigent	مزرعة ذكية لتربية الحلزون و إستخلاص مشتقاته لإستعمالها في الإنتاج الصناعي الصيدلاني و مواد التجميل	الزراعة الذكية

خدمات	منصة إلكترونية لهواة الطبخ و مشاركة الوصفات	Cooknero
البيئة	حاوية قمامة ذكية لفرز القمامات	Smart Bein X
صناعة صيدلانية	إنتاج و استخراج الإيثانول الطبي	Kimial
خدمات	رقمنة الشركات و الإدارات عن طريق تطبيق	idaraTech

البيئة	إعادة رسكلة النفايات	AGRI Life
الصحة	تطبيق لحجز المواعيد الطبية و الاستشارات عن بعد	Santé vite
الرقمنة	تطبيق إلكتروني للتواصل مع جميع الإدارات من اجل رقمنة الإدارة	Idara Tech إدارة تالك
سياحة	تطبيق سيارات الأجرة موجه للنساء	Drivememe
الصناعة	صناعة الآلات و استخراج الزيوت الطبية و العطرية	FabroZit
التكنولوجيا الخضراء	صناعة ألواح الخشبية عن طريق رسكلة سعف النخيل	Farpan
التكنولوجيا الخضراء	إعادة تدوير الألبسة المستعملة و تحويلها لألبسة جاهزة بطريقة عصرية	Marouvesty
الزراعة	إستنبات الزعفران بيولوجي بإستعمال الزراعة الأحيومائية بطريقة ذكية	Safro Tech
السياحة	أرشيف رقمي ثلاثي الأبعاد للتحف الأثرية مع زيارات افتراضية للمناطق السياحية	TouriMeta
السياحة	منصة رقمية لدعم و تشجيع السياحة	T-Tour
الزراعة	إستنبات التلقيح من الأبقار	BioDos

المصدر: الباحثان اعتماداً على مقابلة أجريت مع مدير حاضنة INNOEST COMPANY

- أما عن نوع المؤسسات الناشئة التي تضمها حاضنة INNOEST COMPANY فإنّ جميعها خاص؛ ويعود ذلك إلى رغبة الشباب المبتكر والمبدع في الاستقلالية ساعين لخلق تأثير ايجابي في المجتمع من خلال مشاريعهم وأفكارهم؛ وإيمانهم الكامل بقدراتهم وامكاناتهم على النجاح في تأسيس وإدارة مشاريعهم الخاصة.
- ويرجع احتضان المشاريع المبتكرة حسب مدير الحاضنة إلى القيمة الاقتصادية للمشروع، وهو ما يفسره كل من المساعد الإداري ورئيس العلمي بوجود أسواق محتملة للمشروع والابتكار فالمشروع يجب أن يكون ذا فكرة جديدة ومبتكرة تقدّم حلاً لمشكلة متواجدة على أرض الواقع يواجهها الافراد والمؤسسات في شكل فكرة ابتكارية قابلة للتطبيق والتحويل إلى مؤسسة تقدّم خدمات أو منتجات
- وحسب ما قدمه المُحَاوِرَيْنَ الثالث حول الأهمية التي تكتسبها الحاضنة INNOEST COMPANY في المحيط الذي تنشط فيه فإنها تتكفل بمرافقة مشاريع المواطنين وخاصة الشباب المبتكر في الوطن بخلق بيئة داعمة من خلال تشجيع الشباب على التفكير بشكلٍ ابداعي وتجسيد أفكار جديدة وتعزيز التنافسية وجذب المستثمرين،
- بحيث تربطهم علاقات جيّدة وذلك بتقديم الدعم الداخلي (والدعم الخارجي) بهدف تعزيز سمعتها كحاضنة فعالة؛ وهو ما يميّزها عن غيرها من الحاضنات
- وقد اختلفت إجابات المُحَاوِرَيْنَ بالنسبة لخصائص التي تميز حاضنة INNOEST COMPANY عن غيرها من الحاضنات الأخرى لاختلاف مناصبهم فكانت إجابة المدير متمثلة في: - سرعة إتخاذ القرار لخبرته الواسعة في تقييم المشاريع المبتكرة مما يساعده على إتخاذ قرارات سريعة ودقيقة؛ بينما اتفق الجميع على أنّه من بين الخصائص التي تميز الحاضنة INNOEST COMPANY هي معالجة المشاكل المطروحة التي تواجه المؤسسات المحتضنة وتشمل هذه المشاكل العديد من الجوانب مثل: مشاكل تقنية ومالية؛ تسييرية إدارية وتسويقية و أي نوع من المشاكل التي يمكن أن تواجهها.
- إضافةً إلى خاصية دعم المشاريع خلال فترة زمنية إلى غاية النضج: تقديم المساعدة والارشاد في جميع مراحلها بدءاً من فكرة بسيطة وصولاً إلى مشروع ناجح ومستدام وتشمل هذه الخاصية مايلي: - مرحلة الفكرة: وتحديد السوق المستهدف وانشاء خطة عمل أولية.
- مرحلة التطوير: وذلك بالمساعدة في الحصول على تمويل وتطوير المنتج أو الخدمة وبناء فريق عمل.
- مرحلة التنفيذ: تقديم الدعم في إدارة المشروع والتعامل مع المخاطر وضمان جودة المنتج
- مرحلة النمو: مساعدة المشروع على التوسع وتطوير أسواق جديدة وتعزيز علاقاتهم مع العملاء

- مرحلة النضج : تقديم المشورة حول الاستراتيجيات طويلة الأجل.
- وخلال هذه المراحل تقدم حاضنة INNOEST COMPANY لدعم رواد الأعمال مجموعة من البرامج حسب المحاورين الثلاث التي كانت إجابتهم كالتالي: - خدمات الاحتضان: يتم تقديم دعم مخصص واشراف لأصحاب المشاريع عبر مراحل تطورها ؛ هذا الدعم يشمل الاستشارة في مجموعة متنوعة من المجالات مثل التخطيط الاستراتيجي ، والمحاسبة ، والقانون ، وفن الخطاب .يتيح ذلك للشباب الوصول إلى المعرفة والخبرة التي تساعدهم على تنمية مشاريعهم بنجاح.
- مساحات العمل المشتركة : تقدم الحاضنة مساحات عمل مشتركة حيث يمكن للشركات المحتضنة العمل والتفاعل مع بعضها البعض ، هذه البيئة المشتركة تعزز التعاون وتبادل الأفكار بين أصحاب المشاريع.
- معدات العمل : في بعض الحالات يمكن للحاضنة توفير معدات عمل مشتركة أو موارد تكنولوجية لدعم الشركات ومساعدتها في تنفيذ مشاريعها.
- الدعم في الأحداث: تلعب الحاضنة دوراً هاماً في تنظيم ومرافقة الأحداث والفعاليات التي تقام من قبل الشباب المبتكر، مثل: المسابقات وورش العمل وورش التدريب والندوات هذا يساعد في بناء شبكة علاقات وتعزيز مشاركة المشروعات في المجتمع
- المرافقة الإدارية: تقدم الحاضنة دعماً إدارياً للمشروعات لمعالجة الأمور الإدارية والورقية المتعلقة بأعمالهم.أنظر الملحق رقم(120) .
- وتتمثل أشكال الدعم التي تقدمها حاضنة INNOEST COMPANY لدعم مكانة المؤسسات الناشئة حسب ماقدمه الْمُحَاوِرِينَ الثلاث من إجابات في: التدريب ؛ والتكوين والمرافقة بحيث تقدم الحاضنة أنشطة توجيهية وتدريبية لمساعدة أصحاب المشاريع الناشئة على تطوير مهاراتهم ،تنظيم ورشات عمل ودورات تعليمية وتكوينية حول مواضيع مختلفة متعلقة بريادة الأعمال مثل: كتابة خطة العمل والتسويق الإلكتروني وتسيير الموارد البشرية ، دورات اللغات الأجنبية والدورات المتخصصة (كلٌّ في مجاله) ، ويساعد التكوين في حاضنة INNOEST COMPANY على اكتساب المهارات والمعرفة اللازمة لتحقيق النجاح في مشاريعهم ؛وتعد المرافقة من أهم أشكال الدعم التي تقدمها الحاضنة لدعم المؤسسات الناشئة مساعدة المبتكرين على تجاوز التحديات والصعوبات التي تواجههم في جميع مراحل تطوير مشاريعهم سواء كانت مرافقة فردية أو جماعية مباشرة على أرض الواقع أو افتراضية عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في حاضنة INNOEST COMPANY: من السؤال رقم 09 إلى السؤال رقم16(أنظر دليل المقابلة)

