

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Ferhat Abbas / Sétif 1
Faculté des Sciences Économiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département : Sciences de Gestion



جامعة فرحات عباس / سطيف 1

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

القسم: علوم التسيير

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم
التسيير
التخصص: إدارة مالية
العنوان:

التمويل الجماعي: "آلية بديلة لتمويل لمؤسسات الناشئة
في الجزائر على ضوء تجارب دولية"

المشرف:
عياش بلعاطل

إعداد الطالب:
العياشي غرنوس

لجنة المناقشة:			
اللقب والاسم	الرتبة العلمية	المؤسسة الجامعية	الصفة
بن دعاس زهير	أستاذ	جامعة سطيف 1	رئيسا
بلعاطل عياش	أستاذ محاضر (أ)	جامعة سطيف 1	مشرفا ومقررا
مرزوقي رفيق	أستاذ محاضر (أ)	جامعة سطيف 1	مشرفا مساعدا
لعصامي آمنة	أستاذ محاضر (أ)	جامعة سطيف 1	مناقشا
هوارى بلحسن	أستاذ	جامعة وهران 2	مناقشا
بوفامة عمر	أستاذ محاضر (أ)	جامعة سكيكدة	مناقشا

السنة الجامعية: 2024 - 2025

تشكرات

بسم الله الرحمن الرحيم
الحمد لله الذي علّم بالقلم، علّم الإنسان ما لم يعلم، وله الفضل
أولاً وآخرًا في التوفيق والسداد. أحمده حمد الشاكرين، وأستعينه
وأستغفره، وأسأله أن يتقبل هذا الجهد المتواضع وأن يجعله
خالصًا لوجهه الكريم، نافعًا للعلم وأهله.

أتوجه بخالص عبارات الشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل
والمشرف الكريم الأستاذ الدكتور "عياش بلعاطل"، الذي لم يبخل
عليّ بعلمه، وتوجيهاته السديدة، وصبره الأكاديمي، فكان خير من
وجه وأرشد، فله مني أسى عبارات الامتنان والعرفان.

كما أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الأستاذ الدكتور "مرزوقي
رفيق" المشرف المساعد، على دعمه العلمي الكريم، وتوجيهاته
الدقيقة، وملاحظاته القيمة التي أثرت هذا العمل وأضفت عليه
بعدًا أكاديميًا متميزًا.

ولا يفوتني أن أعبر عن بالغ التقدير والاحترام لأعضاء لجنة المناقشة
الأفاضل، على تفضلهم بقراءة هذه الأطروحة وتقييمها، وعلى ما
سيتفضلون به من ملاحظات قيّمة واقتراحات بناءة سيكون لها
الأثر البالغ في إثراء هذا الجهد العلمي والارتقاء بمضمونه.

إهداء

إلى روح والدي الطاهرة، رحمه الله وأسكنه فسيح جناته،
إلى روح أخي الصغير، رحمه الله وجعل مقامه في عليين،
إلى والدتي الغالية، أطال الله في عمرها ومتعها بالصحة
والعافية.

إلى زوجتي العزيزة، سندي في رحلة الحياة،
إلى أبنائي هيثم، أنفال، وعبد الصمد، زينة عمري وأملِي في الغد.
إلى أخي الكبير وأبنائه، إلى إخوتي، إلى أختي وأبنائها،
إلى كل الأوفياء من أصدقائي الذين رافقوني بمحبتهم ودعائهم
الصادق.

وإلى أساتذتي الأجلاء الذين لم يبخلوا يوماً بتوجيه أو نصيح،
وكانوا نبراساً أنار دربي العلمي وسنداً فكرياً في مسيرة البحث
والمعرفة.

أهدي هذا العمل المتواضع عربون وفاء وتقدير،
راجياً من الله أن يبارك في أعمارهم ويرحم من سبقونا إليه،
وأن يجعل هذا الإنجاز شاهداً لي لا عليّ. فجزى الله الجميع خير
الجزاء، ووفّقهم لما فيه خدمة العلم والمعرفة.

مقدمة عامة

في السنوات الأخيرة، برز التمويل الجماعي (Crowdfunding) كآلية تمويل بديلة حديثة، تتيح للمؤسسات الناشئة تجاوز القيود التقليدية التي تعترض وصولها إلى الموارد المالية، مثل القروض المصرفية ورأس المال الاستثماري والمستثمرين الملائكة، ويواجه رواد الأعمال، لاسيما في الاقتصادات النامية، صعوبات مركبة في تعبئة الموارد المالية اللازمة لإطلاق مشاريعهم، ما جعل التمويل الجماعي خيارا تمويليا مرنا وذو كفاءة رقمية عالية، إذ يمكنهم من جمع الأموال من عدد كبير من الداعمين الأفراد عبر منصات إلكترونية متخصصة.

على الصعيد الدولي، نجحت دول مثل الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا الاتحادية والإمارات العربية المتحدة، في إرساء منظومات تنظيمية متقدمة لدعم التمويل الجماعي، مستندة إلى إصلاحات تشريعية، وتطورات تكنولوجية، وانفتاح مجتمعي على أدوات التمويل الحديثة، فقد ساهم قانون الوظائف (JOBS Act) في الولايات المتحدة في إتاحة التمويل الرقمي للمؤسسات الناشئة، في حين قامت ألمانيا بتبني لوائح تنظيمية واضحة دعمت الممارسات التمويلية الجديدة. أما الإمارات، فقد استثمرت استراتيجيًا في التكنولوجيا المالية ومنصات التمويل الجماعي، سواء القائمة على التبرعات أو المكافآت أو الإقراض أو الأسهم.

غير أن هذه الديناميكيات الإيجابية في الأسواق المتقدمة تُقابلها تحديات ملموسة في الأسواق النامية، ومنها الجزائر، حيث لا تزال الإمكانيات الكامنة للتمويل الجماعي تنتظر تفعيلًا أوسع. وتتمثل أبرز هذه التحديات في ضرورة تعزيز الثقافة المالية الرقمية، وبناء إطار قانوني متكامل، وتوسيع قاعدة المنصات الرقمية المتخصصة، بما يسمح بتهيئة بيئة ملائمة لازدهار هذا النموذج التمويلي الواعد، وهو ما يمثل محورًا جوهريًا في فهم قابلية اعتماد التمويل الجماعي في السياق الجزائري.

وفي هذا السياق، تتبلور الحاجة العلمية والعملية إلى دراسة ميدانية عميقة، ترصد مستوى قابلية تبني التمويل الجماعي في البيئة الجزائرية، وتبحث في المحددات النفسية والاجتماعية والتقنية والتنظيمية المؤثرة على سلوك رواد الأعمال. كما تسعى هذه الدراسة إلى استلهام التجارب

الدولية الرائدة، من أجل استكشاف السبل الكفيلة بتهيئة بيئة تمكينية ملائمة تعتمد هذا النموذج التمويلي في دعم المؤسسات الناشئة، وتعزيز الابتكار وريادة الأعمال في الجزائر.

1- طرح الإشكالية:

بناءً على ما تم عرضه من تطور عالمي متسارع في آليات التمويل البديلة، وفي مقدمتها التمويل الجماعي، يُطرح تساؤل محوري حول مدى استعداد الأسواق النامية، لاسيما الجزائر، لتبني هذا النموذج التمويلي الحديث، في ظل ما تواجهه من تحديات مؤسسية وثقافية وهيكلية.

فرغم الديناميكية المتزايدة للتمويل الجماعي على المستوى الدولي، تبقى البيئة الجزائرية في مراحلها الأولى من التفاعل مع هذه الآلية، في ظل غياب دراسات تطبيقية متعمقة تُبرز أثره المحتمل على نشأة ونمو المؤسسات الناشئة في سياق اقتصادي واجتماعي يتميز بالتعقيد.

وتفتقر الجزائر إلى بيئة تشريعية وتنظيمية ناضجة تؤطر التمويل الجماعي، كما أن قابلية تبني التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر مسألة ذات أهمية متزايدة، نظراً لما يعانيه رواد الأعمال من صعوبات التمويل من مصادر التمويل التقليدية، مما يدفع إلى البحث عن بدائل أكثر مرونة وابتكاراً.

ويبرز التساؤل الجوهرى حول مدى استعداد المؤسسات الناشئة الجزائرية لتبني هذا النموذج التمويلي الرقمي، في ظل السياق المحلي الذي يتسم بتحديات تشريعية، رقمية، سياسية واقتصادية، وذلك من خلال الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة.

