

دراسة نقدية للنظريات المفسرة للنمو العالي للمؤسسات الناشئة

A critical study of the theories that explain the high growth of start-ups

غزيباون علي*

¹جامعة البويرة، a.razibaouene@univ-bouira.dz

تاريخ النشر: 2021/12/01

تاريخ القبول: 2021/11/20

تاريخ الاستلام: 2021/10/29

ملخص:

ظهرت المؤسسات الناشئة كنظام اقتصادي لتطوير الاقتصاد الإقليمي وربط الأفكار المبتكرة بقطاعات المستهلكين والصناعات الكبيرة. ويقصد بنمو المؤسسات الناشئة تضاعف رقم أعمال تلك المؤسسات أو تزايد معدل نمو اليد العاملة فيها بنسبة 20% على الأقل سنويا لعدة سنوات متتالية. لقد أثار مفهوم النمو العالي للمؤسسات الناشئة اهتمام العديد من الباحثين وكذلك اهتمام السلطات العمومية بسبب القضايا الاقتصادية المرتبطة بها كخلق فرص العمل والمساهمة في القيمة المضافة. لذلك فإن فهم العوامل التي تحفز نمو هذه المؤسسات وأسباب تحققه في بعض المؤسسات دون غيرها والاعتبارات التي يجب مراعاتها لتحقيق ذلك له ما يبرره علميا وعمليا.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة، النمو العالي، نظريات النمو.
تصنيف JEL: M13، O44، L26**Abstract:**

Start-up enterprises have emerged as a economic system for developing the regional economy and linking innovative ideas to consumer segments and large industries. Growth start-ups are enterprises that see their salaried workforce increase by at least 20% or their turnover double for several consecutive years. The concept of growth has intrigued some researchers and public authorities because of the economic issues linked to job creation and value added. It is therefore important to understand the factors that stimulate the high-growth of start-ups and the means to achieve these.

Keywords: Startups, high growth, growth theories.**Jel Classification Codes:** M13, O44, L26.

I. مقدمة:

لقد تطور البحث في مجال نمو المؤسسات الناشئة وتنوع بشكل كبير خلال العقود الثلاثة الماضية كما تفاعل مع الأبحاث المرتبطة بالمقاولاتية، الاستراتيجية، والتغيير التنظيمي. يتفق الباحثون أن هذا التنوع والثراء حتى ولو كان يفتقر إلى التكامل فإنه سيسمح بتحديد العوامل الرئيسية للنمو. يعتبر كل من PerDavidsson, Frédéric Delmar & Johan Wiklund أكثر الباحثين تأثيراً في هذا المجال، خلاصة أبحاثهم أن الخصائص المرتبطة بالفرد والمؤسسة والبيئة لها تأثير على النمو في كل السياقات ومهما كان نوع المؤسسات ولكن لا أحد منهم يمارس تأثيراً حاسماً. ومع ذلك يجب الاعتراف بأن هذه المعرفة الواسعة المتعلقة بنمو المؤسسات الناشئة لا يزال توظيفها صعب من قبل الباحثين والممارسين على حد سواء، لأنها توفر مؤشرات متناقضة بسبب التباين الكبير في المفاهيم والسياقات المدروسة. ويؤكد Gilbert, McDougall & Audretsch في مراجعتهم للأدبيات المتعلقة بالنمو أنه على الرغم من أن الأدبيات المتاحة تعطينا نظرة عامة وغنية عن أسباب اختلاف معدلات النمو في المؤسسات الناشئة، إلا أنها أهملت المحور الخاص بالقرارات الاستراتيجية الحاسمة المرتبطة بكيفية نمو هذه المؤسسات وبشكل أكثر تحديداً قد يكون عدم قدرة الباحثين على تفسير عدم تجانس مسارات نمو المؤسسات الناشئة يبين بوضوح حدود هذه الدراسات. وفي هذا الصدد حدد Delmar, Davidsson & Gartner سبعة أنماط مختلفة للنمو دون تفسير أسباب هذا التنوع واحتموا بقولهم: " امتنعنا عمدًا عن تقديم تفسير سببي لماذا تظهر المؤسسات مسارات نمو متباينة، ومع ذلك سيكون موضوع دراسة مهم للبحث في المستقبل. سنحاول من خلال هذه الدراسات عرض مساهمة مختلف المقاربات المفسرة للنمو العالي للمؤسسات الناشئة، وكذا حدودها.

II. النمو العالي للمؤسسات الناشئة: المفهوم والخصائص

لقد تزايد اهتمام الباحثين منذ نهاية الثمانينيات من القرن الماضي في تحليل محددات نمو المؤسسات الصغيرة والناشئة والعوامل التي تميزها، حيث تضاعفت المنشورات لكل منها أهدافاً مميزة و / أو مناهج مختلفة، حيث ركز البعض منها على خصائص المسير، وتناولت دراسات أخرى تأثير البيئة على الاستراتيجية المتبعة، وأيضاً على مسار عملية النمو. وقد أدى ذلك إلى تعارض النظريات والمفاهيم والنتائج التجريبية التي تم التوصل إليها مع وجود إطار عمل متكامل.

II-1 مفهوم المؤسسات الناشئة:

لقد أصبحت المؤسسات الناشئة من المصطلحات الشائعة والمستخدمة في مجالات عدة، لغة تعيّن كلمة "بدء التشغيل" وبعبارة أخرى فإن الكيان المدروس هو إنشاء شركة، أما من الناحية الاصطلاحية فه يرتبط بشكل أساسي بشركة مبتكرة تجذب المستثمرين والأفراد وتحقق مستويات عالية من النمو.

ويمكن تعريف المؤسسات الناشئة بأنها مؤسسات تتميز بالنمو السريع ترغب في تلبية احتياجات السوق من خلال تطوير نموذج أعمال قابل للتنفيذ حول منتج أو خدمة أو عملية تجارية أو منصة مبتكرة. على الرغم من اختلاف التعريفات لا تزال المؤسسات الناشئة تحتاح الأسواق بأفكار مبتكرة وتنمو بسرعة فائقة. إن فهم الظروف والأسباب التي تسهل النمو العالي للمؤسسات الناشئة من خلال البحث الأكاديمي أمر في غاية الأهمية، ذلك أنه يساهم في توجيه ممارسات الأعمال، وكذلك السياسات العامة التي ترغب في تعزيز هذه الظاهرة نظراً لتأثيرها على إنشاء المؤسسات، الوظائف، والنمو الاقتصادي.

إن السياق الذي تنشط فيه المؤسسة اليوم تغير بشكل كبير على عدة مستويات من التحليل - اقتصاديًا، تكنولوجياً، اجتماعيًا، وتنظيميًا. يصفه كل من Livian & Cohen بأنه سياق يحفز نظام تقني جديد (تكنولوجيا المعلومات، الإلكترونيات، وهيمنة الخدمات)، وتحول المخاطر الاقتصادية (العولمة، والثورة المالية)، وكذلك تحول كبير في أنشطة المؤسسات (تخصص مرن، الحاجة إلى منتجات متميزة، والمنافسة الدولية ...)، تغير كبير في قيم وسلوكيات الأفراد وكذلك علاقتهم بالعمل (قوة عاملة مدربة بشكل أفضل، مستويات تكوين عالية، متطلبات التقدم والاستقلالية).