- حسب المُحَاوِرِينَ الثَّلاثِ فَإِنَّ حَاضِنَةَ INNOEST COMPANY تَستَخدِمُ مَواقِعَ التَّواصُلِ الاجتِماعي كوسيلة إتِصالٍ رَسميَّةٍ للتَّواصُلِ مَعَ أَصحابِ المِشاريعِ الناشِئةِ والإِجابةِ عَلى اسْتِفسارِاتهم بِأنشِطِتها وخدماتِها وجذب أَصحابِ مِشاريعِ جددٍ وعرضِ الفرصِ الاسْتِثماريَّةِ ومِشاركةِ قصصِ نِجاحِ المُؤسَّساتِ الناشِئةِ الَّتِي تَحْتَضِنُها .
- ومن بَينِ دَوافِعِ اسْتِخدامِ مَواقِعِ التَّواصُلِ الاجتِماعي من طَرفِ الحَاضِنَةِ فَإِنَّ إِجاباتِ المُحَاوِرِينَ : هي التَّعريفِ بِحَاضِنَةِ INNOEST COMPANY ونِشرِ اعلاناتٍ خاصَّةٍ بِالحَاضِنَةِ عَن طَريقِ انشاءِ الحِساباتِ عَلى مَواقِعِ التَّواصُلِ الاجتِماعي وذلكِ باختيارِ مناصبٍ يَتَواجِدُ عَليها جِمْهورها المُستَهدَفِ بِتقديمِ معلوماتٍ كامِلةٍ ودَقيقَةٍ عَن نِشاطِها وخدماتِها وفَريقِها وربطِ حِساباتِها ببعضِها البعضِ لِتَسهيلِ الوِصُولِ إِلِها ونِشرِ مَحتوى غَني بالمَعلُوماتِ وتَعلِيمي يَفيِدُ أَصحابِ المِشاريعِ المُبتكَرةِ في مَختلفِ مَراحِلِ تَطوِيرِ مِشاريعِهم بِاسْتِخدامِ الوِسايطِ المُتعدِّدةِ مِثل: الصُورِ والفِديوهاتِ والرِسوماتِ لِجَعْلِ مَحتواها أَكثَرَ جاذِبيَّةٍ وتَفاعِلاً مَعَ الجِمْهورِ وتَنظِيمِ مِسابِقاتٍ لِزِيادةِ الوِعي بِنِشاطِها وتَستَخدِمُ اعلاناتٍ لِاسْتِهدافِ الجِمْهورِ المُناسِبِ والوِصُولِ إِلى عِدَدٍ أَكبَرَ من أَصحابِ المِشاريعِ .
- ومن ضَمَنِ مَجالِاتِ اسْتِخدامِ هَذهِ المَواقِعِ داخِلِ الحَاضِنَةِ فَإِنَّ إِجابةِ المُحَاوِرِينَ تَمَثَلتِ في: التَّواصُلِ بَينِ إِدارةِ الحَاضِنَةِ وعمالِها والتَّعريفِ بِالمِستَجداتِ وآخِرِ التَطوُّراتِ لمِشاركةِ الأَفكارِ وطَرحِ الأَسئَلَةِ واسْتِخدامِ مِحادِثاتِ الفِديو لِعَقدِ الاجتِماعاتِ وندواتِ واجراءِ اسْتِطلاعاتِ الرَأيِ لِالحِصُولِ عَلى تَعلِيقاتِ المَوظفينِ حَولِ مَختلفِ القِضاياِ المُتعلِقةِ بِالمِشاريعِ المُبتكَرةِ وانجازِ العَمَلِ عَن بَعدِ بِاسْتِخدامِ أَدواتِ المِراسَلَةِ الفُوريَّةِ لِلتَّواصُلِ الفُوريِ وتَبادُلِ الرِسايلِ والمِلفاتِ ومِشارِكتِها مَعَ أَعْضاءِ الفَريقِ لِعرضِ المِهامِ وتَحديدِ المِسؤولِياتِ وَأثناءِ حَمَلاتِ اعلانيَّةٍ لِاسْتِهدافِ الجِمْهورِ .
- ومن بَينِ مَواقِعِ التَّواصُلِ الاجتِماعي الَّتِي تَستَخدِمُها الحَاضِنَةُ فَإِنَّ إِجاباتِ المُحَاوِرِينَ الثَّلاثِ: تَستَخدِمُ مَوقِعَ فِيسبوكِ (Face ook) ومَوقِعَ واتساب (What's App) ومَوقِعَ انسْتِغرام (Instagram) ومَوقِعَ لينكد إن (Linkd In) لِأَنَّها تَعتَبَرُ المَواقِعَ الأَكثَرَ طَلِباً وتَفاعِلاً ونِسبَةَ الوِصُولِ لِلفِئاتِ المُستَهدَفةِ تَكونُ أَعلى في هَذهِ المَواقِعِ عَن طَريقِ تَقديمِ مَحتوى مِثيرٍ لِلاهِتمامِ وتَتمكِنُ من بَناهِ عِلاقاتٍ قَويَّةٍ مَعَ العَمَلاءِ وتَعتَبَرُ أيضاً وَسيلَةً فَعالَةً لِلتَّروِيجِ لِلخدماتِ الَّتِي تَقدِمُها الحَاضِنَةُ .
- والمِسؤولُ عَن اسْتِخدامِ هَذهِ المَواقِعِ مِسيرِ مَواقِعِ التَّواصُلِ الاجتِماعي والشِخْصِ المُكلَفِ بِانشاءِ وتَنفِيزِ وإِدارةِ اسْتِراتيجيَّةِ حُضُورِ الحَاضِنَةِ عَلى هَذهِ المَواقِعِ وتَحديدِ أيِّ المِناصبِ سَتَستَخدِمُ وأيِّ نَوعِ من المَحتوى سَتَندِشرُهَ وكِيفِ سَيَتَفاعَلُ مَعَ الجِمْهورِ

- وتكمن الخاصية الأساسية التي جعلت الحاضنة تستخدم منصات التواصل الاجتماعي فإنَّ إجابة المُحاورينَ الثلاث متمثلة في: خاصية التفاعلية التي تساعد الحاضنة في تحفيز التفاعل بين المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي مما يساهم في جذب انتباه الجماهير وزيادة مشاركتهم وسرعة الوصول إليهم إذ توفر الحاضنة وسائل تواصل فعالة وسريعة للوصول إلى الجماهير ونشر المحتوى بشكلٍ فوري: بالإضافة إلى خاصية سهولة الاستخدام حيث توفر الحاضنة واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام مما يسهل على المستخدمين التفاعل مع المحتوى بسهولة وخاصية اختصار الوقت التي تساعد في تنظيم العمل وإدارة الوقت بشكلٍ فعال مما يساهم في تحقيق الأهداف في أقصر وقت ممكن .
- وتتم عملية استخدام هذه المواقع وفق ماتمَّ الإجابة عليه من قِبَل المُحاورينَ الثلاث : هو تواصل دائم وذلك للإطلاع على آراء واهتمامات الجمهور وتلبية احتياجاتهم بشكلٍ أفضل وتقديم الدعم والمساعدة لهم والرد على استفساراتهم.
- ومن بين الاهداف التي تسعى حاضنة INNOEST COMPANY لتحقيقها من خلال استخدامها لهذه المواقع فإنَّ إجابة المُحاورينَ الثلاث تمثلت في : تسويق أفكار الشباب ومشروعاتهم عن طريق التواصل مع وسائل الاعلام والحاضنة ورواد الأعمال والشركات الناشئة المدعومة وتنظيم فعاليات لتقديم الدعم والمشورة لأصحاب المشاريع الناشئة وجذب العملاء والمستثمرين والشركاء المحليين وزيادة الوعي بمشروعات الشباب من حيث المبادرات والأنشطة التي تهدف إلى تعريف الجمهور وخاصة الشباب الطموح ومساعدتهم على فهم فوائد ومميزات التي تقدمها للمشاريع الناشئة ونشر ثقافة ريادة الأعمال بين الشباب وتحويل أفكارهم إلى مشاريع ناجحة.
- المضامين والاشباع المحققة من خلال استخدام الحاضنة لمواقع التواصل الاجتماعي في دعم مكانة المؤسسات الناشئة من السؤال 17 إلى السؤال 23(انظر دليل المقابلة)
- حسب جميع المُحاورينَ فإنَّ عدد نشر المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في حاضنة INNOEST COMPANY منشور في ثلاثة أيام مما يحفزهم على التفاعل مع الصفحة بشكلٍ أكبر ويتسنى لهم متابعة جميع المحتوى ومشاركته مع أصدقائهم ويتيح أيضاً للحاضنة فرصة التفاعل مع التعليقات والإجابة عن أسئلتهم مما يعزز شعورهم بالانتماء إلى مجتمع الصفحة ويسهل تحليل أداء كل منشور بشكلٍ أفضل وفهم مايجذب انتباههم وما لا يجذبهم ويتوفر لدى الحاضنة المزيد من الوقت للتركيز على مهام أخرى مثل التواصل مع المتابعين وبناء العلاقات مع المؤثرين.

- حسب المُحَاوِرِينَ الثلاث فإنَّ أهم الخدمات التي تقدمها حاضنة INNOEST COMPANY من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت الإجابة في: خدمات استشارية وتشمل: الاستشارات الفنية: بحيث أن الحاضنات تقدم استشارات فنية من مختصين وفنيين في هذا المجال.
- الاستشارات الإدارية: وهو تقديم استشارات إدارية من حيث المهام والطرق المعمول بها إداريا وخبراء في هذا المجال.
- الاستشارات التسويقية: تقديم خبرات من طرف خبراء التسويق.
- الشؤون القانونية (التعاقدات) وبراءات الاختراعات: اعطاء الطرق التي من خلالها يمكن المنتسب للحاضنة من القيام بالشؤون القانونية وتسجيل براءات الاختراع.
- المحاسبة: اعطاء الخبرات في الطرق المحاسبية المعترف بها.
- تدبير التمويل : اعطاء طرق تمويل المشاريع التي من خلالها يمول المشروع بطريقة جديدة.
- تنمية الموارد البشرية: اعطاء طرق ودروس في تدريب تنمية الموارد البشرية من طرف مختصين في هذا المجال .
- وضع خطط عمل والموازنة للمشروعات الصغيرة : وهو اعطاء الطرق التي من خلالها يبدأ المشروع والنقطة الواجب الوصول إليها من خلال الوسائل المتاحة .
- وتعمل على مساعدة المؤسسات الناشئة في التعرف على المؤثرين المناسبين في مجالها والتعاون معهم وبيع منتجاتها أو خدماتها وتشغيل حملات اعلانية ناجحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتقدم أيضاً خدمات عامة تتمثل في الاشتراك في المعارض الداخلية والخارجية؛ المكتبة والمعلومات؛ توفير التجهيزات المكتبية و أجهزة الاعلام الآلي وخدمة الانترنت؛ توفير التكنولوجيات الحديثة الأكثر تقدماً كلما أمكن؛ الأمن و مكاتب التدريب والمخازن؛ تعريف المشاريع المحتضنة بالمختبرات والورش المتخصصة في محيط الحاضنة ومساعدتها على الإتصال بها واستخدام امكانياتها عندما تدعوها الحاجة؛ تقديم دورات تدريبية لأصحاب المشاريع المحتضنة لتنمية روح الريادة ومهارات الإدارة والحسابات المالية والتسويق ؛ونشر الوعي حول ريادة الأعمال وفرصها من خلال مشاركة المقالات والمنشورات والمقاطع المرئية وتقديم النصائح والتوجيهات لبدء عمل تجاري واجراء مسابقة على وسائل التواصل الاجتماعي لمنح جائزة لشركة ناشئة.
- وفي حالة وقوع حاضنة INNOEST COMPANY في مشكلة أو أزمة تلجأ إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابة المُحَاوِرِينَ الثلاث من خلال نشر بيان صحفي على موقعها الإلكتروني ومشاركته على