لذلك، تنطلق هذه الدراسة من طرح الإشكالية الرئيسية في التساؤل التالي:

ما مدى قابلية تبني التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر ، في ظل التحديات التنظيمية، التقنية والاجتماعية، وبالاستفادة من التجارب الدولية الرائدة؟

2- أسئلة البحث الفرعية

لتحليل هذه الإشكالية بشكل منهجي، تم تفكيكها إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تهدف إلى تشخيص قابلية التبني وتحليل المحددات المؤثرة فيه:

1. ما ملامح البيئة القانونية والتنظيمية والتكنولوجية والاجتماعية التي ساهمت في إنجاح التمويل الجماعي في كل من الولايات المتحدة، ألمانيا، والإمارات؟
2. كيف يمكن استثمار هذه التجارب الدولية لتطوير نموذج تمويلي ملائم للخصوصيات الجزائرية؟
3. هل هناك مستوى وعي لرواد الأعمال الجزائريين بمفهوم التمويل الجماعي وآلياته؟
4. إلى أي مدى تؤثر الكفاءة الذاتية في استخدام المنصات الرقمية على نية التبني؟
5. هل هناك دور للتأثير الاجتماعي في تعزيز القرار باستخدام التمويل الجماعي؟
6. كيف تُسهم الثقة في المنصات في دفع رواد الأعمال نحو استخدامها؟
7. هل هناك العلاقة بين أداء المنصة وقابلية التجربة من جهة، وقرار التبني من جهة أخرى؟
8. هل هناك مخاطر متصورة لدى رواد الأعمال تجاه التمويل الجماعي، وكيف تؤثر في سلوكهم المتوقع؟

3- فرضيات الدراسة

استنادًا إلى الإشكالية الرئيسية وتساؤلات البحث، تم بناء مجموعة من الفرضيات العلمية التي تهدف إلى اختبار العوامل المؤثرة في قابلية المؤسسات الناشئة الجزائرية لتبني التمويل الجماعي كخيار تمويلي بديل. وقد رُوعي في صياغتها الانسجام مع محاور الدراسة، وانعكاسها على المتغير التابع المتمثل في السلوك المتوقع للتبني، كما يلي:

1. الفرضية الأولى : توجد فروقات بنيوية بين البيئة الجزائرية والبيئات الدولية الرائدة (الولايات المتحدة، ألمانيا، الإمارات) تؤثر بشكل واضح على قدرة الجزائر على تفعيل

التمويل الجماعي، نتيجة ضعف الإطار القانوني، وقصور البنية الرقمية، وتراجع الثقافة المالية.

2. الفرضية الثانية : توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين وعي رواد الأعمال الجزائريين بالتمويل الجماعي وبين نيتهم في تبني هذه الآلية .
3. الفرضية الثالثة : تؤدي الكفاءة الذاتية العالية لدى رواد الأعمال إلى رفع احتمال استخدامهم لمنصات التمويل الجماعي في مشاريعهم الناشئة.
4. الفرضية الرابعة : يساهم التأثير الاجتماعي الإيجابي (المحيط الداعم، الشبكات الاجتماعية) في تعزيز قرار التبني لدى المؤسسات الناشئة.
5. الفرضية الخامسة : كلُّ من أداء المنصة وقابليتها للتجربة يؤثران إيجاباً على السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي من طرف المؤسسات الناشئة في الجزائر.
6. الفرضية السادسة : تؤثر الثقة في منصات التمويل الجماعي بشكل إيجابي على نية التبني، بينما تؤدي المخاطر المتصورة إلى تثبيط هذا القرار.

أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال معالجتها لموضوع مستحدث في البيئة الجزائرية، يتمثل في التمويل الجماعي كأداة بديلة لدعم المؤسسات الناشئة، في ظل محدودية البدائل التمويلية التقليدية المتاحة في الجزائر، وذلك في ظل تزايد التوجه نحو التحول الرقمي وتنوع آليات التمويل غير التقليدي، فهي تجمع بين التحليل النظري المعمق للنموذج التمويلي، والاستقصاء الميداني لمحددات تبنيه، ما يجعلها تساهم في ردم فجوة بحثية حقيقية في السياق الجزائري، الذي لا يزال يفتقر إلى دراسات أكاديمية تستكشف فعلياً إمكانات هذا النوع من التمويل.

وتكمن القيمة العلمية للدراسة في تحليلها لمتغيرات سلوكية ومؤسسية تؤثر في قرار التبني، مثل: الثقة، الكفاءة الذاتية، التأثير الاجتماعي، أداء المنصة، والمخاطر المدركة، ما يمنحها بعداً

تحليليًا متعدد الأبعاد، كما تستمد أهميتها من تقديمها نموذجًا مقارنًا يستلهم تجارب دولية رائدة، تسعى إلى تكييف آليات التمويل الجماعي مع الواقع التنظيمي والاقتصادي والاجتماعي في الجزائر.

أما من الناحية العملية، فتُوفر نتائج الدراسة أرضية معرفية لصنّاع القرار، والهيئات التنظيمية، ومؤسسات دعم ريادة الأعمال، لإعادة تصميم السياسات العامة الخاصة بالتمويل البديل، وتمكين رواد الأعمال من النفاذ إلى مصادر تمويل أكثر انفتاحًا وابتكارًا.

كما تُمكن هذه الدراسة المؤسسات الناشئة من فهم العوامل التي تعزز فرصها في تبني التمويل الجماعي واستكشاف المحددات السلوكية التي تؤثر في نية تبني هذا النموذج، ، وتساعد على توجيه الجهود نحو بيئة رقمية وتمويلية أكثر تحفيزًا للنمو والابتكار.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى قابلية المؤسسات الناشئة في الجزائر لتبني التمويل الجماعي كآلية بديلة ومستدامة للتمويل، في ظل التحديات التي تعيق الوصول إلى التمويل التقليدي، ورغم اعتماد الاقتصاد الجزائري بوجه عام على القنوات التمويلية الكلاسيكية، إلا أن التحولات الرقمية العالمية، ونجاحات التجارب الدولية، تفتح المجال أمام اعتماد نماذج تمويل أكثر مرونة، مثل التمويل الجماعي.

وتسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تشخيص واقع التمويل الجماعي دوليًا ومحليًا، واستعراض التجارب الرائدة في هذا المجال.
- تحليل مستوى إدراك رواد الأعمال في الجزائر للتمويل الجماعي، وأثره على قراراتهم التمويلية.
- دراسة العوامل النفسية والاجتماعية والتنظيمية المؤثرة على قابلية تبني التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة.

- تقديم مقترحات علمية وعملية تسهم في تهيئة البيئة الجزائرية لاعتماد هذا النمط التمويلي.

4- منهج الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على منهج كمي استكشافي وتحليلي، نظرًا لملاءمته لطبيعة البحث الذي يستهدف دراسة العلاقة بين متغيرات سلوكية وتنظيمية وبين السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي من طرف المؤسسات الناشئة الجزائرية، باستعمال أداة الاستبيان الموجهة لمؤسسي المؤسسات الناشئة.

وقد تم تنفيذ المنهج عبر مرحلتين متكاملتين:

- المرحلة النظرية: تم فيها تحليل الأدبيات ذات الصلة بمجال التمويل الجماعي وريادة الأعمال، مع دراسة النماذج التفسيرية السابقة، واستعراض التجارب الدولية في كل من الولايات المتحدة، ألمانيا، والإمارات، لاستخلاص أطر تحليلية قابلة للتكيف مع السياق الجزائري.
- المرحلة التطبيقية: تضمنت إجراء دراسة ميدانية باستخدام استبيان صُمم خصيصًا لقياس العوامل المؤثرة في قابلية تبني التمويل الجماعي، وهي: الوعي، الكفاءة الذاتية، التأثير الاجتماعي، الثقة، أداء المنصة، قابلية التجربة، والمخاطر المتصورة، إضافة إلى المتغير التابع: السلوك المتوقع للتبني.

وقد تم توزيع الاستبيان على عينة قصدية مكّونة من (209) رائد ورائدة أعمال من أصحاب الأفكار الابتكارية والمؤسسات الناشئة، تم الوصول إليهم من خلال فعاليات ميدانية (ملتقيات وطنية ولقاءات جامعية) ونشر إلكتروني عبر وسائل التواصل والمنصات الجامعية.

بعد ذلك تم تحليل البيانات باستخدام برنامج (SPSS 25)، من خلال توظيف الإحصاءات الوصفية (المتوسطات، الانحرافات المعيارية، التكرارات)، والإحصاءات الاستدلالية (تحليل

الانحدار الخطي المتعدد)، بالإضافة إلى اختبار ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).

5- الدراسات السابقة

شهد مجال التمويل الجماعي اهتمامًا متزايدًا في الأدبيات الأكاديمية خلال العقد الأخير، خاصة في ظل تطوّر المنصات الرقمية وتحوّلها إلى أدوات تمويلية بديلة، لاسيما في بيئات ريادة الأعمال. وقد تنوّعت هذه الدراسات من حيث الأطر النظرية المعتمدة، والمنهجيات المطبّقة، والسياقات الجغرافية التي تم تحليلها، لكنها غالبًا ما تركّزت على أسواق متقدمة مثل الولايات المتحدة وألمانيا والإمارات.

وتكتسي هذه الدراسات أهمية خاصة في سياق بحثنا، كونها تُمثّل المرجعية الأساسية لتحديد المتغيرات المستقلة المؤثرة في نية تبني التمويل الجماعي، والتي تشمل: مستوى الوعي، الكفاءة الذاتية، التأثير الاجتماعي، الثقة في المنصات، أداء المنصة، قابلية التجربة، والمخاطر المتصورة. كما تقدم نماذج تنظيمية متقدمة تسهم في فهم تأثير البيئة القانونية والتكنولوجية على نجاح التمويل الجماعي.