إن المؤسسات الناشئة لم تعد تتميز بكونها حديثة النشأة فحسب، فمهما كان حجمها أو رقم أعمالها فإنها تظل مؤسسات ناشئة وبالتالي تفقد معنى " مؤسسات حديثة النشأة" مثل eBay، Google، Yahoo!، تشير الأدبيات ذات الصلة أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبتكرة ظهرت في أشكال مختلفة، من بين هذه الأشكال تعتبر المؤسسات الناشئة والمؤسسات ذات التكنولوجيا العالية هي الأكثر شيوعًا ومعناها متشابه كثيرا، ولكنهما يختلفان في الاستخدامات. فالمؤسسات الناشئة تشبه في الغالب المؤسسات التي تم إنشاؤها ضمن ما يعرف "بلاقتصاد الجديد" المبني على المعرفة أما المؤسسات عالية التكنولوجيا فهي تدمج التكنولوجيا على نطاق واسع لضمان نموها واستمراريتها. قامت الوكالة الفرنسية APCE بإجراء دراسة حول المؤسسات الناشئة وقد عرفتها كما يلي: 'المؤسسات الناشئة هي مؤسسات مبتكرة إما من خلال قطاع نشاطها، أو من حيث أساليبها التسويقية، أو من خلال طرق نموها، تتميز بنمو سريع في حجم نشاطها أو رأس مالها. (KPMG, 2018, p. 02)

تشكل المؤسسات الناشئة (SUEs) جوهر المؤسسات المحلية، وتشارك منتجاتها وخدماتها مع المؤسسات الكبيرة لتنمو عالميًا. كما تعتمد المؤسسات الناشئة في تطورها على إستراتيجية قائمة على الموارد. تتضمن بعض الاستراتيجيات الإدارية المستخدمة لتطوير مؤسسات ناشئة مجدية اقتصاديًا تقنيات الإدارة المرنة، أساليب وطرق اكتشاف الزبون، إستراتيجية التسويق المرتكزة على الزبون، وتحديد حد أدنى من القطاعات السوقية الواعدة. تأسست المؤسسات الناشئة على أساس مبدأ انخفاض رأس المال والموارد البشرية المحدودة مثلها مثل المؤسسات الصغيرة إلا أنها مؤسسات سريعة التحول تعتمد على الابتكار والتكنولوجيا التي تهدف إلى تطوير نموذج أعمال مؤثر، وبالتالي فهي موجهة نحو الابتكار والاضطراب الذي تقوده التكنولوجيا. تشمل المؤسسات الناشئة مستويات مختلفة من الحجم من المؤسسات الصغيرة إلى الكبيرة، وتحاول النفاذ في الأسواق بشكل أسرع والنمو بدعم من التحالفات مع المؤسسات والبرامج الحكومية. وفقًا لذلك يمكن تحديد الاختلافات بين المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة من حيث نماذج أعمالها ونفقات رأس المال وخطة الموارد وإمكانات الاستثمار وأهداف النمو. (Zaech & Baldegger, 2017, p. 158). عادة ما تتطور المؤسسات الناشئة من المؤسسات العائلية (FBFs) التي تنشط في فجوات سوقية محدودة، وتحاول باستمرار توسيع أعمالها عن طريق استكشاف فرص جديدة من خلال التعاون في قطاعي الابتكار والتكنولوجيا. ومع ذلك تواجه المؤسسات العائلية العديد من التعقيدات في احتضان المؤسسات الناشئة كمؤسسات مستقلة لها خطة عمل وهيكل تنظيمي محدد بوضوح (Villegier, 2018, p. 247).

ونظرًا لأن المنافسة احترقت كل الأسواق من المستوى العالمي إلى أدنى المستويات المحلية، ظهرت العديد من المؤسسات الناشئة الجديدة في الأسواق من خلال خلق اختلافات هامشية في منتجاتها وخدماتها، وقد تسبب هذا الوضع في حدوث فوضى بين المؤسسات الناشئة (مثلا التطبيقات على الهواتف الذكية)، مما أدى إلى تفككها داخل الصناعة بشكل عام وقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص. وقد أدى هذا الاحتراق إلى مخاطر جديدة ناشئة في الإدارة التنظيمية المتعلقة بالكفاءات التشغيلية وفعالية التكلفة والربحية وتوسيع الأعمال من خلال استكشاف مستويات جديدة من التنسيق. (Cantonet, Aldasoro, & Iradi, 2019, p. 258).

إن العمليات في المؤسسات الناشئة لها أهداف قصيرة المدى ، ولذلك فإن معظم المؤسسات الناشئة تستخدم سياسات إدارية انتقالية غير مرتبطة استراتيجيًا بأهداف طويلة الأجل. نظرًا لأن المؤسسات الناشئة مملوكة للأفراد، فإنها تفتقر إلى الأنظمة التنظيمية الراسخة التي تربط شبكات السوق الخلفية والأمامية بأهداف الربحية. وتحول هذه السمات الخاصة بالمؤسسات الناشئة إلى أنظمة تكيفية معقدة لتتوافق مع متطلبات السوق وتولد قيمة مستدامة للزبائن.

تواجه المؤسسات الناشئة تحديًا كبيرًا يتمثل في تحويل الشبكات الذكية في عمليات التصنيع والتسويق في ضوء الابتكار والتكنولوجيا والقدرة التنافسية في السوق. تشير الشبكات الذكية إلى الاستراتيجية، الحجم (الاستثمار والطلب) ، استجابة المستهلك، إمكانية الوصول إلى السوق ، تطوير العلامات التجارية الموثوقة. وقد ظهرت مطالب جديدة مثل مشاركة الزبائن والتوجه التجاري المتزايد لأنظمة التسويق الإلكترونية (تقديم المنتجات الرقمية) كتحديات رئيسية للمؤسسات الناشئة في القرن الحادي والعشرين. لذلك فهي تحتاج إلى التخطيط الشامل لتقارب المنتجات الإبداعية مع سوق يركز على الزبائن. (Goerzig & Bauemhansl, 2018, p. 541).

II-2 مفهوم النمو العالي للمؤسسات الناشئة

تقدم المؤسسات عالية النمو سياقًا فريدًا لفهم نمو المؤسسة يتميز عن النمو الطبيعي خصوصًا من خلال تحديات الإدارة، ومع ذلك الأبحاث التي تناولت هذا المفهوم محفوفة بالعديد من التحديات خاصة فيما يخص اختيار العينة موضوع الدراسة ومتابعتها، كما أن الهياكل التنظيمية لهذه المؤسسات سريعة التطور تجعل من الصعب دراستها. في هذا الإطار رصد كل من Henrikson & Johansson سنة 2010 بإدراج 20 دراسة تتناول ظاهرة النمو العالي بين خلال الفترة 1990-2010 ، بينما رصد Coad et al 100 خلال فترة من 2010 إلى 2014. (Kouada, Aldebert, & Amabile, 2018, p. 1)

يبين الجدول أدناه أهم الدراسات التي تناولت مفهوم النمو العالي High-Growth في المؤسسات الصغيرة والناشئة:

الجدول رقم (01): مراجعة الأدبيات حول مفهوم النمو العالي للمؤسسات الناشئة

اسم الباحث ومنهجية الدراسة	تعريف نمو المؤسسات الناشئة	الاشكالية	العوامل المحددة للنمو
L.K Gundry, H.P Welsch (2001) كمية	المؤسسات التي تحقق معدل نمو في المبيعات يساوي أو يفوق 23%	ما الذي يميز التوجه المقاولاتي نحو النمو السريع؟	المقاول، التوجه المقاولاتي
J.H. Friar et M. H. Meyer (2003) كمية	مؤسسة توفر فرص عمل تستخدم ممارسات استراتيجية مبتكرة لإيجاد فجوات غير مستغلة في السوق	ما هي العوامل التي تميز المؤسسات سريعة النمو عن المؤسسات الصغيرة؟	خبرة المقاول، مجموعة التأسيس، السلطات العمومية، التنمية بالمنطقة، الاندماج في العناقيد.
E.Fischer et A. R. Reuber (2003) كيفية	المؤسسة التي تحقق معدل نمو مبيعات لا يقل عن 20٪ سنويًا لمدة خمس سنوات متتالية	كيف يمكن للحكومات أن تدعم بشكل فعال المؤسسات سريعة النمو؟	السلطات العمومية
J. Wiklund et D. Shepherd (2003) كمية	المؤسسات التي تحقق نمو المبيعات واليد العاملة بشكل نسبي على مدى 3 سنوات.	كيف يؤثر دافع النمو على نمو المؤسسات الصغيرة؟	دوافع النمو، خصائص المقاول، الموارد، الفرص في السوق.
B R. Barringer, F.F. Jones, D.O. Neubaum (2005) كمية وكيفية	المؤسسات التي يزيد معدل نمو اليد العاملة السنوي فيها بنسبة 15٪ على الأقل لمدة 5 سنوات متتالية.	ما هي الخصائص التي تميز السريع؟	خصائص المسير، خصائص المؤسسة ، الاستراتيجية ، إدارة الموارد البشرية.

خصائص المقاول، موارد المؤسسة.	ما هي نقاط التشابه بين المؤسسات سريعة النمو التي تمكنت من دعم نموها؟	المؤسسات التي تحقق إيرادات تتراوح بين 10 مليار دولار كندي ومليار دولار كندي على مدى ثلاث سنوات متتالية من النمو.	YE. Chan, N. Bhargava, C.T. Street (2006) كيفية
حجم المؤسسة، موارد المؤسسة.	ما هي الاختلافات بين المؤسسات عالية النمو والمؤسسات ذات النمو الطبيعي؟	المؤسسات التي تحقق نمواً في المبيعات (أكبر من 100٪) يحدث هذا النمو خلال فترة زمنية قصيرة نسبياً (3 إلى 4 سنوات).	M. Moreno et C. Casillas (2007) كمية
البحث والتطوير.	ما الأدوار التي يلعبها نشاط البحث والتطوير في نمو المؤسسات الناشئة خلال السنوات الأولى من إنشائها؟	10٪ من المؤسسات الأكثر ديناميكية في العينة (بمعدل نمو 250٪ أو أكثر)	Stam, E., & Wennberg, K. (2009) كمية
البيئة، الموارد، خصائص المسير.	ما هي العوامل التي لها تأثير مباشر وغير مباشر على نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟	المؤسسات التي تحقق نمواً في المبيعات والوظائف تم حسابها بالحجم النسبي على مدى 3 سنوات (1999-1996)	J. Wiklund, H. Patzelt, D.Shepherd (2009) كمية
الوصول إلى الموارد، القرب من الزبائن، الدافع للنمو.	ما الأحداث التي تسبب تغيرات مفاجئة في معدل نمو المؤسسة؟	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تحقق معدل نمو سنوي متوسط قدره 20٪ لمدة أربع سنوات متتالية على الأقل.	St-J, Etienne, P.A.Julien, J.Audet (2009) كيفية
المنتجات المبتكرة، الموارد.	ما هي العوامل التي تولد عدداً كبيراً من المؤسسات عالية النمو؟	المؤسسات التي يبلغ عمرها 5 سنوات أو أقل والتي حققت معدل نمو مبيعات سنوي أكبر من 10٪ لمدة 3 سنوات متتالية ولديها ما لا يقل عن 5 عمال في بداية هذه الفترة.	Goedhuys, M., & Sleuwaegen, L. (2010) كمية
المنتجات، التسويق.	ما الذي يفسر الاختلافات في النمو بين المؤسسات؟	المؤسسات التي يتجاوز نمو مبيعاتها السنوية 30٪ سنوياً لمدة 4 سنوات متتالية.	S. C. Parker, D. J. Storey, A.W Courier (2010) كمية
استراتيجيات النمو، القدرات التسييرية.	ماهي القدرات التي تمتلكها المؤسسة والتي تؤثر على استراتيجية النمو في سياق النمو العالي؟	المؤسسات التي تحقق معدل نمو سنوي لا يقل عن 10٪ خلال 5 سنوات.	J.L.Barbero,J.C.Casillas, H.D.Feldman (2011) كمية
الفرصة، الوصول إلى الموارد، التوجه المقاولاتي.	ما هو دور الموارد والتوجه المقاولاتي (EO) في تحسين أداء المؤسسات عالية النمو؟	المؤسسات التي تحقق معدلات نمو غير عادية (500٪ إلى 30.000٪) على مدى 5 سنوات	T. Minola et L. Cassia(2012) كيفية
السلطات العمومية	كيف نخلق سياسيات مناسبة للمؤسسات ذات النمو العالي؟	المؤسسات التي تحقق معدل نمو سنوي في اليد العاملة أو رقم الأعمال يزيد عن 20٪ سنوياً على مدى 3 سنوات وتشغل أكثر من 10 عمال.	C.Mason et R.Brown(2013) كيفية
نماذج الأعمال Business model		كيف يمكن لتشكيلات مجلس الإدارة أن تؤثر على نوايا نمو هذه المؤسسات؟	M. H. Morris, G. Shirokova, A. Shatalov (2013) كمية
الاندماج، رأس المال المخاطر، الشبكات.	كيف تحقق المؤسسات حديثة النشأة النمو؟ ما هو تأثير استراتيجية التحالف في تحقيق النمو العالي؟	المؤسسات التي يزيد متوسط نموها السنوي في اليد العاملة أو رقم أعمالها عن 20٪ سنوياً، على مدى 3 سنوات، ويعمل بها أكثر من 10 عمال	V. Mohr, E.Garnsey, G. Theyel(2013) كمية

كيف تتجسد سرعة النمو المبكر في الإطار المؤسسي؟	فريق الإدارة، تمويل التكنولوجيا، الإطار المؤسسي الوطني.	M. Miozsoa et L. Di Vito(2016) كمية
ما هي عناصر الإدارة الاستراتيجية التي تحفز النمو العالي؟	الكفاءات، الاستراتيجية، إدارة الموارد البشرية، الابتكار.	R. Demir, K.Wennberg, A.McKelvie(2017) مراجعة الأدبيات

(Kouada, Aldebert, & Amabile, 2018, pp. 08-09)

يلاحظ من خلال الدراسات السابقة أن العوامل التي تفسر النمو العالي للمؤسسات الناشئة ترتبط بثلاث عوامل رئيسية

هي:

تعزو الفئة الأولى من الدراسات نمو المؤسسات الناشئة إلى السياق، وبشكل أساسي إلى العوامل المتعلقة بالبيئة الاقتصادية للمؤسسة مثل: الموقع الجغرافي، قطاع النشاط، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أو النظام البيئي للمقاولاتية. من بين العوامل المرتبطة بالسياق تم تحديد التمويل كعامل رئيسي في نجاح معظم المؤسسات الناشئة، فقد أدى انهيار السوق الماليسنة 2008 مثلاً فشل العديد من المؤسسات الناشئة بسبب عدم قدرتها الحصول على التمويل وهو ما أثر على ابتكار مشاريع ناشئة. تفشل معظم المؤسسات الناشئة ليس لأنها تفتقر إلى التمويل ولكن لأنها لا تمتلك الرؤية وفريق البحث والتطوير الجيد. لقد تم تحديد أن التمويل له ارتباط قوي بالابتكار الجيد. لم تكن العديد من المؤسسات قادرة على البقاء لأنها لم تستطع مواكبة سقف الابتكار في السوق (Okrah & Nepp, 2018, p. 34). ومن يمكن النظر إلى الابتكار على أنه أسلوب للبقاء.