- مواقع التواصل الاجتماعي واجراء مقابلة مع صحفي أو نشر مدونة لشرح المشكلة ؛ وانشاء حملة هاشتاق على وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي .
- ومن خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي وفق إجابات المُخَاوِرِينَ الثلاث تمكنت الحاضنة من التعريف بالمؤسسة الناشئة من خلال نشر محتوى متميز وجذاب يبرز فكرة المشروع وقيمه وفوائده للزبائن المستهدفين كما قامت بتوجيه الجهود نحو بناء مجتمع إلكتروني يتفاعل مع المحتوى ويشاركه مما يساهم في زيادة عدد المتابعين والمهتمين بالمؤسسة الناشئة بالإضافة إلى ذلك قامت الحاضنة بتوجيه جهودها نحو تقديم خدمات متميزة وجودة عالية للعملاء مما يساهم في زيادة عدد العملاء والمستخدمين للخدمات المقدمة من المؤسسة الناشئة؛ أيضاً قامت الحاضنة بتوجيه الجهود نحو تقديم دعم ومساندة للمؤسسات الناشئة وتبادل الخبرات والمعرفة مما ساعد في تعزيز مكانتها في هذا المجال وجذب الإنتباه والدعم من الجمهور والمستثمرين .
- إذ أنّ مستوى الاشباكات التي تحققت لحاضنة INNOEST COMPANY من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي حسب ما اتفق عليها المُخَاوِرِينَ الثلاث بأنّها متوسطة وليست بمرتفعة أو ضعيفة حيث يعود ذلك إلى عدّة عوامل منها التواجد على مواقع التواصل الاجتماعي قد يؤثر على تواصل الحاضنة مع جمهورها بشكلٍ ايجابي ، ولكن قد لا يكون الوحيد أو الأساسي لجذب العملاء الجدد أو الشركاء المحتملين وقد لا تستخدم الحاضنة هذه المواقع بشكلٍ فعال أو مبتكر مما يقلل من فعالية حملاتها التسويقية عبر هذه القنوات وتعتمد بشكلٍ أساسي على استراتيجيات تسويق أخرى مثل العروض الترويجية أو الحضور في المعارض والفعاليات الصناعية .
- ومن بين أهم الاشباكات التي حققتها الحاضنة حسب ما قدمه المُخَاوِرِينَ الثلاث نتيجة استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في : استخدام التكنولوجيا والفرص التجارية والتدريب والتواصل والتسويق لأنّها تعتبر من الأدوات الأساسية والفعالة في بناء وتطوير الأعمال التجارية وزيادة الاشباكات فالتكنولوجيا تساعد في تسريع عمليات الانتاج وتحسين جودة المنتجات والخدمات بينما الفرص التجارية تساعد في ايجاد فرص جديدة للتوسع والتنمية أمّا التدريب فهو ضروري لتطوير مهارات العاملين ورفع كفاءتهم بينما التواصل والتسويق يساهمان في جذب العملاء وزيادة الأرباح وفيما يخص عدم اختيار التوظيف والدعم المالي والقانوني يعود إلى عدة أسباب فالحاضنة لديها فريق عملٍ مؤهل وكافٍ بالفعل ولا تحتاج إلى توظيف أفراد جدد وبالنسبة للدعم المالي والقانوني فتكون مثل هذه القضايا غير ملحة للحاضنة في الوقت الحالي ولا تحتاج إلى دعم في هذه الجوانب.

- حسب المُحَاوِرِينَ الثلاث فإنّ مواقع التواصل الاجتماعي تشبع حاجات الحاضنة الاقتصادية من خلال توفير فرص للتسويق والاعلان عن المنتجات والخدمات وبالتالي تسهل عملية الترويج وزيادة المبيعات كما توفر أيضاً فرص للتواصل المباشر مع العملاء وجمع الآراء والملاحظات التي تساعد في تحسين المنتجات وتلبية احتياجات العملاء بشكلٍ أفضل .

2- نتائج الدراسة

- من خلال التحليل السابق نتوصل إلى النتائج التالية ، والتي نجيب من خلالها على أسئلة اشكاليتنا:
- 1- حاضنة INNOEST COMPANY تكتسي أهمية بالغة في المحيط الذي تنشط فيه حيث تتكفل بمرافقة مشاريع الشباب المبتكر لدعم مكانة المؤسسات الناشئة.
 - 2- حاضنة INNOEST COMPANY لها دور كبير في دعم المؤسسات الناشئة عبر تقديم الدعم الفني والتقني والمالي وتوجيههم نحو الفرص المناسبة لتطوير أعمالهم
 - 3- مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي تستخدمها حاضنة INNOEST COMPANY في تعزيز مكانة المؤسسات الناشئة .
 - 4- تستخدم حاضنة INNOEST COMPANY مواقع التواصل الاجتماعي لتتواصل مع المحيط الذي تنشط فيه ؛ واستغلالها لعرض الأفكار الابتكارية للمشاريع الناشئة ؛ والاعلان عن فرص التدريب والتمويل.
 - 5- مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من طرف حاضنة INNOEST COMPANY هي فايسبوك (Face book) و انستغرام (Instagram) و واتساب (What's App) ولينكد إن (Linkd In) في دعم مكانة المؤسسات الناشئة لتمييزها بالتفاعلية وسرعة الوصول إلى الجماهير وسهولة الاستخدام واختصار الوقت.
 - 6- مواقع التواصل الاجتماعي لها دور حيوي في التعريف بالمؤسسات الناشئة وزيادة فرص نجاحها وهو ما يدعم مكانتها.
 - 7- تلجأ حاضنة INNOEST COMPANY إلى مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجهها والأزمات التي تتعرض لها مثل : نشر البيانات الصحفية ومشاركتها ، حملات هاشتاق لزيادة الوعي.
 - 8- حاضنة INNOEST COMPANY تشبع حاجاتها من خلال استخدامها مواقع التواصل الاجتماعي.
 - 9- حاضنة INNOEST COMPANY حققت العديد من الاشباعات جراء استخدامها مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مكانة المؤسسات الناشئة، بما في ذلك : زيادة الوعي بالعلامة التجارية حيث تمكنت الحاضنة من جذب انتباه الجمهور المستهدف وزيادة الوعي حول خدماتها وفرص الاستثمار التي تقدمها للمشاريع الناشئة؛

وحققت تفاعلاً كبيراً من قبل المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي مما ساهم في بناء علاقات قوية مع العملاء وزيادة عدد المتابعين نتيجة لجهودها الفعالة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت الحاضنة زيادة عدد المتابعين والمعجبين بصفحاتها، مما ساهم في بناء شبكة تواصل قوية، وتحسين سمعة العلامة التجارية بنشر محتوى جذاب وقيم على منصات التواصل الاجتماعي نجحت الحاضنة في بناء سمعة ايجابية وموثوقة في أذهان المستخدمين والعملاء .

10- مواقع التواصل الاجتماعي أداة تسويقية وتعزيزية لمكانة المؤسسات الناشئة .



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة -

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية - تبسة -

القسم: سنة ثانية ماستر

التخصص: اتصال تنظيبي

دليل مقابلة في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان: استخدام حاضنة
INNOEST COMPANY مواقع التواصل الإجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة

تحت إشراف: د. وفاء مطروح

من إنجاز الطالبتين:

- فضيلة مرامرية
- سناء مصباحي

يسرنا أن نضع بين أيديكم دليل المقابلة للدراسة العلمية المعنونة ب: استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الإجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص إتصال تنظيبي حيث تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الإجتماعي في تعزيز ودعم مكانة المؤسسات الناشئة . ولثقتنا العالية بكم ، وبحرصكم على خدمة البحث العلمي ، نرجو التفضل بالإجابة على أسئلة المقابلة المرفقة ، حيث أن المعلومات التي ستزودنا بها محورية وهامة لإنجاح هذا العمل ، لذلك نرجو توشي الدقة في الإجابة عليها. كما نود التأكيد أن الإجابة على هذه الأسئلة ، وهذه المعلومات لن يتم استخدامها إلا لغرض علمي

شاكرين ومقدرين كريم تعاونكم

وتفضلوا بقبول وافر التحية والإحترام

السنة الجامعية: 2024 /2023

مقابلة أجريت مع مدير حاضنة المؤسسات الناشئة innoest company يوم 22 أبريل 2024 على الساعة 11:00 زوالاً

أسئلة المقابلة:

1- ماهو عدد المؤسسات الناشئة في حاضنة innoest company ؟

..... 24 مؤسسة حاصلة على وسم مشروع مبتكر.....