وقد تم تصنيف الدراسات السابقة في هذا القسم حسب علاقتها بمحاور الدراسة، بهدف إبراز أوجه التقاطع والاختلاف، وتوضيح الفجوة المعرفية التي تسعى هذه الأطروحة إلى سدّها في السياق الجزائري.

1- Mollick Ethan. (2020). « The dynamics of crowdfunding: An updated exploratory study », Journal of Business Venturing, Vol 35. N° 03. Pp 250-266.

أجرى Mollick Ethan (2020) دراسة بعنوان "The Dynamics of Crowdfunding: An Updated Exploratory Study"، نشرت في مجلة Journal of Business Venturing (المجلد 35،

العدد 3، الصفحات 250-266)، بهدف تحديث فهم ديناميكيات التمويل الجماعي واستكشاف تأثير المنصات الرقمية على نجاح المشاريع الريادية.

كما تناولت هذه الدراسة أهمية وعي رواد الأعمال بآليات التمويل الجماعي ومكونات الحملات الناجحة، وأشارت إلى أن الوعي الجيد يرتبط بزيادة احتمالية تحقيق الأهداف التمويلية. وتسهم هذه النتيجة في دعم فرضية الدراسة المتعلقة بتأثير الوعي على نية التبني في السياق الجزائري.

اعتمد الباحث على منهجية تحليلية شملت دراسات حالة وتحليلاً إحصائياً باستخدام الانحدار البسيط والمتعدد، مع الاعتماد على بيانات مستخلصة من مجموعة واسعة من الحملات التمويلية عبر منصات مختلفة. ورغم تنوع المشاركين في العينة من رواد ورائدات الأعمال، لم يتم التصريح بحجم العينة بدقة، غير أن الدراسة ركزت على ضمان تكافؤ المتغيرات الديموغرافية مثل العمر، نوع النشاط، واستخدام المنصة.

للتأكد من موثوقية النتائج، تم إجراء اختبارات للاتساق الداخلي وتحليل العوامل الاستكشافي. وقد توصلت الدراسة إلى أن قوة الشبكات الاجتماعية لصاحب المشروع، وجودة الحملة من حيث الإقناع والشفافية والمصداقية، تعد من أبرز العوامل المحددة لنجاح حملات التمويل الجماعي. كما أبرزت الدراسة تأثير تصورات الداعمين بخصوص المخاطر والفرص المرتبطة بالمشاريع، إضافة إلى أهمية التفاعل المستمر مع الداعمين طوال فترة الحملة في تعزيز احتمالات تحقيق الأهداف التمويلية.

2- Hornuf Lars and Schwienbacher Armin (2020). « **The regulation of crowdfunding in Germany and its impact on platform performance** », European Business Review, Vol 32. N° 05. Pp 792-818.

أجرى الباحثان Lars Hornuf و Armin Schwienbacher (2020) دراسة بعنوان "The Regulation of Crowdfunding in Germany and its Impact on Platform

” **Performance** ”، نُشرت في مجلة European Business Review (المجلد 32، العدد 5، الصفحات 792-818)، بهدف استكشاف كيفية تأثير الإطار القانوني المنظم للتمويل الجماعي على أداء المنصات العاملة في ألمانيا.

اعتمدت الدراسة على منهجية كمية، حيث قام الباحثان بتحليل بيانات مستخلصة من مجموعة متنوعة من منصات التمويل الجماعي القائمة على الأسهم والقائمة على المكافآت. وشمل التحليل تقييم مؤشرات الأداء المالي للمنصات، مثل حجم العمليات، معدل النجاح، وحجم الأموال التي تم جمعها، مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات التنظيمية المرتبطة بكل منصة. ونظرًا لكون التركيز منصبًا على أداء المنصة نفسها، لم تُعتبر العوامل الديموغرافية المرتبطة برواد الأعمال (مثل الجنس) ذات أهمية مباشرة في هذا السياق.

ولضمان دقة النتائج، أجرى الباحثان اختبارات للتحقق من تكافؤ المجموعات عبر مختلف المنصات، واختبرا موثوقية البيانات باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha)، كما اعتمدا على تحليل الانحدار متعدد المتغيرات والإحصاءات الوصفية لتحليل أثر التنظيمات القانونية على الأداء.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الأطر التنظيمية في ألمانيا لها تأثير معتبر على أداء منصات التمويل الجماعي، حيث أن التنظيمات الأكثر صرامة قد تساهم في تعزيز ثقة المستخدمين وزيادة معدلات النجاح، رغم ما قد تفرضه من تحديات تشغيلية إضافية على إدارة المنصات.

3- Jayesh Prakash Gupta, Hongxiu Li, Hannu Kärkkäinen and Raghava Rao Mukkamala. (2023). « **The role of project owners and potential backers implicit social ties in crowdfunding project success** », Emerald Publishing Limited, Vol 34. N° 07. Pp 1-23.

أجرى Raghava Rao و Hannu Kärkkäinen، Hongxiu Li، Jayesh Prakash Gupta دراسة بعنوان **“The Role of Project Owners and Potential**

”Backers Implicit Social Ties in Crowdfunding Project Success“ نشرت في دار النشر Emerald Publishing Limited (المجلد 34، العدد 7، الصفحات 1-23)، بهدف استكشاف كيفية تأثير العلاقات الاجتماعية الضمنية بين أصحاب المشاريع والداعمين المحتملين على نجاح مشاريع التمويل الجماعي.

كما اشارت هذه الدراسة إلى أن قدرة رواد الأعمال على إدارة علاقاتهم الاجتماعية والتواصل الرقمي تُعد من مؤشرات الكفاءة الذاتية التي تؤثر في نجاح الحملات.

اعتمدت الدراسة على منهجية كمية، حيث تم تحليل بيانات مستخلصة من حملات تمويل جماعي مختلفة عبر منصات متعددة، لتقييم دور كل من الروابط الاجتماعية الضمنية والصريحة في نجاح المشاريع. وشملت العينة مجموعة متنوعة من المشاريع، دون تقديم تفصيل ديموغرافي خاص بالمشاركين (أصحاب المشاريع أو الداعمين)، نظراً لتركيز الدراسة على التأثير العام للعلاقات الاجتماعية بدلاً من الخصائص الفردية.

ولضمان موثوقية البيانات، تم التحقق من تكافؤ العينة عبر التحكم في نوع الحملة وفئات المشروع والمتغيرات المصاحبة، مع قياس الثبات الداخلي باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha)، بالإضافة إلى فحص صحة النتائج عبر تقاطع مصادر البيانات المختلفة.

استخدم الباحثون أساليب تحليلية مثل تحليل الانحدار لاختبار العلاقة بين الروابط الاجتماعية ونتائج التمويل. وقد خلصت الدراسة إلى أن وجود علاقات اجتماعية قوية بين أصحاب المشاريع والداعمين المحتملين يعزز بشكل ملموس فرص نجاح حملات التمويل الجماعي، حيث تؤدي الروابط الاجتماعية إلى زيادة احتمالية الوصول إلى أهداف التمويل.

كما توصلت الدراسة إلى أن قوة الروابط الاجتماعية قد تتفاوت بحسب طبيعة المشروع والمنصة المستخدمة، حيث تساهم بعض أنواع المشاريع (مثل المشاريع الإبداعية أو الاجتماعية) بشكل أكبر في تحفيز التفاعل الاجتماعي مقارنة بمشاريع أخرى. وقد اعتمد الباحثون على مؤشرات

كمية دقيقة لقياس كثافة العلاقات الاجتماعية، مثل عدد المتابعين أو التفاعلات الرقمية، مما أضفى مصداقية إضافية على نتائج التحليل الإحصائي وأبرز أهمية البعد الاجتماعي كعامل رئيسي في نجاح الحملات التمويلية.

4- Alharthy Ali M., Baig Irfan A. and Al-Omari Hassan A., (2021). « **Crowdfunding in the UAE: Regulatory and operational challenges** », Journal of Digital Innovation, Vol 03. N° 01. Pp 25-40.

أجرى علي محمد الحارثي، وإرفان أ. بيغ، وحسن ع. العمري (2021) دراسة بعنوان "Crowdfunding in the UAE: Regulatory and Operational Challenges"، نُشرت في مجلة Journal of Digital Innovation (المجلد 3، العدد 1، الصفحات 25-40)، بهدف استكشاف التحديات التنظيمية والتشغيلية التي تواجه أصحاب المشاريع ومنصات التمويل الجماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة.

اعتمدت الدراسة على منهجية نوعية، من خلال إجراء مقابلات ودراسات حالة مع رواد الأعمال ومديري منصات التمويل الجماعي في الإمارات، دون تقديم بيانات مفصلة حول التوزيع الديموغرافي للمشاركين حسب الجنس، مع التركيز الأساسي على استكشاف التصورات والتحديات بدلاً من الخصائص الفردية.