الفئة الثانية من الدراسات تربط نمو المؤسسات الناشئة بخصائص المؤسسة ومواردها وهيكل إدارتها. في الواقع تمتلك المؤسسات الناشئة موارد محدودة فقط عند إنشائها، من أجل تحقيق النمو فهي تستهلك قدر كبير جدا من الموارد المالية والمعرفية، وبالتالي فإن نموها يعتمد على قدرتها على تعبئة العديد من أصحاب المصالح الذين يوفر هذه الموارد ولكن بالمقابل يؤثر ذلك على هيكل الحوكمة الخاص بها. كما أن القدرات ذات الطابع الديناميكي التي تتمتع بها المؤسسة تعتبر محددًا جوهريًا للنمو. يشير هذا إلى أن المؤسسات الناشئة يجب أن تسعى جاهدة لتطوير قدرتها على اكتشاف احتياجات السوق. من خلال القيام بذلك يمكنها تعديل منتجاتها وتحسين أداء المؤسسة. بالإضافة إلى ذلك فلن القدرة على تطوير وتنفيذ نموذج أعمال قابل للتطوير وقابل للتكرار ومريح هو مفتاح للمؤسسات الناشئة التي ترغب في النمو. تشير الدراسات إلى أن النمو في هذا السياق يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالقدرة على التعلم من الزبائن وتصميم نموذج أعمال قابل للتطوير وقابل للتكرار ومريح. (Teixeira, Lopes, & Marconatto, 2021, p. 95)

أخيراً تضع فئة ثالثة من الدراسات المدير (المقاول) في مركز تحليل مسارات نمو المؤسسات الناشئة، يعتمد النمو العالي للمؤسسات الناشئة وفق هذا التيار على خصائص القائد مثل مستواه التعليمي، خبرته في مجال المقاولاتية، السن، الجنس، استعداداته للمخاطرة

III. المقاربات المفسرة لنمو المؤسسات الناشئة (مراجعة الأدبيات):

III-1 نظرية النمو لـ Edith Penrose (1959):

يمكن القول أن هذه النظرية هي الأكثر استشهاداً في أدبيات المقاولاتية المرتبطة بالنمو على الرغم من أن نظريتها لا تتعلق تحديداً بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أو المؤسسات الناشئة. تبقى هذه المقاربة من الأعمال الحديثة التي لا يزال تحليلها من قبل العديد من الباحثين. تعرف E.T. Penrose نمو المؤسسة علمياً كالتحليل السلوكي المتمثل في نمو العوامل الكمية، كحجم الإنتاج، اليد العاملة، الحصة السوقية، رقماً الأعمال، والصادرات حيث يؤدي ذلك إلى انعكاسات وتغيرات في العوامل الداخلية للمؤسسة (التغير في الهيكل التنظيمي، نمط وطرق التسيير وطبيعة النشاط) (Penrose, 1963, p. 13). تعتبر مساهمة Penrose مهمة من

عدة أوجه. فهي أولاً وقبل كل شيء تبتعد عن النظرية النيوكلاسيكية التي تفسر نمو المؤسسات من خلال التخصيص الأمثل للموارد بهدف الوصول إلى الحجم المثالي المرتبط بوجود حد أدنى على منحى التكلفة. وبالتالي حسب هذه المقاربة فإن النمو في الواقع هو مجرد زيادة في حجم الإنتاج ناتج عن هذا التخصيص الجيد للموارد. وإدراكاً منها أن المؤسسات هي أولاً وقبل كل شيء ذات طبيعة بشرية، تربط Penrose إدارة نمو المؤسسة بالأهداف الشخصية ومهارات فريق الإدارة (الإطارات، والمسيرين، والإداريين في المؤسسة). على هذا الأساس فإن النمو لا يتم تلقائياً وإنما ينتج عن خطة يتأثر تصميمها وإدارتها من قبل فريق الإدارة بالتغيرات في البيئة. ثم تقترح بعد ذلك تصور المؤسسة كمجموعة من الموارد يتم المزج بينها من قبل الإدارة من أجل تقديم "الخدمات" التي تسمح بتنفيذ أنشطة المؤسسة. وفي هذا الصدد فهي تقدم تمييزاً أساسياً بين العمليات الإدارية و"المقاولاتية" وتؤكد أهمية هذه الأخيرة في تفسير إمكانات نمو المؤسسة. فالعمليات المقاولاتية تقوم بتحديد الفرص الجديدة المتعلقة بالمنتجات، الأسواق، التكنولوجيا، أو الموارد التي تسمح بتطور وتصميم خطط النمو بشكل عام. ثم تؤكد Penrose على أهمية العمليات الإدارية في إدارة المؤسسة والتحكم في نموها. على هذا المستوى فهي ترى محدودية كبيرة للقدرات الإدارية لتنفيذ أي خطة نمو، وتكشف أن قدرة فريق الإدارة لا يمكن تطويرها بسبب عمليات التعلم والوقت المطلوب لاكتساب الخبرة وصعوبة دمج المديرين الجدد في الفريق الحالي. فالعمليات الإدارية هي عملية مستمرة تربط بين النمو وتراكم الخبرة الإدارية التي يصعب تسريعها. لا يزال يشار إلى هذه الظاهرة أحياناً باسم "تأثير Penrose". كما اهتمت هذه النظرية بعلاقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمؤسسات الكبيرة من خلال ما يعرف بمفهوم الفجوات لشرح تلك المجالات التي يمكن للمؤسسات الصغيرة أن تتطور فيها دون منافسة من المؤسسات الكبيرة.

بالرغم من المساهمات الكبيرة لهذه النظرية إلا أنها تعاني من ثلاثة قيود مهمة. أولاً هي لا تخص المؤسسات الناشئة بل تخص كل المؤسسات لذلك من الصعب عزل العناصر الخاصة بإدارة المؤسسات الصغيرة والناشئة عن تلك المتعلقة بالمؤسسات الكبيرة. ثانياً بفعل تأثير الزمن ينبغي تحديث هذه النظرية لمراعاة تطور ثقافة المقاولاتية واحترافيتها خاصة على سبيل المثال مع ظهور رأس المال المخاطر وزيادة عدد المديرين الذين تدرّبوا في مجال المقاولاتية وأيضاً المقاولين المديرين في مجال الإدارة. ثالثاً تعتبر هذه المساهمة في جوهرها نظرية لم تستطع أي دراسة تجريبية تفعيلها لأن العديد من المفاهيم المرتبطة بها عامة و / أو لم يتم تطويرها بشكل كافٍ، تجدر الإشارة إلى أن (Garnsey) قد نجح في تفسير إطلاق المؤسسات الناشئة على أساس هذه النظرية. (Witmeur, 2015, p. 35)

III-2 المقاربات التي تركز على الفرد:

من الناحية التاريخية أول تيار رئيسي تناول موضوع المقاولاتية بشكل دقيق يعرف "بمقاربة السمات" والذي ركز على تحديد وتوصيف "المقاول الجيد". وقد أدرك الباحثون أنه من الصعب التمييز بين المقاول منفرداً والفريق المقاولاتي، فهذه المقاربة تركز على الخصائص الفردية بينما الفرق في الغالب تكون أكثر كفاءة من المقاولين الفرديين. لقد اهتم الباحثون بتحديد الاختلافات بين المقاولين والمديرين، أي بين المشاريع المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التقليدية حتى قبل الثمانينات، نقطة البداية أن تسيير المؤسسة يعتمد على فرد واحد أو أكثر ممن تؤثر دوافعهم وخصائصهم الاجتماعية والاقتصادية وسلوكياتهم ومهاراتهم بشكل كبير على تسيير المؤسسات الصغيرة. وبشكل أكثر وضوح تحاول مقارنة السمات تحديد مجموعة من الخصائص النفسية (مثل الدوافع، والمعارف،)، السياقية، والاقتصادية (الوصول إلى مختلف أشكال الموارد) و / أو الاجتماعية والثقافية (مثل العمر، التعليم، الخلفية الاجتماعية،) التي تؤثر على تسيير المؤسسة. يقدم

كل من (Davidsson, 1988) ; (Gartner, 1988) ; (Carland, Hoy, Boulton & Carland, 1984) ; (Fayolle, 2003) ; (1989) مراجعات مهمة لهذه الأدبيات. دون الخوض في التفاصيل فإن معظم هذه الدراسات نجد أصولها في البحوث التي قدمها (Maslow, 1954) حول التسلسل الهرمي للاحتياجات، ونظرية التوقع لـ (Vroom, 1964)، والاثراء الوظيفي لـ (Herzberg, 1966). سعت مقارنة السمات أيضًا إلى تحديد مجموعة من الخصائص المنسوبة إلى المقاولين الأكثر طموحًا، أي أولئك الذين يسعون لتحقيق هدف النمو، من بين أكثرها شيوعًا هي "الحاجة إلى الإنجاز"، أي قدرة المقاول على تحديد أهداف طموحة لنفسه وتحقيقها بمفرده، وكذلك "النزوع إلى المخاطرة" الذي يشجع على مزيد من العمل المستقل والثقة بالنفس والميل إلى المخاطرة. كما تم تحليل المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة (العمر، والتدريب، والخبرة، والأصول الاجتماعية والعرقية،...)، والسلوكية (صنع القرار، الانفتاح، الثقة بالنفس، والمرونة) أو المتعلقة بالمهارات (المقاولاتية، التسييرية، التقنية،...).

وقد تزامنت هذه الدراسات المتعددة مع ظهور العديد من النماذج، فقد اقترح (Daval, Deschamps & Geindre, 1999) مراجعة تشمل 25 نوع من المقاولين. ويميز (Laufer, 1975) بين 4 فئات هي: المدير / المبتكر الذي يسعى إلى تحقيق النمو، والمقاول المالك الذي تحمه الاستقلالية قبل كل شيء، والمقاول الذي يرفض النمو ولكنه يسعى إلى الكفاءة، والمقاول الحرقي. كما يميز (Carland, Hoy, Boulton & Carland, 1984) بين المقاول والمدير في المؤسسات الناشئة. وقد قام (Julien & Marchesnay, 1988) بتبسيط نموذج Laufer من خلال اختصاره في فئتين تسمى الفئة الأولى PIC أي فئة المقاولين الذين يسعون إلى (البقاء والاستقلالية والنمو) والثانية CAP أي الذين يسعون إلى (النمو والاستقلالية والبقاء). كما اقترح (Ettinger, 1989) تصنيفًا يتضمن تمييز واضح بين المقاولين المستقلين والمقاولين الذي ينشؤون المؤسسات. (Marchesnay, 2002, p. 75)

يمكن القول أن مقارنة السمات قد حققت فشلًا كبيرًا، من جهة كانت نتائج الدراسات المختلفة متناقضة، ومن جهة أخرى كانت مهتمة بالسؤال الخاطئ. وقد برر (Gartner, 1988) عدم جدية البحث في هذا الاتجاه من خلال استنتاجه أن تحديد صفات المقاول النموذجي غير موجودة وأن السؤال "من هو المقاول" ليس هو السؤال الصحيح، حيث يرى أن المهارات والسلوكيات هي المهمة، لذلك تم اتباع مقارنة السمات بالمقارنة السلوكية. حول هذا الموضوع عندما نتم بشكل خاص بالنمو، لا شك أن (Davidsson) هو الذي توصل إلى أهم الاستنتاجات في هذا المجال من خلال تسليطه الضوء على أهمية الرغبة في النمو والقدرة على التحكم فيه. لقد أظهر أن القوة التفسيرية لهذه المتغيرات على النمو أكبر من تلك الخاصة بالمتغيرات المستخدمة تاريخيًا في مقارنة السمات، كما شدد على أهمية الإدراك (الذاتي) للمقاول. كما أوضح كل من (Gundry & Welsch, 2003) ; (Wiklund Davidsson & Delmar, 2001) أيضًا أهمية الرغبة في النمو وأظهروا كيف تتأثر بشدة بتوقع النتائج الإيجابية للنمو (مكاسب مالية، زيادة الاستقلالية) أو سلبية (فقدان الرفاهية داخل المؤسسة، فقدان السيطرة على العمليات، زيادة عبء العمل). وبالتالي فإن النمو لم يعد مجرد متغير مستقل.

الانتقادات الموجهة لمقارنة السمات لم تقلل من الاهتمام بالبعد الفردي في المقاولاتية بشكل عام وأثرها على تبني استراتيجية النمو بشكل خاص. ببساطة تحول التركيز تدريجيًا إلى متغيرات أكثر ارتباطًا بالمهارات والأهداف الشخصية للمقاولين

والعوامل التي تؤثر على إدراكهم. وهكذا على سبيل المثال اهتم (Bidhé, 2000) "بالمقاولين الذين ينشؤون مؤسسات واعدة" بينما يؤكد آخرون مثل (Shane, 2003) على أهمية الكفاءة البشرية في تحديد واستغلال الفرص.

III-3 مقاربات دورة حياة المؤسسة:

إن تحديد المراحل المتتالية التي تشكل دورة تطور نشاط اقتصادي معين هي فكرة قديمة مرتبطة بالتشابه مع نمو الكائنات الحية. منذ بداية الستينيات من القرن الماضي، أوضح (Rostow, 1960) أن تطور الاقتصادات الوطنية يمر بسلسلة تتكون من 5 مراحل، ثم تم تطبيق هذا النموذج على المؤسسات بشكل عام (Greiner, 1972) وأثبت أنه فعال خاصة خلال الثمانينيات لوصف تطور المؤسسات حديثة النشأة. من بين المساهمات العديدة والمهمة في هذا المجال نجد تلك التي قدمها (Churchill & Lewis, 1983) ; (Cameron & Quinn, 1983) ; (Steinmetz, 1969) ; (Kazanjan&Drazin, 1990, 1989) ; (Adizes, 1988) ; (Miller & Friesen, 1984) أو حتى (Hanks, Waston, Jasten& Chandler, 1993). في جميع هذه النماذج يكون النمو متغيراً متكاملًا في نظام يكون فيه إما متغيراً تابعاً أو متغيراً مستقلاً. وبالرغم من الاختلاف الكبير في النماذج التي تم تطويرها من طرف مختلف الباحثين إلا أنه من الممكن تحديد سلسلة من السمات المشتركة التي تلخص مساهماتهم في فهم القضايا المرتبطة بالنمو. تمر المؤسسات خلال تطورها تباعاً وبشكل متوقع عبر سلسلة من المراحل يختلف المؤلفون تحديد عددها بدقة، ولكن يبدو أن هناك إجماعاً يظهر على نموذج يتكون من مرحلة البدء ومرحلة الإطلاق (يتم أحياناً تجميع هاتين المرحلتين معاً) ، مرحلة النمو (أحياناً تنقسم إلى نمو مبكر والنمو السريع) ومرحلة النضج. لكل منها فترة تطور تنمو خلالها المؤسسة وفترة ثروة (أو أزمة) تواجه خلالها صعوبات يمكن أن تعيق نموها. وبالتالي فإن الانتقال من مرحلة إلى أخرى يعني حل سلسلة من المشاكل و / أو التحكم في مسائل حرجة التي تتعلق في الغالب بتطور أسلوب الإدارة، تنظيم المؤسسة، والوسائل التقنية والتجارية، والموارد المالية اللازمة لدعم النمو. تشير غالبية النماذج إلى أنه إذا لم يتم إتقان هذه المراحل جيداً أو إذا لم تعد المؤسسة ترغب في النمو فيمكنها في أحسن الأحوال الاستقرار (Churchill & Lewis, 1983 ; Adizes, 1988) أو تختفي في أسوأ الأحوال. من الأفكار الرئيسية هنا أن الممارسات وعوامل النجاح في مرحلة ما تصبح أسباب الصعوبات في المرحلة التالية (Witmeur, 2015, p. 34) من الواضح أن هذه المقاربة قد ساعدت في تفسير النمو كسيرورة. وبشكل أكثر تحديداً فإن فهم التحديات المرتبطة بالتغيرات في الهيكل التنظيمي (نوع الهيكل، والمراقبة، ...)، والسلوكيات الفردية (أسلوب القيادة بشكل أساسي) والقضايا الاستراتيجية قد تحسن بشكل كبير مع هذه الأبحاث. وبالتالي فإن هذا التيار هو الأكثر اهتماماً تاريخياً بالمسائل التنظيمية للمؤسسات الناشئة قبل إعادة تحليل هذه الجوانب من خلال المقاربات الموقفية والتشكيلية. تعرضت هذه المقاربة أيضاً إلى العديد من الانتقادات، فبالإضافة إلى المشكلات المنهجية المرتبطة بالدراسات التجريبية لا يزال التحديد والوصف الدقيق للمراحل غير واضح، ويشهد على ذلك عدم تجانس المقترحات بشأن عدد المراحل وتنوع المعايير التي يجب أخذها في الاعتبار لوصفها. كما لا يوجد دليل على أن جميع المؤسسات تمر بكل هذه المراحل وبشكل حتمي. النماذج تبدو حتمية للغاية والتشبيه البيولوجي الذي من المفترض أن يفسر منطق تطور المؤسسات ليس كافياً. وكذلك تركز غالبية النماذج على المتغيرات الداخلية للمؤسسة وتهمل تأثير البيئة.

III-3 المقاربات الاستراتيجية:

إن طبيعة وطريقة الوصول إلى تحديد الاستراتيجية الناجحة المرتبطة بالأداء فوق المتوسط الذي يحقق غالباً النمو العالي هي بالطبع موضوعات تم البحث في المقاولاتية. ومع ذلك، فإن فكرة الاستراتيجية هي متغيرة الأشكال وتخضع لتفسيرات مختلفة للغاية. سنركز بشكل أساسي على الأعمال التي تناولت التخطيط، التوقع، والسلوك الاستراتيجي. تجدر الإشارة أن الارتباط بين الاستراتيجية والنمو غالباً ما يكون ضمنياً في الأدبيات عموماً، إلا أن الأمر ليس كذلك بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. فكما ذكرنا سابقاً في النماذج المرتبطة بالمقاربات التي تركز على الفرد، فإن منطق العمل الذي يوجه المقاول يستجيب للعديد من التطلعات المتوافقة جزئياً (المرتبطة على سبيل المثال الحاجة إلى الاستقلالية أو السيطرة أو الأمن/الاستدامة) التي يعتبر النمو أحد مكوناتها فقط. نتيجة لذلك لا تقوم العديد من المؤسسات الصغيرة بتطوير استراتيجية موجهة للنمو. (Marchesnay, 2002, p. 13)

من حيث محتوى الاستراتيجية، سرعان ما تبنى البحث في المقاولاتية أفضل النماذج الاستراتيجية المعروفة مثل تلك الخاصة بـ (Miles & Snow, 1978) والتي تميز بين الاستراتيجيات الدفاعية (النموذجية للمؤسسات غير الرسمية، وغير المبتكرة والمستجيبة)، و"الاستكشافية" (النموذجية للمؤسسات الرسمية والمبتكرة والاستباقية والتكيفية)، و"التحليلية/التكيفية" (النموذجية للمؤسسات الرسمية وغير المبتكرة والمستجيبة والتكيفية) و"رد الفعل / الرائد" (النموذجية للمؤسسات غير الرسمية والمبتكرة والاستباقية والإبداعية). كذلك تلك الخاصة بـ Porter الذي يقترح أن الميزة التنافسية للمؤسسة تترجم إلى استراتيجيات منخفضة التكاليف أو التمايز. ركزت المقاربات الاستراتيجية الأخرى بشكل أكبر على مسارات النمو. حيث يميز Hay (Hay & Kamshad, 1994) بين توسيع نطاق المنتجات، والانفتاح على مناطق جغرافية جديدة، والاستثمار في ابتكار المنتجات وعمليات الاستحواذ. وطور (Roberts) استناداً إلى أعمال (Ansoff, 1967/1988) نموذج بسيط يتكون من ثلاثة محاور هي اختراق السوق الأصلي، أو تمديد عرض المنتج أو الانفتاح على أسواق جديدة. تتمثل المساهمة الرئيسية لهذه النماذج في إظهار أهمية تحليل البيئة التنافسية والاختيارات التي يجب أن يتخذها مديرو المؤسسات بوضوح. على مستوى عملية تطوير صياغة الاستراتيجية وفي دفع للتخطيط الاستراتيجي قدم العديد من الباحثين والاستشاريين وغيرهم من المقاولين الناجحين أدلة عملية لمساعدة المسيرين على تطوير خطة أعمالهم. حيث تعتبر هذه المقاربة على أنه نقطة مركزية في العملية المقاولاتية. يقترح كل من (West, 1998 ; Walckoff, 1999; Wilson & Bates, 2003) تكيف التخطيط الاستراتيجي مع حالة المؤسسات الناشئة. بشكل عام يؤكدون على الطبيعة الشاملة لإدارة النمو ويقدمون إطاراً تحليلياً يدمج مفاهيم الاستراتيجية، التنظيم، إدارة العمليات والشؤون المالية.

ومع ذلك فإن المفاهيم المرتبطة بالتخطيط الاستراتيجي أو التوقع الاستراتيجي تبقى مثيرة للجدل : (Witmeur, 2015, pp. 37-38)

أولاً- اعترف بعض الباحثين بفعالية مخطط الأعمال كـ (Delmar & Shane, 2003) وشكك آخرون في فعاليته كـ (Bidhé, 2000)، على الرغم من أن المؤسسات الناشئة يبدو أنها تميل إلى استخدام أساليب التخطيط الرسمية أكثر من غيرها حسب (Fletcher & Harris, 2002).