2- ماهو نوع المؤسسات الناشئة في حاضنة innoest company ؟

✓ أ- مؤسسة ناشئة خاصة

ب- مؤسسة ناشئة عامة

3- على أي أساس يتم احتضان المشاريع المبتكرة؟.

..... القيمة الاقتصادية.....

4- ماهي الأهمية التي تكتسبها حاضنة innoest company في المحيط الذي تنشط فيه ؟

..... القيمة الاجتماعية.....

5- ماهو تقييمكم للعلاقات التي تربط حاضنة innoest company بباقي مكونات المحيط الذي

تنشط فيه ؟ مع التبرير؟ اودعم اجابتك بالشرح أو المعلومات الكافية ؟

✓ أ- علاقات جيدة

ب- علاقات سيئة

ج- لا توجد علاقات

التبرير:

6- هل تتميز حاضنة innoest company عن غيرها من الحاضنات ؟

لا -

✓ نعم -

- اذا كانت الاجابة بنعم ماهي الخصائص التي تميزها عن غيرها ؟

✓ أ- سرعة اتخاذ القرار

✓ ب- معالجة المشاكل المطروحة

ج- دعم المشاريع الصغيرة

✓ د- دعم المشاريع خلال فترة زمنية تمتد من النشأة الى غاية النضج

7- ماهي البرامج التي تقدمها حاضنة innoest company لدعم رواد الاعمال؟

✓ أ- خدمات الاحتضان

✓ ب- مساحات العمل المشتركة

✓ ج- معدات العمل

✓ د- الدعم في الاحداث

✓ هـ- المرافقة الادارية

8- ماهي اشكال الدعم التي تقدمها حاضنة innoest company لدعم مكانة المؤسسات الناشئة

..... التدريب ، التكوين ، المرافقة

9- هل تستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال رسمية؟

لا

نعم

10- ماهي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف حاضنة innoest company؟

✓ أ- التعريف بحاضنة innoest company

✓ ب- نشر اعلانات خاصة بحاضنة

11- ماهي مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل حاضنة innoest company؟

✓ أ- التواصل بين ادارة الحاضنة وعمالها

✓ ب- التعريف بالمستجدات وآخر التطورات

✓ ج- إنجاز العمل عن بعد

12- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟ مع التبرير؟

✓ أ- موقع Facebook

ب- موقع Twitter

✓ ج- موقع What 'sapp

✓ د- موقع Instagram

هـ- موقع youtub

✓ و- موقع linked in

التبرير:الأكثر طلباً وتفاعلاً.....

13- من المسؤول عن استخدام هذه المواقع؟

.....مسير مواقع التواصل الاجتماعي.....

14- ماهي الخاصية الاساسية التي جعلت الحاضنة تستخدم منصات التواصل الاجتماعي؟

✓ أ- التفاعلية

✓ ب- سرعة الوصول الى الجماهير

✓ ج- سهولة الاستخدام

د- اختصار الجهد

✓ هـ- اختصار الوقت

15- كيف تتم عملية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

أ- اعلانات فقط

✓ ب- تواصل دائم

16- ماهو الهدف التي تسعى حاضنة innoest company لتحقيقه من خلال استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي؟

✓ أ- تسويق أفكار الشباب ومشروعاتهم

✓ ب- جذب العملاء والمستثمرين والشركاء المحليين

✓ ج- زيادة الوعي بمشروعات الشباب

17- ماهي نسبة نشر المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من حاضنة innoest

company؟

أ- أكثر من منشور فالיום

ب- منشور واحد في اليوم

✓ ج- منشور في ثلاثة ايام

د- منشور في الاسبوع

18- ماهي اهم الخدمات التي تقدمها حاضنة innoest company من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

أ- خدمات استشارية

ب- خدمات مالية

✓ ج- خدمات عامة

د- خدمات اخرى اذكرها

19- في حالة وقوع حاضنة innoest company في مشكلة أو أزمة هل تلجأ الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإيجاد حل؟

- نعم

20- هل تمكنت الحاضنة من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي من:

✓ أ- التعريف بالمؤسسة الناشئة

✓ ب- زيادة عملاء المؤسسة الناشئة

✓ ج- دعم مكانة المؤسسات الناشئة

21- ما مستوى الاشباع التي تحققت لحاضنة innoest company من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أ- مرتفعة

✓ ب- متوسطة

ج- ضعيفة

22- فيما تتمثل أهم الاشباعات التي حققتها الحاضنة نتيجة استخدامهما لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

✓ أ- استخدام التكنولوجيا

✓ ب- الفرص التجارية

ج- التوظيف

✓ د- التدريب

✓ هـ-التواصل

✓ و-التسويق

ك - الدعم القانوني

ي- الدعم المالي

23- هل تعتقد حاضنة innoest company أن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع حاجاتها الاقتصادية

؟

لا -

نعم



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة -

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية - تبسة -

القسم: سنة ثانية ماستر

التخصص: اتصال تنظيمي

دليل مقابلة في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان:
استخدام حاضنة INNOEST COMPANY مواقع التواصل الاجتماعي
لدعم مكانة المؤسسات الناشئة

تحت إشراف: د. وفاء مطروح

من إنجاز الطالبتين:

- فضيلة مرامرية
- سناء مصباحي

يسرنا أن نضع بين أيديكم دليل المقابلة للدراسة العلمية المعنونة ب: استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الاجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال تنظيمي حيث تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز ودعم مكانة المؤسسات الناشئة .

ولثقتنا العالية بكم ، وبحرصكم على خدمة البحث العلمي ، نرجو التفضل بالإجابة على أسئلة المقابلة المرفقة ، حيث أن المعلومات التي ستزودنا بها محورية وهامة لإنجاح هذا العمل ، لذلك نرجو توشي الدقة في الإجابة عليها. كما نود التأكيد أن الإجابة على هذه الأسئلة ، وهذه المعلومات لن يتم استخدامها إلا لغرض علمي

شاكرين ومقدرين كريم تعاونكم

وتفضلوا بقبول وافر التحية والإحترام

السنة الجامعية: 2023/2024

مقابلة أجريت مع المساعد الإداري لحاضنة المؤسسات الناشئة innoest company يوم 23 أبريل 2024 على الساعة 14:00

أسئلة المقابلة:

1- ماهو عدد المؤسسات الناشئة في حاضنة innoest company ؟
24.. مؤسسة حاصلة على وسم مشروع مبتكر.....

2- ماهو نوع المؤسسات الناشئة في حاضنة innoest company ؟
✓ أ- مؤسسة ناشئة خاصة
ب- مؤسسة ناشئة عامة

3- على أي أساس يتم احتضان المشاريع المبتكرة ؟
.....الابتكار /المدخول./...وجود أسواق محتملة للمشروع.....

4- ماهي الأهمية التي تكتسبها حاضنة innoest company في المحيط الذي تنشط فيه ؟
.....مرافقة مشاريع المواطن وخاصة الشباب المبتكر في الوطن.....

5- ماهو تقييمكم للعلاقات التي تربط حاضنة innoest company بباقي مكونات المحيط الذي تنشط فيه ؟ مع التبرير؟ اودعم اجابتك بالشرح أو المعلومات الكافية ؟
✓ أ- علاقات جيدة
ب- علاقات سيئة
ج- لا توجد علاقات

التبرير:الدعم الداخلي والخارجي للحاضنة الشباب المبتكر.....

6- هل تتميز حاضنة innoest company عن غيرها من الحاضنات ؟

لا - نعم

- اذا كانت الاجابة بنعم ماهي الخصائص التي تميزها عن غيرها ؟

أ- سرعة اتخاذ القرار

✓ ب- معالجة المشاكل المطروحة

✓ ج- دعم المشاريع الصغيرة

✓ د- دعم المشاريع خلال فترة زمنية تمتد من النشأة الى غاية النضج

7- ماهي البرامج التي تقدمها حاضنة innoest company لدعم رواد الاعمال؟

✓ أ- خدمات الاحتضان

✓ ب- مساحات العمل المشتركة

✓ ج- معدات العمل

✓ د- الدعم في الاحداث

✓ هـ- المرافقة الادارية

8- ماهي اشكال الدعم التي تقدمها حاضنة innoest company لدعم مكانة المؤسسات الناشئة؟

..... مراحل الاحتضان الثلاث (ما قبل الاحتضان ، الاحتضان ، التسريع).....

9- هل تستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال رسمية؟

لا - نعم -

10- ماهي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف حاضنة innoest company؟

✓ أ- التعريف بحاضنة innoest company

✓ ب- نشر اعلانات خاصة بحاضنة

11- ماهي مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل حاضنة innoest company؟

✓ أ- التواصل بين ادارة الحاضنة وعمالها

✓ ب- التعريف بالمستجدات وآخر التطورات

✓ ج- إنجاز العمل عن بعد

12- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟ مع التبرير؟

✓ أ- موقع Facebook

ب- موقع Twitter

✓ ج- موقع What 'sapp

✓ د- موقع Instagram

هـ- موقع youtub

✓ و- موقع linked in

التبرير:....نسبة الوصول للفئات المستهدفة تكون أعلى في هذه المواقع.....