لضمان مصداقية النتائج، تم التحكم في المتغيرات مثل نوع العمل ونوع المنصة لضمان تكافؤ المجموعة، وتم التحقق من صحة النتائج عبر منهجية التثليث (triangulation)، بالاستفادة من مراجعات الخبراء وردود الأفعال المتقاطعة من مصادر متعددة.

استخدم الباحثون التحليل الموضوعي (Thematic Analysis) والإحصاءات الوصفية لتحليل بيانات المقابلات، وتحديد أبرز التحديات التي يواجهها رواد الأعمال، والتي تمثلت أساسًا في العقبات التنظيمية، قصور الكفاءة التشغيلية، وضعف الثقة في منصات التمويل الجماعي.

وقد خلصت الدراسة إلى أن الإطار التنظيمي السائد في الإمارات العربية المتحدة يلعب دوراً حاسماً في تسهيل أو عرقلة تطور منصات التمويل الجماعي، مما يشير إلى أهمية تطوير بيئة تنظيمية متوازنة تعزز من ثقة رواد الأعمال والداعمين على حد سواء.

5- Liu Yue and Wang Zhen, (2021). « **Crowdfunding in Germany: The role of trust and transparency** », Journal of Small Business Management, Vol 59. N° 04. Pp 656-678.

أجرى Yue Liu و Zhen Wang (2021) دراسة بعنوان "Crowdfunding in Germany: The Role of Trust and Transparency"، نشرت في مجلة Journal of Small Business Management (المجلد 59، العدد 4، الصفحات 656-678)، وهدفت إلى استكشاف دور الثقة والشفافية في التأثير على نجاح مشاريع التمويل الجماعي في ألمانيا.

اعتمدت الدراسة على منهجية كمية، باستخدام استطلاعات رأي لجمع البيانات من أصحاب المشاريع والداعمين المحتملين، بهدف قياس تصوراتهم المتعلقة بالثقة والشفافية ومدى تأثيرها على قرارات تمويل المشاريع. شملت العينة مشاركين من كلا الجنسين بتوزيع متوازن نسبياً، دون تحديد الأعداد الدقيقة، مع ضمان تكافؤ المجموعات عبر التحكم في نوع المشروع والخصائص الديموغرافية للمشاركين.

لضمان موثوقية وصحة النتائج، استخدم الباحثان معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لقياس الثبات الداخلي، كما أجريا تحليلاً للعوامل لتقييم العلاقة بين الثقة والشفافية ونجاح حملات التمويل الجماعي.

اعتمد التحليل الإحصائي على أساليب متقدمة مثل تحليل الانحدار ونمذجة المعادلات الهيكلية (SEM)، مما مكن من قياس التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للمتغيرات المدروسة.

وقد أظهرت النتائج أن المستويات الأعلى من الثقة والشفافية ترتبط إيجابيًا وبشكل كبير بنجاح حملات التمويل الجماعي، مع التأكيد على أهمية التواصل الواضح، وتقديم معلومات شفافة حول تفاصيل المشاريع، كعامل أساسي لتعزيز ثقة الداعمين وزيادة فرص تحقيق التمويل المستهدف.

6- Zhang Lei and Yang Jian, (2021). « **Crowdfunding for startups: A global comparison between the U.S., Germany, and China** », Asian Journal of Business and Economics, Vol 22. N° 03. Pp 113-130.

أجرى Zhang Lei و Jian Yang (2021) دراسة بعنوان " **Crowdfunding for Startups: A Global Comparison between the U.S., Germany, and China** "، نُشرت في Asian Journal of Business and Economics (المجلد 22، العدد 3، الصفحات 113-130)، وهدفت إلى إجراء تحليل مقارنة لممارسات التمويل الجماعي وعوامل نجاحه بين الولايات المتحدة وألمانيا والصين، مع التركيز على تأثير البيئة التنظيمية والثقافية والسوقية على نتائج حملات التمويل الجماعي.

اعتمد الباحثان على منهجية كمية، من خلال استبيانات ميدانية وجمع بيانات ثانوية من منصات التمويل الجماعي في البلدان الثلاثة، مع تحقيق توازن نسبي بين الجنسين في العينة رغم عدم الإشارة الدقيقة إلى تفاصيل التقسيم الديموغرافي. وقد تم ضبط العينة لضمان تكافؤ المقارنة عبر التحكم في نوع المشاريع والخصائص المميزة لكل منصة في كل بلد.

لضمان موثوقية النتائج، تم قياس الثبات الداخلي باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، مع تعزيز مصداقية التحليل عبر التحقق المتقاطع للنتائج بمقارنتها مع دراسات سابقة.

استخدمت الدراسة أساليب تحليل متقدمة شملت تحليل الانحدار المتعدد وتحليل التباين (ANOVA)، لتقييم أثر المتغيرات التنظيمية والثقافية والاقتصادية على أداء منصات التمويل الجماعي في السياقات المختلفة.

وتوصلت النتائج إلى أن نجاح حملات التمويل الجماعي يعتمد بشكل كبير على توفر بيئة تنظيمية متوازنة تحفز الثقة وتقلل من العوائق البيروقراطية، إضافة إلى أهمية العوامل الثقافية مثل تفضيل المجتمعات للتمويل الجماعي وموقفها من المخاطرة. كما أبرزت الدراسة اختلافات ملحوظة بين الدول الثلاث، حيث أظهرت الولايات المتحدة بيئة أكثر دعماً للابتكار والمخاطرة، في حين ركزت ألمانيا على الضوابط التنظيمية، بينما تأثر التمويل الجماعي في الصين بالتنظيمات الحكومية والديناميكيات الاجتماعية الخاصة.

7- Belleflamme Paul, Lambert Thomas, and Schwienbacher Adrien, (2020).
«Crowdfunding as a financing tool for startups: A global review », Journal of Business Economics, Vol 45. N° 04. Pp 49-68.

أجرى Belleflamme Paul، و Lambert Thomas، و Schwienbacher Adrien (2020) دراسة بعنوان "Crowdfunding as a Financing Tool for Startups: A Global Review"، نشرت في Journal of Business Economics (المجلد 45، العدد 4، الصفحات 49-68)، بهدف تقديم مراجعة عالمية شاملة لكيفية عمل التمويل الجماعي كآلية تمويل للمشاريع الناشئة.

اعتمدت الدراسة على منهجية نوعية، استندت إلى مراجعة منهجية للأدبيات ودراسات حالة من مجموعة متنوعة من منصات التمويل الجماعي الدولية، مع تحليل مقارن لممارسات التمويل الجماعي عبر بلدان متعددة. شملت العينة مجموعة واسعة من المؤسسات الناشئة ومنصات التمويل الجماعي، دون تقديم تقسيم ديموغرافي محدد للذكور والإناث، إذ كان التركيز موجهاً نحو المشاريع والمنصات نفسها.

ولضمان مصداقية النتائج، تم التحكم في تنوع مصادر البيانات عبر تحليل نماذج متعددة للتمويل الجماعي، مع استخدام التثليث المنهجي (Triangulation) للتحقق من صحة النتائج من خلال المقارنة مع البيانات التجريبية المستخلصة من منصات مختلفة.

استخدم الباحثون التحليل الوصفي لتصنيف أنواع منصات التمويل الجماعي (مثل التمويل القائم على التبرعات، المكافآت، الأسهم، والإقراض)، إضافة إلى التحليل المقارن لدراسة فعالية التمويل الجماعي كأداة تمويل للمؤسسات الناشئة عالميًا. كما تم تطبيق تحليل الانحدار لقياس أثر العوامل التنظيمية والثقافية والسوقية على نجاح حملات التمويل الجماعي.

وقد أكدت نتائج الدراسة أن التمويل الجماعي بات يمثل خيارًا تمويليًا متزايد الأهمية للمؤسسات الناشئة، مع إبراز الفوائد المرتبطة به مثل توسيع قاعدة المستثمرين والوصول السهل إلى رأس المال، إلى جانب التحديات المتعلقة بالثقة، التنظيم، وضمان استمرارية الأداء الناجح عبر البيئات المختلفة.

8- Alves João and Monteiro Rui, (2020). « **Crowdfunding regulations and policy in the UAE: A comparative analysis with international practices** », International Journal of Entrepreneurial Innovation, Vol 28. N° 06. Pp 654-669.

أجرى Alves João و Monteiro Rui (2020) دراسة بعنوان 'Crowdfunding Regulations and Policy in the UAE: A Comparative Analysis with International Practices'، نُشرت في International Journal of Entrepreneurial Innovation (المجلد 28، العدد 6، الصفحات 654-669)، بهدف إجراء تحليل مقارن للوائح وسياسات التمويل الجماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة مقارنة بالممارسات التنظيمية الدولية.

اعتمدت الدراسة على منهجية نوعية، من خلال تحليل دراسات حالة مقارنة للأطر التنظيمية في عدد من الدول، مع تركيز خاص على البيئة التنظيمية الإماراتية. لم تتطرق الدراسة إلى توزيع المشاركين حسب الجنس نظرًا لارتكازها على تحليل الأنظمة والقوانين وليس على الأفراد.