ثانياً- يجب أن تكون عملية التخطيط دقيقة ومتوازنة في الحالات المقاولاتية، تظهر هذه النقطة بوضوح من العمل الذي قدمه (Mintezberg, 1994 ; Avenier, 1999) حول الإستراتيجية الناشئة، بمعنى آخر فإن التخطيط الاستراتيجي هو فهم محدود إلى حد ما لماهية الاستراتيجية ويصلح في الحالات التي يمكن فيها التنبؤ بما يحدث في البيئة وهو ما لا يحدث غالباً بالنسبة للمؤسسات الناشئة. كما تظل الأساليب الخاصة بتطوير خطة عمل واعتماد نوع معين من الاستراتيجية في بعض الأحيان مبسطة ليس لها طابع تنبؤي تقريباً. ويؤكد (Gilbert, McDougall & Audretsch, 2006) أن الدراسات التي

أجريت على أساس الاستراتيجيات النموذجية قدمت نتائج متناقضة ولا تجعل من الممكن الحكم على أهمية هذه الخيارات الاستراتيجية التي تعتمد على البيئة.

أخيراً- لا يزال من الصعب جداً قياس جودة خطة الأعمال أو مستوى اعتماد "أفضل الممارسات" قبل ربطها بنمو المؤسسة. عند تقاطع المقاربات السلوكية والاستراتيجية، يجب ذكر الأعمال الخاصة بالتوجهات المقاولاتية "والاستراتيجيات المقاولاتية". تعود أصول التوجهات المقاولاتية إلى (Miller, 1983) الذي يؤكد على أهمية اتباع مقارنة استراتيجية رائدة ومبتكرة وقابلة للمخاطرة في نجاح المشاريع المقاولاتية. وقد حدد كل من (Covin&Slevin, 1996 ; Lumpkin & Dess, 1991) إضافة إلى العناصر السابقة خمسة عناصر أخرى هي الاستقلالية، الابتكار، المخاطرة، الاستباقية، وشدة التنافس. أظهرت العديد من الدراسات أن المؤسسات ذات التوجه المقاولاتي العالي تنمو أكثر من غيرها (Wiklund, 1999 ; Wiklund & Shepherd, 2005) وتنظم نشاطها بشكل أكبر. إن الاستراتيجية المقاولاتية هي مفهوم له تصورات مختلفة اختصرها (Mintzberg, Alhstrand&Lampel, 1998) في شكل أساسي من أشكال الاستراتيجية التي تسترشد برؤية متوسطة أو طويلة المدى. ويصفها (Ireland, Hitt&Sirmon, 2003) بتركيز اهتمام الإدارة على الفرص، ووجود الثقافة المقاولاتية داخل المؤسسة، والإبداع والابتكار، وفي إدارة الموارد.

III-4 المقاربة المستندة إلى الموارد:

لقد تم وضع المفاهيم المرتبطة بالموارد، الكفاءات، والقدرات منذ منتصف الثمانينيات بغرض تحليل مصادر الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة. وقد ركزت الدراسات التي اهتمت بمفهوم الموارد بشكل أساسي على ما يميز المؤسسات عن بعضها البعض. تعود أصول هذه المقاربة إلى أعمال (Penrose , 1959)، ثم تطورت بشكل أساسي من خلال أعمال (Wernerfelt, 1991; Barney, 1991; Grant, 1990; Hamel & Prahalad, 1990 ; 1984) الذين طوروا العديد من المفاهيم الأساسية المرتبطة بها. أولاً - موارد المؤسسة هي مصدر ميزتها التنافسية تتكون هذه الموارد من الأصول الملموسة، وغير الملموسة، والمالية، والبشرية. ولكن يمكن توسيعها لتشمل شبكة العلاقات، المعرفة، أساليب الإنتاج، وصورة العلامة التجارية... الخ. يقصد بالموارد حسب Wernerfelt مجموعاً لأصولاً مادية والمعنوية المرتبطة بأنشطة المؤسسات خلال فترة زمنية طويلة نسبياً. فبالإضافة إلى الأصول التي أخذها عادة الاقتصاديون بعين الاعتبار، يتعلق الأمر بالتكنولوجيا، مهارات الأفراد،

العلامات التجارية، الإجراءات التنظيمية، الاتصالات... الخ (Wernerfelt, 1984, p. 172) وهي حسب Barney وتمثل مفاهيم أصول، القدرات، العمليات التنظيمية، المعلومات، المعارف... الخ التي تراقبها المؤسسة وتسمح لها بتصميم وتنفيذ الاستراتيجيات التي تمكنها من تعزيز كفاءتها وفعاليتها. ويرى كل من Schoemaker&Amit أن المؤسسة الناجحة هي مجموعة متماسكة من الموارد الفريدة والنادرة وذات المقاومة الكبيرة التي يصعب تقليدها، ومن ثم فإنها ستشكل القاعدة الأساسية للتمييز التنافسي المتواصل والأرباح المستمرة في الأجل الطويل (AMIT & SCHOEMAKER, 1993, p. 36) ثانيًا- لكي تكون هذه الموارد مصدراً للميزة التنافسية يجب أن تجمع بين مجموعة من الخصائص المتمثلة في استدامتها، صعوبة نسخها أو تقليدها، استبدالها أو تحويلها. ثالثاً- إن دمج الموارد يسمح بتطوير ما يعرف بالقدرات الديناميكية أو القدرات التنظيمية خاصة من خلال أعمال (Eisenhardt& Martin, 2000 ; Teece, Pisano & Shuen, 1997) الذي أعطى للموارد طابعاً ديناميكياً حيث تسمح بتطوير المؤسسة وتكييفها مع البيئة (Witmeur, 2015, p. 40)

من الواضح أن مقارنة الموارد والقدرات الديناميكية لها صلة وثيقة بالمقاولاتية بشكل عام، ولها إمكانات كبيرة لتحليل نمو المشاريع المقاولاتية على وجه الخصوص؛ ففي الدراسة التي قام بها كل من (Mishina, Pollock & Porac, 2004) حول العلاقة بين الموارد المالية والبشرية والنمو، تشير النتائج التي توصلوا إليها إلى أن الموارد القابلة للتخصيص الحر (وليس الحجم الإجمالي للموارد) هي التي تفسر النمو وأنه ينبغي مراعاة ما إذا كانت الموارد ذات خصوصية أم لا. فكلما كان المورد ذات خصوصية قلت درجة حرية تسييرها. غالبًا ما ترتبط مقارنة الموارد بالبحوث الخاصة بأنواع الاستراتيجيات المتبعة. في هذا الصدد حدد (Rangone, 1999) ثلاث قدرات رئيسية للمؤسسات الصغيرة والناشئة هي: إدارة الابتكار وإدارة الإنتاج والتسويق. أخيرًا إن مقارنة الموارد هي بلا شك المقارنة الأكثر استخدامًا في المقاولاتية لأنها تمثل نقطة انطلاق للأبحاث الكثيرة حول طرق التمويل (خاصة تلك المتعلقة برأس المال المخاطر)، وتوظيف اليد العاملة المؤهلة، وأهمية الملكية الفكرية،... الخ، فهي توضح مجموعة من المدخلات المهمة في أي عملية لتطوير المؤسسات الناشئة.

الانتقادات الموجهة للمقارنة المستندة على الموارد عديدة تتعلق أولاً- بصعوبة التحديد الواضح للموارد والقدرات التي يجب أخذها بعين الاعتبار وقياسها. ثانيًا- غالبًا ما يتم تحديد الموارد المميزة من خلال نتائجها فمثلا يرى الباحثون أن الموارد والقدرات تمكن من تطوير منتجات جديدة، الدخول إلى أسواق جديدة، أو حتى أنها تسمح بالتحول المستمر دون الإشارة إلى ما يجعل من الممكن الوصول إلى كل هذه النتائج، أخيرا تتجاهل هذه المقارنة تأثيرات البيئة.