13- من المسؤول عن استخدام هذه المواقع ؟

.....مسير مواقع التواصل الاجتماعي

14- ماهي الخاصية الاساسية التي جعلت الحاضنة تستخدم منصات التواصل الاجتماعي ؟

✓ أ- التفاعلية

✓ ب- سرعة الوصول الى الجماهير

✓ ج- سهولة الاستخدام

د- اختصار الجهد

✓ هـ- اختصار الوقت

15- كيف تتم عملية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

✓ أ- اعلانات فقط

✓ ب- تواصل دائم

16- ماهو الهدف التي تسعى حاضنة innoest company لتحقيقه من خلال استخدام مواقع

التواصل الاجتماعي ؟

✓ أ- تسويق أفكار الشباب ومشروعاتهم

✓ ب- جذب العملاء والمستثمرين والشركاء المحليين

✓ ج- زيادة الوعي بمشروعات الشباب

17- ماهي نسبة نشر المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من حاضنة innoest

company ؟

أ- أكثر من منشور فالיום

ب- منشور واحد في اليوم

✓ ج- منشور في ثلاثة ايام

د- منشور في الاسبوع

18- ماهي اهم الخدمات التي تقدمها حاضنة innoest company من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ أ- خدمات استشارية

ب- خدمات مالية

✓ ج- خدمات عامة

د- خدمات اخرى أذكرها

19- في حالة وقوع حاضنة innoest company في مشكلة أو أزمة هل تلجأ الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإيجاد حل؟

✓ نعم - لا

20- هل تمكنت الحاضنة من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي من:

✓ أ- التعريف بالمؤسسة الناشئة

✓ ب- زيادة عملاء المؤسسة الناشئة

✓ ج- دعم مكانة المؤسسات الناشئة

21- ما مستوى الاشباع التي تحققت لحاضنة innoest company من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أ- مرتفعة

✓ ب- متوسطة

ج- ضعيفة

22- فيما تتمثل أهم الاشباع التي حققتها الحاضنة نتيجة استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ أ- استخدام التكنولوجيا

✓ ب- الفرص التجارية

ج- التوظيف

✓ د- التدريب

✓ ه- التواصل

✓ و- التسويق

ك - الدعم القانوني

ي- الدعم المالي

23- هل تعتقد حاضنة innoest company أن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع حاجاتها الاقتصادية

؟

لا -

نعم-



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة -
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية - تبسة -

القسم: سنة ثانية ماستر

التخصص: اتصال تنظيمي

دليل مقابلة في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان: استخدام
حاضنة INNOEST COMPANY مواقع التواصل الإجتماعي لدعم مكانة
المؤسسات الناشئة

تحت إشراف: د. وفاء مطروح

من انجاز الطالبتين

- فضيلة مرامرية
- سناء مصباحي

يسرنا أن نضع بين أيديكم دليل المقابلة للدراسة العلمية المعنونة ب: استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الإجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة، وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال تنظيمي حيث تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن كيفية استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الإجتماعي في تعزيز ودعم مكانة المؤسسات الناشئة .

ولثقتنا العالية بكم ، وبحرصكم على خدمة البحث العلمي ، نرجو التفضل بالإجابة على أسئلة المقابلة المرفقة ، حيث أن المعلومات التي ستزودنا بها محورية وهامة لإنجاح هذا العمل ، لذلك نرجو توشي الدقة في الإجابة عليها. كما نود التأكيد أن الإجابة على هذه الأسئلة ، وهذه المعلومات لن يتم استخدامها إلا لغرض علمي

شاكرين ومقدرين كريم تعاونكم

وتفضلوا بقبول وافر التحية والإحترام

السنة الجامعية : 2024/2023

مقابلة أجريت مع رئيس المجلس العلمي لحاضنة المؤسسات الناشئة innoest company يوم
24 أبريل 2024 على الساعة 10:00 صباحاً

أسئلة المقابلة:

1- ماهو عدد المؤسسات الناشئة في حاضنة innoest company ؟

..... 24 مؤسسة حاصلة على وسم مشروع مبتكر.....

2- ماهو نوع المؤسسات الناشئة في حاضنة innoest company ؟

✓ أ- مؤسسة ناشئة خاصة

✓ ب- مؤسسة ناشئة عامة

3- على أي أساس يتم احتضان المشاريع المبتكرة ؟

.....الجانب المبتكر.....

4- ماهي الأهمية التي تكتسبها حاضنة innoest company في المحيط الذي تنشط فيه ؟

.....مرافقة المؤسسات والشباب المبتكر في كامل التراب الوطني.....

5- ماهو تقييمكم للعلاقات التي تربط حاضنة innoest company بباقي مكونات المحيط الذي

تنشط فيه ؟ مع التبرير؟ اودعم اجابتك بالشرح أو المعلومات الكافية ؟

✓ أ- علاقات جيدة

ب- علاقات سيئة

ج- لا توجد علاقات

التبرير:

6- هل تتميز حاضنة innoest company عن غيرها من الحاضنات ؟

لا -

نعم -

- اذا كانت الاجابة بنعم ماهي الخصائص التي تميزها عن غيرها ؟

أ- سرعة اتخاذ القرار

✓ ب- معالجة المشاكل المطروحة

✓ ج- دعم المشاريع الصغيرة

✓ د- دعم المشاريع خلال فترة زمنية تمتد من النشأة الى غاية النضج

7- ماهي البرامج التي تقدمها حاضنة innoest company لدعم رواد الاعمال؟

✓ أ- خدمات الاحتضان

✓ ب- مساحات العمل المشتركة

✓ ج- معدات العمل

✓ د- الدعم في الاحداث

✓ هـ- المرافقة الادارية

8- ماهي اشكال الدعم التي تقدمها حاضنة innoest company لدعم مكانة المؤسسات الناشئة؟

.....خدمات ما قبل الاحتضان والاحتضان والتسريع.....

9- هل تستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال رسمية؟

لا -

نعم -

10- ماهي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف حاضنة innoest company؟

✓ أ- التعريف بحاضنة innoest company

✓ ب- نشر اعلانات خاصة بحاضنة

11- ماهي مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي داخل حاضنة innoest company؟

✓ أ- التواصل بين ادارة الحاضنة وعمالها

✓ ب- التعريف بالمستجدات وآخر التطورات

✓ ج- إنجاز العمل عن بعد

12- ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟ مع التبرير؟

✓ أ- موقع Facebook

ب- موقع Twitter

✓ ج- موقع What 'sapp

✓ د- موقع Instagram

هـ- موقع youtub

و- موقع linked in ✓

التبرير:

13- من المسؤول عن استخدام هذه المواقع ؟

..... مسير مواقع التواصل الاجتماعي.....

14- ماهي الخاصية الاساسية التي جعلت الحاضنة تستخدم منصات التواصل الاجتماعي ؟

أ- التفاعلية ✓

ب- سرعة الوصول الى الجماهير ✓

ج- سهولة الاستخدام ✓

د- اختصار الجهد

هـ- اختصار الوقت ✓

15- كيف تتم عملية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

أ- اعلانات فقط ✓

ب- تواصل دائم ✓

16- ماهو الهدف التي تسعى حاضنة innoest company لتحقيقه من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

أ- تسويق أفكار الشباب ومشروعاتهم ✓

ب- جذب العملاء والمستثمرين والشركاء المحليين ✓

ج- زيادة الوعي بمشروعات الشباب ✓

17- ماهي نسبة نشر المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من حاضنة innoest company ؟

أ- أكثر من منشور فاليوم

ب- منشور واحد في اليوم

✓ ج- منشور في ثلاثة ايام

د- منشور في الاسبوع

18- ماهي اهم الخدمات التي تقدمها حاضنة innoest company من خلال مواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ أ- خدمات استشارية

ب- خدمات مالية

✓ ج- خدمات عامة

د- خدمات اخرى أذكرها

19- في حالة وقوع حاضنة innoest company في مشكلة أو أزمة هل تلجأ الى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإيجاد حل؟

✓ نعم - - لا

20- هل تمكنت الحاضنة من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي من:

✓ أ- التعريف بالمؤسسة الناشئة

✓ ب- زيادة عملاء المؤسسة الناشئة

✓ ج- دعم مكانة المؤسسات الناشئة

21- ما مستوى الاشباعات التي تحققت لحاضنة innoest company من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أ- مرتفعة

✓ ب- متوسطة

ج- ضعيفة

22- فيما تتمثل أهم الاشباعات التي حققتها الحاضنة نتيجة استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ أ- استخدام التكنولوجيا

✓ ب- الفرص التجارية

ج- التوظيف

د- التدريب ✓

هـ- التواصل ✓

و- التسويق ✓

ك- الدعم القانوني

ي- الدعم المالي

23- هل تعتقد حاضنة innoest company أن مواقع التواصل الاجتماعي تشبع حاجاتها الاقتصادية

؟

لا -

نعم -



الخاتمة

إنّ اختيارنا لموضوع استخدام حاضنة INNOESET COMPANY مواقع التواصل الاجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة ، كان انطلاقا من الخصائص التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي ودورها الكبير الذي تلعبه في دعم مكانة المؤسسات الناشئة حيث تشكل هذه الأخيرة خطوة أساسية نحو تعزيز مكانة المؤسسات الناشئة في السوق وتحقيق النجاح والتميز في عالم الأعمال وزيادة تواجدها في الساحة الرقمية فبفضل هذه المنصات يمكن للمؤسسات الناشئة التواصل بشكل فعال مع عملائها وبناء علاقات قوية معهم وزيادة وعيهم بمنتجاتها وخدماتها والترويج لأفكارها ومشاريعها وجذب الاستثمارات والشراكات الاستراتيجية التي تساهم في نموها وتطورها واستغلالها لقوة مواقع التواصل الاجتماعي لدعم مكانة المؤسسات الناشئة من خلال نشر قصص نجاح المشاريع التي نجحت بفضل دعم الحاضنة والترويج لبرامجها وفعاليتها وقدرتها على الوصول إلى جمهور واسع مهتم بهذه المؤسسات الناشئة وتشجيع الشباب المبتكر على الابداع .