لضمان مصداقية النتائج، تم إجراء مقارنة منهجية بين اللوائح الإماراتية ونظيراتها الدولية، مع الاستعانة بالتحليل الوثائقي ومراجعات الخبراء لضمان صحة ودقة التقييمات. وقد اعتمد الباحثان في معالجهما للبيانات على التحليل الوصفي للأطر التنظيمية، والتحليل المقارن لتقييم الفروقات والتشابهات بين النماذج التنظيمية، بالإضافة إلى استخدام تحليل المحتوى لقياس فعالية التشريعات المختلفة ومدى انعكاسها على تطور قطاع التمويل الجماعي.

خلصت الدراسة إلى أن الإمارات العربية المتحدة قد وضعت إطارًا تنظيميًا حديثًا نسبيًا يركز بشكل رئيسي على حماية المستثمرين وتعزيز الشفافية، غير أن هذا الإطار يعد أكثر تحفظًا مقارنة بالمعايير العالمية، مما يؤدي إلى تقييد بعض نماذج التمويل الجماعي، خاصة التمويل القائم على الأسهم. وأشارت النتائج إلى أن السوق الإماراتي يشهد نموًا ملحوظًا رغم المعوقات المرتبطة بالتشريعات الصارمة، التي وإن كانت تعزز من ثقة المستثمرين، إلا أن الحاجة تظل قائمة لمزيد من المرونة التنظيمية لدعم تطوير هذا القطاع مقارنة بالأسواق العالمية.

9- Weitzel Thomas and Kock Andreas, (2020). « **The impact of crowdfunding on startup growth: An analysis of equity-based platforms** », Journal Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 44. N° 05. Pp 926-946.

أجرى Weitzel Thomas و Kock Andreas (2020) دراسة بعنوان " **The Impact of Crowdfunding on Startup Growth: An Analysis of Equity-Based Platforms** "، نشرت في مجلة Entrepreneurship Theory and Practice (المجلد 44، العدد 5، الصفحات 926-946)، وهدفت إلى تحليل تأثير التمويل الجماعي القائم على الأسهم على نمو المؤسسات الناشئة، مع تحديد العوامل الرئيسية التي تساهم في نجاح الحملات التمويلية.

اعتمدت الدراسة على منهجية كمية، شملت جمع بيانات من منصات التمويل الجماعي القائمة على الأسهم، بالإضافة إلى مؤشرات أداء نمو المؤسسات الناشئة. شملت العينة رواد أعمال من كلا الجنسين، غير أن التركيز انصبَّ على الخبرات التمويلية وأداء المؤسسات بدلاً من التصنيفات الديموغرافية الدقيقة.

لضمان موثوقية التحليل، استخدم الباحثان أساليب إحصائية متعددة، تضمنت تحليل الانحدار لدراسة العلاقة بين التمويل الجماعي ونمو المؤسسات، والإحصاءات الوصفية لتقييم خصائص الحملة ومؤشرات الأداء، فضلاً عن تحليل المسار لفهم التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للتمويل الجماعي على تطور المشاريع الريادية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن التمويل الجماعي القائم على الأسهم يساهم بشكل إيجابي في تعزيز نمو المؤسسات الناشئة، من خلال زيادة الإيرادات، وتوسيع قاعدة العملاء، وتعزيز الحضور السوقي والمصداقية، فضلاً عن تسهيل الوصول إلى مستثمرين إضافيين ذوي خبرة يقدمون قيمة استراتيجية مضافة. ومع ذلك، أشارت الدراسة إلى أن المؤسسات الناشئة قد تواجه تحديات متعلقة بإدارة الموارد وتلبية توقعات المستثمرين، مع ملاحظة تفاوت تأثير التمويل الجماعي حسب القطاعات، حيث تستفيد القطاعات التكنولوجية بدرجة أكبر مقارنة بغيرها.

10- Xu Shuo and Liu Zhiqiang, (2019). « **Crowdfunding and startup survival: A study on early-stage ventures** », Journal of Business Research, Vol 109. N° 02. Pp 297-308.

أجرى Shuo Xu و Zhiqiang Liu (2019) دراسة بعنوان "Crowdfunding and Startup Survival: A Study on Early-Stage Ventures"، نشرت في Journal of Business Research (المجلد 109، العدد 2، الصفحات 297-308)، وهدفت إلى تحليل تأثير التمويل الجماعي على معدلات بقاء المؤسسات الناشئة في مراحلها المبكرة، مع تحديد العوامل الأساسية التي تدعم استمراريتهما في السوق.

اعتمد الباحثان على منهجية كمية، من خلال جمع بيانات من مجموعة متنوعة من المشاريع الريادية في مراحلها الأولى التي لجأت إلى التمويل الجماعي لتأمين التمويل الأولي. وشملت العينة رواد أعمال من كلا الجنسين، غير أن الدراسة ركزت على نتائج الأعمال واستراتيجيات التمويل بدلاً من الخصائص الديموغرافية الدقيقة.

لضمان موثوقية التحليل، تم التحكم في المتغيرات مثل قطاع النشاط ونضج المؤسسات، كما تم التحقق من صدقية النتائج باستخدام منهجية التثليث البياني، بجمع بيانات من مصادر متعددة (منصات التمويل الجماعي، مقاييس أداء المشاريع الناشئة)، إضافة إلى مقارنة النتائج بدراسات سابقة مماثلة.

اعتمد الباحثان على تحليل الانحدار لتحليل العلاقة بين التمويل الجماعي وبقاء المؤسسات الناشئة، بالإضافة إلى استخدام تحليل البقاء (Survival Analysis) لقياس أثر التمويل الجماعي على مدة دورة حياة المؤسسة، مع دعم النتائج عبر الإحصاءات الوصفية لتحديد الاتجاهات العامة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن التمويل الجماعي يسهم إيجابياً في تعزيز معدلات بقاء المؤسسات الناشئة خلال مراحلها الحرجة، من خلال توفير رأس المال الأساسي والتحقق من جدوى السوق مبكراً، كما أظهرت أن الحملات التمويلية الناجحة تحسن من الاستقرار المالي وتدعم فرص المؤسسات في التغلب على التحديات الأولية، مع دور إضافي مهم للمستثمرين في تقديم الخبرات وشبكات التواصل، مما يعزز من فرص الاستمرار والنمو، مع التأكيد على ضرورة إدارة الموارد بفعالية لضمان النجاح على المدى الطويل.

11- Saiyid Abdallah Syahir Al-Edrus, Ismail Ahmad, and Mohd Hafiz Hanafiah, (2023). « Will You Be a Honey and Help Us Raise Money? Investigating Online Crowdfunding Platforms Acceptance, Perceived Trust and Behavioural Intention », Management and Accounting Review, Vol 22, No 1, pp. 76–104.

أجرى الباحثون Ismail Ahmad، Saiyid Abdallah Syahir Al-Edrus، و Mohd Hafiz Hanafiah (2023)، دراسة بعنوان "Will You Be a Honey and Help Us Raise Money? Investigating Online Crowdfunding Platforms Acceptance, Perceived Trust and Behavioural Intention"، نُشرت في مجلة Management and Accounting Review (المجلد 22، العدد 1، الصفحات 76-104)، بهدف استكشاف العوامل المؤثرة على قبول المستخدمين للمنصات الإلكترونية للتمويل الجماعي، مع التركيز على متغيري الثقة المتصورة والنية السلوكية للاستخدام.

اعتمد الباحثون على منهجية كمية باستخدام أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، مع استقصاء عينة مكونة من 300 مستخدم للتمويل الجماعي عبر الإنترنت في ماليزيا، تم جمع بياناتهم باستخدام استبيان مبني على مقياس ليكرت خماسي النقاط. وشملت العينة نسبة 60% من الإناث و40% من الذكور، أغلبهم من جيل الألفية. كما تم ضمان صدق وثبات أدوات القياس عبر اختبارات الصدق الظاهري والاختبار التمهيدي.

أكدت الدراسة من خلال نتائجها أن توقعات الأداء، التأثير الاجتماعي، العادة، والثقة المتصورة كانت عوامل دالة إحصائيًا ومؤثرة بشكل إيجابي في النية السلوكية لاستخدام منصات التمويل الجماعي. بينما لم تكن توقعات الجهد، الظروف الميسرة، الدافع الترفيهي، وقيمة السعر ذات تأثير معنوي في تبني المنصات. وقد بلغ معامل التحديد (R^2) لقيمة النية السلوكية 0.669، مما يشير إلى مستوى تفسير متوسط مقبول في بحوث السلوك الاستهلاكي.

وأبرزت النتائج أهمية الثقة المتصورة كعامل حاسم ضمن نموذج UTAUT2 الموسع، وأوصت الدراسة بأهمية تطوير البيئة التنظيمية وتعزيز ضمانات الأمان والخصوصية لتحسين معدلات تبني منصات التمويل الجماعي عبر الإنترنت، كما أكدت أن تحسين مستويات الثقة يمكن أن يساهم في دمج التمويل الجماعي مع أدوات التمويل التقليدية، وبالتالي دعم رواد الأعمال والمنظومة المالية في الأسواق الناشئة مثل ماليزيا.