III-5 مقارنة بيئة المجتمع: إذا كانت المقارنة الاستراتيجية والمقارنة القائمة على الموارد تعطيان دورًا مرجحًا لخيارات للمقاول، فإن مقارنة بيئة المؤسسات تتبنى منظورًا حتميًا من النوع الدارويني، حيث تختار البيئة أكثر الأشكال التنظيمية ملائمة، وبالتالي فهي تفسر ديناميكية إنشاء وتطوير واختفاء المؤسسات من المنظور الكلي أي على مستوى كل المؤسسات وليس على مستوى المؤسسة أي أنها تلغي دور المقاول. وفي هذا الخصوص يؤكد () أن منطق التكيف الكامن وراء المقارنة الاستراتيجية (السائد في أواخر السبعينيات) ليس هو الوحيد الذي يجب أخذه بعين الاعتبار. ذلك أن أسبابه قد تكون داخلية (صعوبة في إعادة تخصيص الموارد، ونقص المعلومات، والقضايا السياسية، وتكلفة التغيير، ...) أو خارجية (قيود القانونية، تكلفة المعلومات، مشكلة الشرعية، إلخ). إن تطبيق هذه المقارنة لدراسة تطور المؤسسات هو موضع تساؤل، حيث يشكك كل من (Betton & Dess, 1985) في أسسها من خلال التأكيد على الأهمية المنخفضة للحمود الهيكلي في المؤسسات الصغيرة والناشئة التي تتميز بالمرونة وسرعة التحول، ومن ناحية أخرى صعوبة حصر عدد المؤسسات المراد دراستها والتأثير الدقيق للبيئة على عملية الاختيار. (Witmeur, 2015, p. 39)

IV. النتائج ومناقشتها :

لقد أتت هذه الدراسة من أجل المساهمة في فهم أفضل لعملية نمو المؤسسات الناشئة وتأثيراتها من خلال السياق، صفات المقاول، وخصائص المؤسسة.

- على مستوى السياق اهتمت مختلف المقاربات التي تم عرضها بفعالية آليات الدعم العمومية لنمو المؤسسات الناشئة بالإضافة إلى طرق تقييم المؤسسات ذات النمو العالي. إن دراسة السياق ذات أهمية بالغة، لأن المستثمرين يحتاجون إلى تحديد المخاطر من أجل التمكن من التمويع في السوق. في الواقع إن المخاطرة التي يقبلها المستثمرون تتوافق مع

مستوى العائد المتوقع وبالتالي مع مستوى التقييم الحالي والمستقبلي وقد اهتمت كل من مقارنة بيئة المجتمع والمقارنة الاستراتيجية في توضيح أثر البيئة على النمو العالي للمؤسسات.

- فيما يتعلق بصفات المقاوليين هذه الدراسة التفاعلات بين رأس المال النفسي ، رأس المال الاجتماعي ، القيادة، والمقاولاتية، وكيف تساهم هذه الخصائص في تحقيق النمو العالي . فعندما يتمتع المقاول بهذه الصفات القائمة على روابط قوية، فإن إبداعه ونضج فكرته يكونان أكثر تماسكاً وقوة. إن التفاعل بين "العلاقات الشخصية" و "إرادة النمو" للمقاول تسمح له بالمثابرة في رغبته في النمو وتحقيق النمو العالي. يظهر ذلك من خلال مساهمة نظرية النمو التي لا تمثل فقط انفصلاً واضحاً عن النظرية الكلاسيكية للمؤسسة، ولكنه انقدم بوضوح شديد أهمية العامل البشري والخصائص المقاولاتية التي تم التفصيل فيها في مقارنة السمات ثم المقارنة السلوكية، والاستراتيجية وفكرة أن المؤسسة يجب أن ينظر إليها على أنها مزيج من الموارد. كما أن المقاول هو جزء من موارد المؤسسة خاصة من خلال عملية التعلم (التي أظهرتها Penrose)، وهو لاعب أساسي في تطوير القدرات الديناميكية.

- فيما يتعلق بخصائص المؤسسة فقد اهتمت مقارنة الموارد بتوضيح أثر الموارد على النمو وكذلك اهتمت مقارنة دورة حياة المؤسسة بتوضيح خصائص المؤسسات ذات النمو العالي من خلال تبيان دور المقاول والاستراتيجية والموارد والهيكلة التنظيمي.

V. الخلاصة:

تتعدد مساهمات هذه الدراسة من حيث الأسئلة البحثية التي تم تناولها والآثار المترتبة عليها. تظهر الحاجة إلى التحليل المشترك لمحددات النمو وتفاعلاتها بدلاً من دراسة آثارها بشكل منفصل. هذه القراءة التكاملية هي التي تسمح بفهم أفضل لظاهرة النمو العالي. علاوة على ذلك، تفتح هذه النصوص آفاقاً جديدة للبحث الكيفية التي يمكن أن تلهم البحث في المستقبل. ينبغي أن تشجع التوصيات المقدمة صانعي القرار على إعادة التفكير في سياسات معينة من حيث دعم المقاولاتية، نظراً لأن التحديات كبيرة بالنسبة للمؤسسات وكذلك أيضاً للأقاليم والبلدان من حيث التوظيف والنمو الاقتصادي.

المراجع:

- Kouada, S., Aldebert, B., & Amabile, S. (2018). L'hypercroissance des start-up n'est pas un long fleuve tranquille :rôle et place des structures d'accompagnement? *Hal archives-ouvertes*, 01-24.
- AMIT, R., & SCHOEMAKER, P. J. (1993). STRATEGIC ASSETS AND ORGANIZATIONAL RENT. *Strategic Management Journal*, 14.
- Cantonet, M., Aldasoro, L. C., & Iradi, J. (2019). New and emerging risks management in small and medium sized Spanish enterprises. *Safety Science*, 257–263.
- Goerzig, D., & Bauemhansl, T. (2018). Enterprise architecture for the digital transformation in small and medium enterprises. *Procedia CIRP*, 540–545.
- KPMG. (2018). *Hypercroissance le défi de l'écosystème entrepreneurial français . france*.
- Marchesnay, M. (2002). *pour une approche entrepreneuriale de la dynamique roussources-competences*. paris: les Editions de l'ADREG.
- Okrah, J., & Nepp, A. (2018). Factors Affecting Startup Innovation and Growth. *Journal of Advanced Management Science*, 6(1).
- Penrose, E. (1963). *Facteurs, conditions et mécanismes de la croissance de l'entreprise*. Paris: Hommes et Technique.

- Teixeira, E. G., Lopes, G. L., & Marconatto, D. A. (2021). The influence of dynamic capabilities on startup growth. (E. P. Limited, Éd.) *AUSP Management Journal*, 56(1).
- Villeger, A. (2018). The relation to time in the family business and in the start-up company: A comparative study. *The Journal of High Technology Management Research*, 29(2), 247–255.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2).
- Witmeur, O. (2015). L'évolution des stratégies de croissance des jeunes entreprises. *these de doctorat en sciences de gestion*. universite libre de bruxelles, Belgique.
- Zaech, S., & Baldegger, U. (2017). Leadership in start-ups. *International Small Business Journal*, 35(2), 157–177.