وكحوصلة لما تمّ ذكره يمكننا القول أنّ حاضنة INNOEST COMPANY تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لأداء مهامها وبالخصوص دعم مكانة المؤسسات الناشئة لأنها الوسيلة الإتصالية الأكثر انتشارا ورواجا اليوم .



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية :

أولا : القواميس والمعاجم :

- 1- أنطوان نصري حويس: المعجم المدرسي للطلاب ، دار صبح للنشر والتوزيع، لبنان، 2005 .
- 2- علي بن هادية البليش بلحسن : القاموس الجديد للطلاب ، ط 7، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، 1991 .

ثانيا : الكتب

- 3- ابراهيم علي حجازي : التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد، دارالمعزز للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 4- أحمد بن مرسللي : مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003 .
- 5- أحمد عارف العساف و آخرون : الأصول العلمية والعملية لادارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة ، دار صفاء للنشر والتوزيع،الأردن ، 2012 .
- 6- أحمد قاسمي ، سليم جداي : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية ، ألمانيا، 2019 .
- 7- بشير محمودي : كتاب جماعي خاص بملتقى الحاضنات، مطبعة منصور الوادي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2021 .
- 8- خالد عيجولي : اقتصاد المؤسسة ، دار الخيمة ، الجلفة، 2019 .
- 9- رضوان بلخيري : مدخل إلى الإتصال المؤسسي، ط1، دار قرطبة للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2015 .
- 10- سامية لموشية، فائزة جروني : كتاب جماعي بعنوان المؤسسات الناشئة والحاضنات ، مطبعة منصور الوادي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2021 .
- 11- سعد ياسين غالب : التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2004 .
- 12- صالح العلي : مهارات التواصل الاجتماعي :أسس ومفاهيم وقيم ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 .
- 13- طارق محمود عبد السلام السالوس : حاضنات الأعمال ، دار النهضة العربية ، مصر، 2005 .
- 14- عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان، 2015 .

- 15- عبد الرزاق الدليبي : نظريات الاتصال في القرن العشرين ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016 .
- 16- عبد الله الجبوري ، خير الله سبهان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2013 .
- 17- علي خليل شقرة : الإعلام الجديد " شبكات التواصل الاجتماعي "، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2014 .
- 18- علي عبد الفتاح : الاعلام الاجتماعي ، ط1 ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان 2020 .
- 19- عمار بوحوش ، محمد محمود الذنبيات : مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2007 .
- 20- فارس رشيد البياتي: الحاوي في مناهج البحث العلمي ، دار السوق العلمية، الأردن ، 2018 .
- 21- فوزي محيريق بن الجيلاني: مدخل لاقتصاد المؤسسة ، مطبعة الرمال ، الجزائر، 2020 .
- 22- كمال الحاج : نظريات الاعلام والاتصال ، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020 .
- 23- ماهر عودة الشمايلة وآخرون : الاعلام الرقمي الجديد ، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 .
- 24- محسن سلمان سعدون آل فيحان ايثار عبد الهادي : دور حاضنات الأعمال في تعزيز ريادة المنظمات ، كلية بغداد الاقتصادية، بغداد، 2012 .
- 25- محي الدين إسماعيل ، محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2015 .
- 26- مروى عصام صلاح: الاعلام الالكتروني الأسس والآفاق ، دار الاعصار للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 .
- 27- محمد الجوهرى: المدخل إلى علم الاجتماع، كلية الآداب جامعة القاهرة، القاهرة، 2008 .
- 28- محمد صالح الحناوي وآخرون: ادارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، المكتبة الأكاديمية ، مصر، 2009 .
- 29- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة، 2000 .
- 30- محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة ، 1997 .
- 31- محمد عبد العال النعيمي : طرق ومناهج البحث العلمي ، الوراق للنشر والتوزيع، عمان ، 2009 .
- 32- محمد هاني : كتاب جماعي بعنوان : المؤسسات الناشئة ودورها في الانعاش الاقتصادي، مخبر الدراسات الصغيرة و المتوسطة في التطوير المحلي، البويرة ، 2020

- 33- محمد العوض وداعة الله محمد : مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي ، جامعة السودان ، الخرطوم، 2020
- 34- ياسين بوعبدلي: اقتصاد المؤسسة، دار الثقافة ابن رشد، الجلفة ، 2023 .
ثانيا : الأطروحات والرسائل
- 35- ابراهيم خليل بوغمبوز : دور حاضرات الأعمال في تطوير المؤسسات الناشئة في ظل تحقيق بيئة مستدامة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث ، قسم العلوم التجارية والتسيير، تخصص إدارة أعمال ، جامعة عباس لغرور – خنشلة- ، 2023-2024 .
- 36- جهاد صحراوي : تمثيلات الهوية الافتراضية للمجتمع الجزائري بالفضاء الرقمي من خلال أخلاقيات النقاش ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث ، قسم العلوم الانسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، 2022-2023 .
- 37- سهام بوقلوف : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال ، قسم علوم الاتصال ، تخصص دراسات الجمهور ، جامعة الجزائر 3، الجزائر ، 2017-2018 .
- رسائل ماجستير
- 38 - أحمد حسن سلمان : شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالي ، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام ، قسم الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط كلية الاعلام ، 2017 .
- 38- بسمة فتحي عوض برهوم: دور حاضرات الأعمال والتكنولوجية في حل مشكلة البطالة لريادي الأعمال قطاع غزة ، دراسة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير ، قسم اقتصاديات التنمية، كلية التجارة – الجامعة الاسلامية - غزة، 2014 .
- 39- فاطمة الزهراء عبد الرزاق الربايعة: تصورات طلبة الدراسات العليا في كلية التربية بجامعة اليرموك حول أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية ، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، قسم المنهاج والتدريس ، تخصص تقنيات التعليم ، جامعة اليرموك ، الأردن، 2016 .

40- محمد غسان عبد العزيز سرحان : دور حاضنات الأعمال في تعزيز المشاريع الريادية ، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الماجستير ، تخصص إدارة الأعمال ، عمادة الدراسات العليا – كلية الأعمال والاقتصاد .-جامعة القدس- ، فلسطين ، 2022 .

ثالثاً: المقالات والمنشورات

41- ابراهيم خليل بوغمبوز ، عبد الجليل جباري: مساهمة بورصة الجزائر في دمج المؤسسات الناشئة – دراسة حالة بعض من الشركات الناشئة ، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 05، العدد 02، خنشلة-الجزائر- ، 2022 .

42- ابراهيم قائد أحمد: استخدامات الطلبة اليمنيين للفيسبوك الاشباعات المتحققة منه ، مجلة دراسات وأبحاث ، العدد 25 مارس السنة التاسعة ، المغرب، 2017 .

43- ابتسام رايس علي: نظرية الاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الاعلام الجديد ، مجلة دراسات وأبحاث ، العدد 25 ديسمبر السنة الثامنة ، وهران ، 2016 .

44- أحلام ضامن فرج الله ، وهيبة حمادي مراد : واقع منصات رواد الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، 2020

45- تيقاوي العربي : دور حاضنات الأعمال في بناء القدرات التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كنموذج للمقاولاتية ، مداخلة مقدمة في ماتقى وطني ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير – جامعة أدرار - ، أدرار ، 2018

46- أمينة عثمانية ، منال بلعابد : المؤسسات الناشئة في الجزائر بين جهود التنظيم وهياكل الدعم ، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، المجلد 07 ، العدد 03، عنابة، 2020 .

47- حبيبة العيداني : رؤية مقترحة لتفعيل دور حاضنات الأعمال في تعزيز الريادة الاستراتيجية للمشاريع الصغيرة، مجلة البحوث والدراسات العلمية ، المجلد 14، العدد 01، الجزائر ، 2020 .

48- حميدي زقاي ، أسماء ميلودي: حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الناشئة، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، 2020 .

49- حكيم زايدي: المؤسسات الناشئة في الجزائر نظرة تحليلية للأطر القانونية والآثار الاقتصادية ، مجلة الدراسات الحقوقية ، المجلد 09، العدد 03، الجزائر، 2023 .

50- حورية سويقي : المؤسسات الناشئة وحاضنات الأعمال وفقا لأحكام المرسوم التنفيذي 20-254، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية ، المجلد 06، العدد 02، الجزائر، 2021 .