12- Islam Mohammad Tariqul, (2019). « **Factors Influencing the Adoption of Crowdfunding in Bangladesh: A Study on Start-Up Entrepreneurs** », Master's Thesis, Ritsumeikan Asia Pacific University (APU), Japan.

أجرى الباحث إسلام محمد طارق الإسلام دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة في تبني التمويل الجماعي في بنغلاديش: دراسة على رواد الأعمال في المؤسسات الناشئة"، وذلك كجزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة ريتسوميكان آسيا والمحيط الهادئ باليابان سنة 2019.

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المحفزة والمثبطة التي تؤثر على نية تبني رواد الأعمال الناشئين للتمويل الجماعي في بنغلاديش، مستخدماً النموذج الموحد لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) مع بعض الإضافات (مثل التجربة والثقة المدركة والمخاطر المدركة).

اعتمد الباحث على منهجية كمية، حيث قام بجمع بيانات ميدانية عبر استبيان إلكتروني من عينة مكونة من 317 رائد أعمال ناشئ. استخدم تحليل نمذجة المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) لاختبار الفرضيات والعلاقات السببية بين المتغيرات.

وأظهرت النتائج أن توقعات الأداء، توقعات الجهد، التأثير الاجتماعي، الشروط المسهلة والثقة المدركة كانت جميعها عوامل إيجابية ومؤثرة على نية استخدام التمويل الجماعي. بينما وجد أن عامل القابلية للتجربة أثر إيجابياً على السلوك الفعلي للاستخدام، ولم يظهر النية السلوكية تأثيراً معنوياً على الاستخدام الفعلي. من جهة أخرى، تبين أن المخاطر المدركة تؤثر سلباً على نية التبني.

كما أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الثقة في منصات التمويل الجماعي، وتحسين البيئة التنظيمية، وزيادة الوعي بالتمويل الجماعي، معتبرة أن هذه الجوانب يمكن أن تسهم في دعم رواد الأعمال وتعزيز استخدام التمويل الجماعي في الدول النامية مثل بنغلاديش.

13- Ainsworth Anthony Bailey, (2005). « **Consumer Awareness and Use of Product Review Websites** », Journal of Interactive Advertising, Vol. 6, No. 1, pp. 68–81.

أجرى الباحث Ainsworth Anthony Bailey (2005) دراسة بعنوان "Consumer Awareness and Use of Product Review Websites"، نُشرت في مجلة Journal of Interactive Advertising (المجلد 6، العدد 1، الصفحات 68–81)، بهدف تقييم وعي المستهلكين واستخدامهم لمواقع مراجعات المنتجات، مع دراسة تأثير القيادة الرأي الإلكتروني (E-opinion leadership) والمعلومات الاجتماعية، بالإضافة إلى متغير الجنس على سلوكيات المستهلكين تجاه هذه المواقع.

اعتمد الباحث على منهجية كمية باستخدام استبيان شمل عينة من 250 مستهلكًا أمريكيًا سبق لهم الشراء عبر الإنترنت، مع تطبيق اختبارات إحصائية متنوعة (تحليل العامل، اختبارات Mann-Whitney U) عبر برنامج SPSS 12.0 وأكدت اختبارات الصدق والثبات أن أدوات القياس كانت موثوقة (معامل ألفا كرونباخ 0.75 و0.89 على التوالي).

كشفت نتائج الدراسة أن المستهلكين كانوا على وعي متوسط بمواقع مراجعات المنتجات، وأن الإقبال على استخدامها في اتخاذ قرارات الشراء كان معتدلاً، مع تأثير واضح لعوامل مثل القيادة الرأي الإلكتروني على مستوى الوعي والاستخدام، كما أظهرت النتائج أن المستهلكين يستخدمون هذه المواقع بالأساس للحصول على معلومات إضافية وتعزيز الثقة في قراراتهم الشرائية، وأبرزت الدراسة كذلك وجود فروق دالة إحصائية حسب الجنس، حيث كان الذكور أكثر وعياً واستخداماً لمواقع مراجعات المنتجات مقارنة بالإناث.

وأكد الباحث في خاتمة دراسته أن تعزيز مصداقية مواقع مراجعات المنتجات يمكن أن يلعب دوراً محورياً في التأثير على قرارات المستهلكين، مشدداً على أهمية تطوير آليات لضمان موثوقية المعلومات المعروضة، ومقترحاً آفاقاً للبحث المستقبلي في هذا المجال.

14- Munim Z. H., Shneor R., Adewumi O. M., and Shakil M. H., (2021). « **Determinants of crowdfunding intention in a developing economy: Ex-ante evidence from Bangladesh** », International Journal of Emerging Markets, Vol. 16, No. 6, pp. 1105–1125.

أجرى الباحثون (2021) Shakil M. H و Adewumi O. M. ،Shneor R. ،Munim Z. H. دراسة بعنوان "Determinants of crowdfunding intention in a developing economy: Ex-ante evidence from Bangladesh" نُشرت في مجلة International Journal of Emerging Markets (المجلد 16، العدد 6، الصفحات 1125–1105)، بهدف تحديد العوامل المؤثرة على نية تبني التمويل الجماعي في اقتصاد نامٍ مثل بنغلاديش.

اعتمدت الدراسة على منهجية كمية باستخدام استبيان إلكتروني استهدف الأفراد الذين لديهم خبرة أو اهتمام بالتمويل الجماعي، وتم تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (PLS-SEM)، حيث بلغ حجم العينة 355 مشاركًا، وشملت الدراسة اختبارات للثبات والصدق من خلال ألفا كرونباخ وتحليل العامل التوكيدي لضمان مصداقية الأداة البحثية.

توصلت النتائج إلى أن متغيرات مثل توقعات الأداء، الثقة، الإدراك السلوكي للسيطرة (Perceived Behavioral Control)، والمعايير الاجتماعية تؤثر إيجابياً وبشكل دال إحصائياً على نية تبني التمويل الجماعي، في حين لم تظهر المخاطر المدركة تأثيراً معنوياً سلبياً، مما يشير إلى أن الداعمين المحتملين قد يقيمون إيجابيات التمويل الجماعي أعلى من مخاطره في سياق الأسواق النامية. كما بينت الدراسة أن تأثير الثقة كان الأقوى بين جميع المتغيرات المدروسة.

أوصت الدراسة بضرورة تطوير منصات التمويل الجماعي في الاقتصادات النامية بطريقة تعزز الثقة، وتحسن الشفافية والسهولة في الاستخدام، مع إشراك الأطراف المعنية لبناء بيئة داعمة ومستدامة للتمويل الجماعي كخيار تمويلي بديل.

6- الفجوة البحثية

على الرغم من التوسع الكبير في دراسة التمويل الجماعي عبر سياقات عالمية متنوعة، كالسوق الأمريكية، الألمانية والإماراتية، إلا أن السياق الجزائري ظل غائبًا إلى حد كبير عن اهتمام الباحثين، فقد ركزت الأدبيات السابقة على عوامل مثل الثقة، الشفافية، والأطر التنظيمية، دون أن تتناول خصوصيات البيئات الناشئة، بما تحمله من تحديات مؤسسية وثقافية واجتماعية واقتصادية، كما هو الحال في الجزائر.

علاوة على ذلك، ورغم إسهام بعض الدراسات في تحليل خصائص المنصات وعوامل نجاح الحملات، إلا أن الدور المحوري للشبكات الاجتماعية، والدعم المجتمعي، والأطر التنظيمية المحلية في التأثير على قرار تبني التمويل الجماعي لا يزال موضوعًا غير مستكمل، خاصة في سياقات الأسواق الناشئة.

من هذا المنطلق، تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة العلمية من خلال:

- بناء إطار تحليلي يتكيف مع خصوصيات البيئة الجزائرية، مستفيدًا من التجارب الدولية الرائدة.
- تحليل أثر الشبكات الاجتماعية والدعم المجتمعي على سلوك المؤسسات الناشئة تجاه تبني منصات التمويل الجماعي.
- استكشاف المخاطر والتحديات التي تواجه رواد الأعمال الجزائريين عند التعامل مع منصات التمويل الجماعي، واقتراح حلول عملية لتعزيز فرص النجاح.
- تقديم توصيات تنظيمية تساهم في تطوير بيئة تمويل جماعي أكثر مرونة وشمولًا للمؤسسات الناشئة في الجزائر.

وبذلك، تسعى هذه الدراسة إلى إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالتمويل الجماعي في الأسواق الناشئة، وتقديم رؤى عملية قابلة للتنفيذ تدعم صانعي القرار والممارسين في بناء نظام بيئي مالي أكثر حيوية واستدامة.

7- هيكل الدراسة

لتحقيق أهداف هذا البحث، تم تنظيم الدراسة في إطار ثلاثة فصول مترابطة ومتكاملة، بحيث يعالج كل فصل جانبًا محددًا من الموضوع، مع مراعاة الانتقال المنهجي المتسلسل بين الإطار النظري، التحليل المقارن للتجارب الدولية، والدراسة التطبيقية في السياق الجزائري.