- 51- خليل عبد الرزاق ، هناء نور الدين: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية ، ملتقى دولي ، جامعة عمار ثلجي ، الأغواط، 2006 .
- 52- سعيدة تلخوخ ، نسيمة خدير : تفعيل حاضنات الأعمال في الجزائر (الأطر والتحديات) ، مجلة الادارة والمنظمات والاستراتيجية ، المجلد 04 ، العدد 01، الجزائر، 2022 .
- 53- سليمة بوغويينة: دور حاضنات الأعمال في دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة المهمل الاقتصادي ، المجلد 06، العدد 01، الجزائر ، جوان 2023 .
- 54- شريفة بوالشعور: دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة start-ups ، مجلة البشائر الاقتصادية ، المجلد 04، العدد 02، الجزائر ، 2018 .
- 55- عبد الجليل مقدم عدناني ، خولة بحوصي مجدوب : دور حاضنات الأعمال في تنمية المؤسسات الناشئة ، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، المجلد 07، العدد 03، بشار، 2021 .
- 56- عبد الكريم تفرقنيت : مواقع التواصل الاجتماعي الايجابيات والسلبيات ، ورقة بحثية ، قسم العلوم الانسانية ، جامعة البليدة 2، البليدة، 2016 .
- 57- عبد الله شعشوع ، عبد الله عناني : مساهمة حاضنات الأعمال في خلق ودعم المؤسسات الناشئة – عرض بعض تجارب حاضنات الأعمال في الجزائر، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية ، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، 2024 .
- 58- عطية خمخام : واقع حاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات الناشئة في الجزائر ، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي ، المجلد 03، العدد 01، الجزائر، 2022 .
- 59- عفاف بوعزة: التحديات التي تواجه حاضنات الأعمال كآلية من آليات دعم المؤسسات الناشئة . مجلة جديد الاقتصاد ، مجلد 18، العدد 01، الجزائر، ديسمبر 2023 .
- 60- علاء الدين بوضياف : دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر ، مجلة شعاع الاقتصادية ، المجلد 04، العدد 01، الجزائر، 2020
- 61- علاء الدين بوضياف، محمد زبير : دور حاضنات الأعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر ، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية ، المجلد 04، العدد 01، خميس مليانة- الجزائر-، (2020)
- 62- علي بختي: المؤسسات الناشئة الصغيرة والمتوسطة واقع وتحديات، مجلة دراسات و أبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الانسانية والاجتماعية ، المجلد 12، العدد 4، الجزائر، 2020

- 63- علي يوسفات، العلي بوكميش: دور حاضنات الأعمال في دعم وتطوير البحث العلمي بالعالم العربي ، مجلة الحقيقة ، جامعة أدرار- الجزائر - ، العدد 23، 2013 .
- 64- علي لونيبي ،مهدي بن طيبة : حاضنات الأعمال التكنولوجية ودورها في دعم وترقية المؤسسات ، الناشئة start-ups، مجلة الابداع ، المجلد 1، العدد 01، الجزائر، 2022 .
- 65- غريسي بوشيخي صدوقي، محمد رضا يقور أحمد :واقع حاضنات الأعمال ودورها في دعم ريادة الأعمال لدول شمال افريقيا دراسة مقارنة مع النموذج المصري ، المجلة العلمية للدراسات التجارية و البيئية ، المجلد 11، العدد 01، الجزء الثاني ، الجزائر ، 2020
- 66- فاطمة الزهراء بارة: مساهمة حاضنات الأعمال في تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة –دراسة حالة الحاضنة التكنولوجية بسيدي عبد الله – ، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 32، الجزء الرابع ، الجزائر، ديسمبر 2018 .
- 67- فاطمة عيساوي ، محمد الهزام : مدى مساهمة حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر ، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، المجلد 07، العدد 03، الجزائر، 2020 .
- 68- لعطرة بوجلال: دور حاضنات الأعمال التقنية في تطوير المؤسسات الناشئة ، الآفاق للدراسات الاقتصادية ، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، 2023 .
- 69- محمد لمين بن عروس : الدور والمكانة الاجتماعية في المجتمع ، مجلة العوم القانونية والاجتماعية ، المجلد 6، العدد 4، الجزائر، 2021 .
- 70- مصطفى بورنان ، علي صولي : الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة، مجلة دفاتر اقتصادية ، المجلد 11، العدد 1، الجزائر ، 2020 .
- 71- منى بسويح ميموني، ياسين بوقطاية سفيان : واقع وآفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، المجلد 7، العدد 3، الجزائر ، 2020
- 72- مهدي بن طيبة : حاضنات الأعمال ودورها في ترقية المؤسسات الناشئة start-up –تجربة ماليزيا أنموذجا- ، مجلة الابداع ، المجلد 12، العدد 01، البليدة ، 2022 .
- 73- مونة ديلمي وآخرون : المؤسسات الناشئة فاعل أساسي للتنمية المستدامة ، ملتقى وطني ، جامعة الجزائر يوسف بن خدة فرقة البحث والتكوييني الجامعي ، الجزائر، 2022

74- نريمان بن عبد الرحمان: التوجه نحو اقتصاد المعرفة وانشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر ، المجلة العربية للأبحاث والدراسات ، المجلد 6، العدد 2، الجزائر، 2023 .

75- هشام بروال : التعليم المقاولاتي وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة ، ورقة بحثية ، مجلة معهد العلوم الاقتصادية ، المجلد 20، العدد 03، الجزائر ، 2017 .

76- يوسف حسين ، اسماعيل صديقي : دراسة ميدانية لواقع انشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، المجلد 8، العدد 1، الجزائر ، 2021 .

المراجع الأجنبية:

77- adrianna Kezar : How colleges change : Understanding leading and Enacting change , ,city lights books , sanfransisco , 2017

78- Davis ;john P :business and society : Environment and Responsibility ,university press,new york ,(2023)

79- , Douglas singh, Shi keiyu : Delivering Health care in America : systems Approachscholartical corporation,american,2015

80- susan Ross : public Management the state of the Art ; the johns hopkins, new york , 1999

81- steven Ott :la nature du sesteur à but non lucratif , édition du seuil,France, 2013

المواقع الأجنبية :

82 - /chiffres-réseaux sociaux/,(20www.blogdumoderateur.com)

83- [www.medianet.tn/actualites/detail/eude-reseaux-en-algerie/all/1,\(2024\)](http://www.medianet.tn/actualites/detail/eude-reseaux-en-algerie/all/1,(2024))

84- Journal training : eg .linkedin.com,(2022)

85- [www.sp4tech.com,\(2024\)](http://www.sp4tech.com,(2024))

قائمة الملاحق

حاضنة الأعمال "إينواست كومباني"

تأسست في الجزائر في عام 2020، ومقرها الرئيسي في مدينة تبسة. تمثل هذه الحاضنة مكانا مهما لدعم وتمويل رواد الأعمال والشباب الطموح الذين يسعون لتطوير مشاريع مبتكرة. يتعاونون مع هذه الحاضنة للحصول على الدعم والإشراف اللذين لضمان نجاح مشروعاتهم.

حاضنة "إينواست كومباني" تقدم مجموعة شاملة من الخدمات والبرامج لدعم رواد الأعمال. من بين هذه الخدمات:

خدمات الاحتضان: يتم تقديم دعم مخصص وإشراف لأصحاب المشاريع عبر مراحل تطويرها. هذا الدعم يشمل الاستشارة في مجموعة متنوعة من المجالات مثل التخطيط الاستراتيجي، والمحاسبة، والقانون، والتسويق، وفن الخطب. يتيح ذلك للشباب الوصول إلى المعرفة والخبرة التي تساعدهم على تنمية مشاريعهم بنجاح.

مساحات العمل المشتركة: تقدم الحاضنة مساحات عمل مشتركة حيث يمكن للشركات المحتضنة العمل والتفاعل مع بعضها البعض. هذه البنية المشتركة تعزز التعاون وتبادل الأفكار بين أصحاب المشاريع.

معدات العمل: في بعض الحالات، يمكن للحاضنة توفير معدات عمل مشتركة أو موارد تكنولوجية لدعم عمل الشركات ومساعدتها في تنفيذ مشاريعها.

الدعم في الأحداث: تلعب الحاضنة دورا هاما في تنظيم ومراقبة الأحداث والفعاليات التي تقام من قبل الشباب المبتكر، مثل المسابقات وورش العمل وورش التدريب والندوات. هذا يساعد في بناء شبكة علاقات وتعزيز مشاركة المشروعات في المجتمع.

المرافقة الإدارية: تقدم الحاضنة دعما إداريا للمشروعات لمعالجة الأمور الإدارية والورقية المتعلقة بأعمالهم.

بالإضافة إلى كل ذلك، تعمل حاضنة "إينواست كومباني" بجد لدعم صليات التسويق لمشاريع الشباب. تهدف إلى تعزيز وتسويق أفكارهم ومشروعاتهم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة. يهدف هذا إلى جذب العملاء والمستثمرين والشركاء المحتملين، وزيادة الوعي بمشروعات الشباب.

حاضنة "إينواست كومباني" تلعب دورا حيويا في تعزيز ريادة الأعمال والابتكار في الجزائر، وتسهم بفعالية في تعزيز الاقتصاد المحلي وتشجيع الشباب على تطوير مشاريعهم وتحقيق النجاح.



الملحق رقم 02: شعار حاضنة المؤسسات الناشئة innoest company







The poster features a central logo for InnoPonia, which includes a stylized green plant with roots growing from a blue water droplet. To the right of the logo is a circular icon labeled 'AI BASED SOLUTION' containing a lightbulb, a gear, and a leaf. Below the logo, the text reads 'To FEED the future We CHALLENGE the way WE GROW'. The poster lists four key benefits: '95% LESS' water consumption, '30X MORE' yield, '100% FREE' from chemicals, and 'YEAR-ROUND' production. It also includes an 'ABOUT COMPANY' section, contact information for InnoPonia in Algiers, and a QR code.

InnoPonia

**To FEED the future
We CHALLENGE the way
WE GROW**

AI BASED SOLUTION

95% LESS
Up to 95% less water consumption compared to soil-methods

30X MORE
Yield 30x more food per acre than traditional farming with shorter growcycle

100% FREE
Without chemical pesticides, herbicides, or Genetically Modified Organism

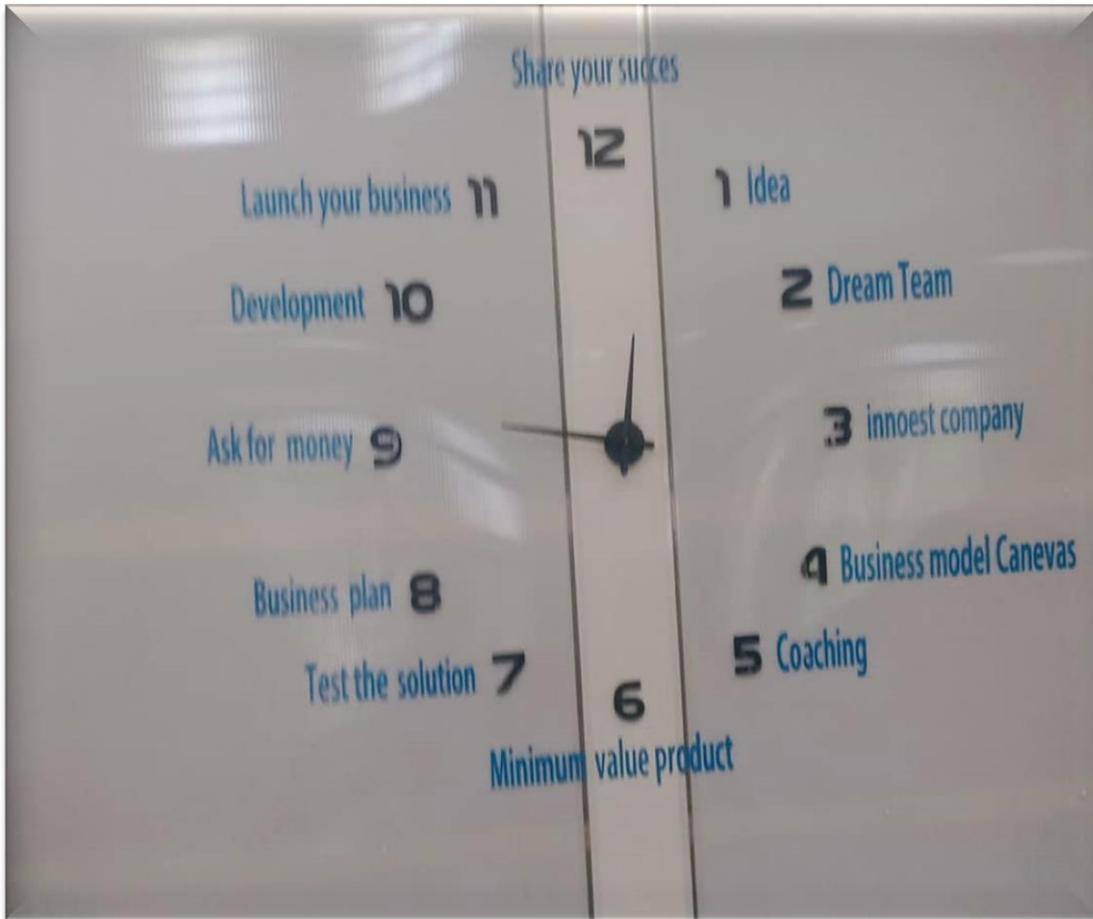
YEAR-ROUND
Year-round yield with no season-restrict production

ABOUT COMPANY
Our indoor farms are part vision, part science, and all inspiration to build sustainable, healthy, and smart agriculture systems to achieve food security and self-sufficiency in Algeria and the region.

CONTACT US
1st floor Boulevard municipal Elkahoul
Algiers, 02120000
www.innoponia.com

CALL FOR INFO
+213 658 622 636

QR Code







نماذج عن استخدام حاضنة innoest company مواقع التواصل الاجتماعي

الملحق رقم 07:

...

Innoest Company

٠٧/٠٥/٢٠٢٤



من الميدان اين يتواجد مشروع AgroFarm المحتضن في حاضنة المؤسسات الناشئة بالتنسيق مع الديوان الوطني للأراضي الفلاحية لولاية تبسة

المديرية الولائية للديوان الوطني
للأراضي الفلاحية لولاية تبسة



٠٧/٠٥/٢٠٢٤

في إطار دعم ومرافقة المشاريع المبتكرة و المؤسسات الناشئة وفتح الأبواب أمام الأفكار التي من شأنها المساهمة في توفير... عرض المزيد





Innoest Company

18/02/2024 • 🌐

قالت الصحف عن Bricool



مؤسسات مصغرة لاستقطاب الكفاءات العلمية والابتكارية نماذج ناجحة لمبادرات شبابية في تبسة



توجه الجزائر اليوم الاعتماد الكامل بمجال العلوم لاتباع نهج الابتكار والتخليق... حيث سعت هيئات الدولة العريقة للتحفيز ودعم وتشجيع الشباب والمؤسسات المصغرة...

جهة تبسة لا تسقط الفكرة... بل كبرياء المحافظة على تلك التجهيزات... وما هي الرغبة للتحفيز لها... بعد نظرية مشاكل السورين والتهريب وماذا...

نماذج ناجحة لمبادرات شبابية

سجلت ولاية تبسة نجاحا كبيرا في التماس الأولى من حيث المشاريع الفكرية والابتكار الشبابية... حيث تم تمويل عدة مشاريع وابتكارية...

مشروع تركيب الشبكات الكهربائية والهاتفية

أعلن عبد الحكيم شاش أحد من بين الذين ابتدوا مشاريعهم في مجال التكنولوجيا... حيث تم تمويل عدة مشاريع وابتكارية...



هيئات زرع

فرع فكر التكنولوجيا تعدد لجوء لدى الشباب المبتدئين وأصحاب الشهادات وماضين الابتكار والتفكير... حيث سعت هيئات الدولة العريقة للتحفيز...

هيئات الشبكات تحت العمل لإنشاء مؤسسات صغيرة

أكد مدير وحدة خلق مدير حاضنة المؤسسات للشبكات تبسة... حيث سعت هيئات الدولة العريقة للتحفيز ودعم وتشجيع الشباب...



الملخص :

تعنى هذه الدراسة بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المؤسسات الناشئة ودراسة كيفية استخدامها من طرف حاضنة INNOEST COMPANY ، حيث توفر عبر هذه المنصات الرقمية البيئة المشجعة والداعمة لرواد الاعمال ومشاريعهم الابتكارية ، من خلال تقديم الدعم الفني التقني والإعلامي اللازم لنجاحها .ولهذه المواقع أهمية بالغة في بناء العلاقات مع العملاء وزيادة الوعي بالعلامة التجارية والمنتجات والخدمات التي تقدمها المؤسسات الناشئة.

اعتمدنا المنهج الوصفي ودراسة الحالة ولجمع البيانات كانت كل من الملاحظة والمقابلة هي الانسب لدراستنا . وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- 1- حاضنة INNOEST COMPANY تكتسي أهمية بالغة في المحيط الذي تنشط فيه حيث تتكفل بمرافقة مشاريع الشباب المبتكر لدعم مكانة المؤسسات الناشئة
 - 2- مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل التي تستخدمها حاضنة INNOEST COMPANY في تعزيز مكانة المؤسسات الناشئة
 - 3- تستخدم حاضنة INNOEST COMPANY مواقع التواصل الاجتماعي لتتواصل مع المحيط الذي تنشط فيه ؛ واستغلالها لعرض الأفكار الابتكارية للمشاريع الناشئة ؛ والاعلان عن فرص التدريب والتمويل
 - 4- تلجأ حاضنة INNOEST COMPANY إلى مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجهها والأزمات التي تتعرض لها مثل: نشر البيانات الصحفية ومشاركتها ، حملات هاشتاق لزيادة الوعي
 - 5- حاضنة INNOEST COMPANY حققت العديد من الاشباعات جراء استخدامها مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مكانة المؤسسات الناشئة ، بما في ذلك : زيادة الوعي بالعلامة التجارية حيث تمكنت الحاضنة من جذب انتباه الجمهور المستهدف وزيادة الوعي حول خدماتها وفرص الاستثمار التي تقدمها للمشاريع الناشئة .
- الكلمات المفتاحية :
- الحاضنة ، مواقع التواصل الاجتماعي ، دعم مكانة المؤسسات الناشئة .

Summary :

This study is concerned with identifying the role of social networking sites in promoting emerging enterprises and studying how they are used by the INNOEST COMPANY incubator, as it provides, through these digital platforms, an encouraging and supportive environment for entrepreneurs and their innovative projects, by providing the technical and media support necessary for their success. These sites are extremely important in building relationships with customers and increasing awareness of the brand and products

And services provided by emerging enterprises.

We adopted the descriptive approach and the case study, and to collect data, both observation and interview were the most appropriate for our study

A set of results were reached, the most important of which are:

1-The INNOEST COMPANY incubator is of great importance in the environment in which it operates, as it undertakes to accompany innovative youth projects to support the status of emerging institutions.

2-Social media sites are the most important means used by INNOEST COMPANY in enhancing the status of emerging institutions.

3-INNOEST COMPANY incubator uses social networking sites to communicate with the environment in which it is active; It is used to present innovative ideas for emerging projects and announce training and funding opportunities.

4-INNOEST COMPANY incubator resorts to social media sites to solve the problems and crises it faces , such as: publishing and sharing press releases, hashtag campaigns to raise awareness .

5-COMPANY INNOEST incubator has achieved many satisfactions as a result of its use of social media sites to support the position of emerging enterprises, including: increasing brand awareness, as the incubator was able to attract the attention of the target audience and increase awareness about its services and investment opportunities that it offers to emerging projects;

key words:

Incubator, social networking sites, status support, Emerging institutions