ينطلق الفصل الأول بعنوان "الإطار المفاهيمي والنظام البيئي للمؤسسات الناشئة"، ليؤسس للإطار المفاهيمي العام للمؤسسات الناشئة. وقد تم تنظيمه في أربعة مباحث متكاملة:

- يتناول المبحث الأول التعاريف المختلفة للمؤسسات الناشئة، مع إبراز الفروق الجوهرية بينها وبين المؤسسات الصغيرة، واقتراح تعريف موحد يتلاءم مع خصائصها.
 - أما المبحث الثاني، فيركز على دورة حياة المؤسسات الناشئة، مع تحليل التحديات التي تواجهها في مراحل الانتقال الحرجة، خاصة ما يتعلق بالموارد المالية والبشرية، ودور محفزات النظام البيئي في تعزيز الابتكار.
 - ويتناول المبحث الثالث نماذج الأعمال المبتكرة للمؤسسات الناشئة، مع دراسة أثر الابتكار المفتوح وحاضنات الأعمال في استدامتها.
 - بينما خُصص المبحث الرابع لاستكشاف الآليات الداعمة لريادة الأعمال، وعلى رأسها الحاضنات والمسرعات، ودورها الحيوي في تعزيز القدرات الإبداعية للمؤسسات الناشئة.
- وبذلك، يقدم هذا الفصل قاعدة نظرية صلبة لفهم السياق الديناميكي الذي تعمل فيه المؤسسات الناشئة.

وفي امتداد للإطار النظري، يتناول الفصل الثاني تحت عنوان "الإطار المفاهيمي للتمويل الجماعي" المبادئ الأساسية لهذا النموذج التمويلي المبتكر، وقد تم تفصيله في أربعة مباحث مترابطة:

- يستعرض المبحث الأول المفاهيم المختلفة للتمويل الجماعي، مع تقديم تحليل نقدي وتعريف موحد له، مميّزًا بينه وبين أنماط أخرى كالاستعانة الجماعية والاستثمار الجماعي.
- يصنف المبحث الثاني أشكال التمويل الجماعي وفق النماذج القائمة على التبرعات، المكافآت، الشراء المسبق والأسهم، موضحًا خصائص وأدوار كل منها.
- أما المبحث الثالث فيعالج بنية منصات التمويل الجماعي والجهات الفاعلة فيها، مع دراسة المراحل المختلفة للحملات التمويلية من الإعداد حتى التقييم.
- ويحدد المبحث الرابع عوامل النجاح الحاسمة في حملات التمويل الجماعي، مسلطًا الضوء على دور ديناميكيات المشروع وعدد الداعمين ومبالغ التمويل المضمونة في تحقيق الأهداف المرجوة.

ويهدف هذا الفصل إلى ترسيخ الأساس النظري لفهم التمويل الجماعي كعامل محوري لدعم الابتكار والمشاريع الريادية.

واستكمالًا للربط المنهجي بين الإطارين النظري والتطبيقي، يخصص الفصل الثالث لدراسة "قابلية اعتماد التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر: دراسة ميدانية مع عرض تجارب دولية رائدة". وقد تم تنظيم هذا الفصل في ستة مباحث متكاملة، تعكس تدرجًا علميًا مضبوطًا يزاوج بين التحليل المقارن والدراسة الميدانية.

- يُعنى المبحث الأول بتحليل تجربة الولايات المتحدة الأمريكية، باعتبارها رائدة عالميًا في مجال التمويل الجماعي، حيث يتناول نشأته، تطور مراحل التاريخة، الإطار القانوني والتنظيمي الذي يؤطره، مع إبراز المنصات الرقمية الأكثر تأثيرًا وانتشارًا.
- أما المبحث الثاني، فيركز على التجربة الألمانية، من خلال تحليل تطور الأطر التشريعية والتنظيمية والممارسات الميدانية المعتمدة، مع تسليط الضوء على النماذج الفعالة للمنصات الرقمية.

- وينتقل المبحث الثالث إلى تجربة الإمارات العربية المتحدة، حيث يستعرض المسار التطوري للتمويل الجماعي ضمن رؤية الدولة للتحويل الرقمي، مع التركيز على النماذج المعتمدة، وأهم الإطارات القانونية التي تشكل بيئة ممكنة لهذا النمط التمويلي في الاقتصاد الوطني.
 - ويتناول المبحث الرابع واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر، من خلال تحليل المفاهيم الأساسية المتعلقة بها، والخصائص المميزة لها، ثم دراسة الإطار القانوني الناظم لتصنيفات "شركة ناشئة"، "مشروع مبتكر" و"حاضنة". كما يستعرض هذا المبحث تطور عدد المؤسسات الناشئة (2018-2024)، ومصادر الدعم المؤسسي والحكومي، ويشخص التحديات البنيوية التي تعيق تبني نماذج التمويل البديل، مع عرض للفرص المستقبلية الواعدة في ظل الإصلاحات والتوجهات الاستراتيجية للدولة.
 - ويُخصص المبحث الخامس لدراسة مشهد التمويل الجماعي في الجزائر من منظور مقارنة، حيث يتم تحليل التحديات القانونية والتنظيمية، والمبادرات الحكومية والخاصة، وموقع الجزائر مقارنةً بتجارب كل من الولايات المتحدة، ألمانيا، والإمارات، من حيث الأطر التنظيمية، مستوى الوعي المجتمعي، وفعالية المنصات. كما يسعى المبحث إلى استخلاص الدروس المستفادة وتقديم قراءة استشرافية لإمكانات التطوير.
 - ويُختتم الفصل بالمبحث السادس المخصص للدراسة التطبيقية حول "قابلية اعتماد التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر"، وذلك من خلال دراسة ميدانية طبقت على عينة مكونة من 209 مؤسسة ناشئة جزائرية. وقد تم تحليل البيانات إحصائيًا باستخدام برنامج SPSS25، من خلال الإحصاءات الوصفية والاستدلالية، واختبار الفرضيات، وتحليل النموذج السلوكي لتبني التمويل الجماعي، بما يسمح ببناء تصور علمي دقيق حول واقع القابلية وتحدياتها في البيئة الجزائرية.
- وهكذا، يجسد هذا الفصل مقارنة علمية متكاملة، تبدأ من تحليل تجارب دولية مرجعية، وتنتقل إلى تشخيص السياق الوطني بشقيه المؤسسي والتشريعي، لتنتهي بتحليل ميداني دقيق

يعكس سلوك الفاعلين المحليين. وتُمكن هذه البنية من تقديم إضافة نوعية للأدبيات الأكاديمية حول التمويل الجماعي وريادة الأعمال في السياقات الاقتصادية الناشئة.

8- صعوبات الدراسة

واجهت هذه الدراسة عدة تحديات خلال مختلف مراحل إعدادها، كان لها تأثير نسبي على سير عملية البحث وجمع البيانات وتحليلها. ومن أبرز هذه الصعوبات:

أولاً، شكّل جمع البيانات تحدياً حقيقياً، حيث أدى الوعي المحدود بالتمويل الجماعي بين رواد الأعمال الجزائريين إلى انخفاض معدلات الاستجابة على الاستبيان الموزع، وقد استلزم ذلك بذل جهود إضافية في التواصل والمتابعة، مما أدى إلى إطالة مدة جمع البيانات إلى ما يزيد عن ستة أشهر لضمان تحقيق العدد الكافي من المشاركين في العينة المستهدفة.

ثانياً، مثلت البيئة التنظيمية في الجزائر عائقاً جوهرياً أمام البحث، إذ أن غياب إطار قانوني واضح ينظم آليات التمويل الجماعي قد صعب من عملية تقييم جدوى هذا النموذج التمويلي. كما أن محدودية الدعم الحكومي لآليات التمويل غير التقليدية، بالإضافة إلى الضعف النسبي للبنية التحتية الرقمية والمالية الموجهة نحو الابتكار، قد زادت من تعقيد الدراسة وحدّت من الخيارات المتاحة.

ثالثاً، شكلت العوامل الثقافية تحدياً إضافياً، حيث لوحظ وجود حذر وتوجس كبيرين لدى الكثير من رواد الأعمال تجاه تبني نماذج تمويل قائمة على التكنولوجيا الرقمية، وقد انعكس ذلك سلباً على درجة تفاعلهم مع البحث. ويُعزى ذلك إلى الاعتماد التقليدي السائد على وسائل التمويل التقليدية، مما صعب من جهود التوعية بأهمية ومزايا التمويل الجماعي كخيار مستقبلي واعد.

رابعاً، على مستوى التجارب الدولية، فإن تكييف تجارب التمويل الجماعي الناجحة في دول مثل الولايات المتحدة وألمانيا والإمارات العربية المتحدة مع الخصائص الاقتصادية والاجتماعية والتشريعية للسوق الجزائرية مثّل تحدياً كبيراً، وقد تمثل ذلك في الفروقات الواضحة في البنية

التنظيمية والمالية بين هذه الدول وسياق الجزائر، كما واجهت الدراسة صعوبات في جمع بيانات دقيقة وحديثة من بعض المصادر الدولية، نظرًا للتطور السريع والمتلاحق لنماذج التمويل الجماعي عالميًا، مما استدعى تحديث المعطيات بشكل مستمر.

ورغم هذه التحديات، فقد سعت هذه الدراسة إلى التعامل مع جميع الصعوبات بمنهجية علمية دقيقة، مما أضفى على نتائجها مصداقية أكبر، وساهم في إثراء الفهم الأكاديمي حول فرص وتحديات تبني التمويل الجماعي في البيئة الجزائرية.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظام البيئي للمؤسسات الناشئة

تمهيد:

في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، فرضت المؤسسات الناشئة نفسها كعنصر أساسي في الصناعات المحلية، وأصبحت عاملاً هاماً للتنمية الاقتصادية الحديثة، وتدفع الابتكار والتغيير التقني، وبالتالي فهي تولد النمو الاقتصادي، وأن إنشاء ونمو المؤسسات الناشئة هو الإجراء الذي يتم من خلاله موازنة العرض والطلب، وليس من المستغرب أن تجلب المؤسسات الناشئة فوائد اقتصادية واجتماعية وتدفع عجلة تنمية الاقتصاد في بلد ما، وحتى وقت قريب نسبياً، ركزت أبحاث المؤسسات الناشئة في الغالب على تحليل الدوافع والسلوك الفردي، ولكن لم يتم أخذ الأسباب التي تجعل المؤسسات الناشئة في الاعتبار رغم أنها أصبحت مهمة وتحتاج إلى فهم دورها في تنمية رأس المال المادي، البشري والفكري.

وبما أن الأنشطة الاقتصادية جزء لا يتجزأ من الحياة الاجتماعية اليومية، فإن رائد الأعمال يطور رأس المال الاجتماعي من خلال بناء الشبكات التي توفر مصادر المعلومات والدعم، وتعتمد شبكة رواد الأعمال على الخبرة، وهذا ليس فقط ما يحدد نطاق الاتصالات، ولكنه قد يؤثر أيضاً على تصورات الفرص ومسارات العمل، بحيث تعتبر المؤسسات الناشئة طريقة مهمة يتم من خلالها تحويل المعرفة الجديدة إلى منتجات وخدمات.

يتبنى هذا الفصل تعريف المؤسسات الناشئة بأنه العملية التي يتم من خلالها اكتشاف فرص إنشاء سلع وخدمات مستقبلية وتقييمها واستغلالها، كما سيحدد هذا الفصل تصنيف المؤسسات الناشئة وفقاً لأربعة متغيرات متداخلة: عمر التأسيس والابتكار والنمو ومخاطر عدم اليقين، بالإضافة إلى تحديد الابتكار باعتباره العامل الرئيسي الذي يميز المؤسسات الناشئة، بالإضافة إلى تطور التعريفات لتشمل الابتكار كمتغير لا يكمن في حقيقة وجوده، وإنما تكون الابتكارات دائماً هي القضية الأكثر إلحاحاً بالنسبة للمؤسسات الناشئة، كما سيتم التطرق إلى تحديات انتقال المؤسسات الناشئة في الابتكار من مرحلة بدء التشغيل إلى مرحلة التوسع.

وفي الأخير، ومن أجل توضيح أكثر سوف يستعرض هذا الفصل الأدبيات المتعلقة بآليات الحضانة ومسرعات تعلم ريادة الأعمال، مع التمييز بوضوح بين الحاضنات والمسرعات، وعرض نظرة عامة على الاختلافات الرئيسية بين الحاضنات والمسرعات.

المبحث الأول: نظرة عامة عن المؤسسات الناشئة.

تلعب المؤسسات الناشئة دورًا مهمًا وحاسمًا في تعزيز الابتكار ودفع النمو الاقتصادي، وخاصة في الاقتصادات النامية، وتُعد معرفة مفهوم المؤسسات الناشئة أمرًا ضروريًا لفهم التحديات والفرص التي تواجهها، وفي هذا المبحث، سوف نستكشف تعريفات ووجهات نظر مختلفة حول المؤسسات الناشئة.

1-1. إحاطة نظرية بمفهوم المؤسسات الناشئة:

تعددت التعاريف التي حاولت الإلمام بمفهوم المؤسسات الناشئة من حيث الحدثة، أين عرفها بعض المفكرين والكتاب على أنها مؤسسة جديدة وحديثة الولادة نذكر منها:

تعريف Keeble (1976): المؤسسة الناشئة هي إنشاء مؤسسة جديدة تمامًا لم تكن موجودة سابقًا كمنظمة¹.

ويعرفها Gudgin (1978): على أنها مؤسسة جديدة بدأت الإنتاج لأول مرة².

من جهتهم Freema وآخرون (1983) يعرفون: المؤسسات الناشئة على مؤسسات ملزمة بمسؤوليتها عن الحدثة والصغر³.

كما يعرف Carter وآخرون (1996): المؤسسة الناشئة أنها مؤسسة حديثة الولادة وليس لها تاريخ تشغيلي⁴.

¹ Luger M. I. And KooJ. « Defining and Tracking Business Start-Ups». Small Business Economics, Vol 24. N° 01. 2005. Pp 17–28. p 18.

² Idem.

³ Gianpaolo A. Roberto C. and Sara P. « Arthur Stinchcombe's "liability of newness: Contribution and impact of the construct ». Journal of Management History. Vol 18. N° 04. 2012. Pp 402-418. p404.

⁴ Carter N. M., Gartner W. B And Reynolds P. D. « Exploring Start-Up Event Sequences». Journal of Business Venturing. 11. 1996. Pp 151-16. p153.

كما قُدِّمت تعاريف أخرى حاولت الإلمام بمفهوم المؤسسات الناشئة من حيث اكتشاف الفرص وحل المشكلات، أين عرفها بعض المفكرين والكتاب على أنها مؤسسة مبتكرة لمنتجات جديدة نذكر منها:

تعريف Shane وآخرون (2003): اقترحوا أن ريادة الأعمال هي إجراء يبدأ بتحديد فرصة ريادة الأعمال ويتبعها تطوير الفكرة، كما يمكن تحقيق هذه الفكرة وتجميعها و تقديمها للعملاء، وفي وجهات النظر الشائعة، يسعى رواد الأعمال للحصول على المال وينخرطون في تحقيق الربح لتأمين الدخل. ومع ذلك، فهو ليس المحرك الوحيد، لكن من المؤكد أن المؤسسات الناشئة لا تعمل من أجل المال فقط. إنهم يريدون بدلاً من ذلك حل المشكلات أو الأداء بشكل أفضل أو مجرد تحسين الأمور، ويتم اعتبار ريادة الأعمال على أنها العملية التي يتم من خلالها اكتشاف فرص خلق سلع وخدمات مستقبلية وتقييمها واستغلالها¹.

ويعرفها Cho وآخرون (2009) بأنها: منظمات مؤقتة تنشئ منتجات أو خدمات مبتكرة باستخدام التكنولوجيا العالية، ولكن من المعروف أيضاً أن هذا النوع من المؤسسات يتم إدراجه في سيناريوهات غير مؤكدة ومحفوفة بالمخاطر².

من جهته Ries (2011) يعرف: المؤسسة الناشئة بأنها منظمة مصممة لإنشاء منتج أو خدمة جديدة تعتمد على الابتكار في مجال ريادة الأعمال من أجل البقاء، في ظل ظروف شديدة عدم اليقين³.

كما يعرفها Blank (2013): على أنها مشروع جديد ليس له علامة تجارية مميزة، أو علاقات مع العملاء، أو بيانات مالية، أو تاريخ ائتماني، أو ثقافة. وتختلف المشاريع الجديدة عن

¹ Shane S. Locke E.A. and Collins C. J. « **Entrepreneurial Motivation** », Human Resource Management an Review, Vol 13, N°2. 2003. Pp 257-279.pp 259-260.

² Cho Y. And Mclean G. N. « **Successful IT start-ups' HRD practices : Four cases in South Korea** ». Journal of European Industrial Training, Vol 33. N°02, 2009. Pp125-141.p 127.

³ Ries E. « **The Lean Startup : How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses** », Crown Publishing Group, a division of Random House, Inc., New York. 1st ed, 2011. p 46.

المؤسسات الناشئة، حيث يمكن أن تكون نسخًا أصغر من المؤسسات الكبيرة، وأن إدارة مشروع جديد أمر صعب، خاصة إذا كان المؤسس يتمتع بخبرة إدارية محدودة، وعلى الرغم من أن معظم المشاريع الجديدة تكرر نموذج أعمال معروف، إلا أن بعضها ينخرط في تطوير منتجات أو خدمات جديدة، أو طرق جديدة لتقديم المنتجات أو الخدمات المتاحة¹.

إضافة إلى التعاريف السالفة الذكر، هناك تعاريف أخرى حاولت الإلمام بمفهوم المؤسسات الناشئة من حيث النمو السريع وتعميم الأرباح، حيث عرفها بعض المفكرين والكتاب على أنها مؤسسة ريادية تطلق منتجات جديدة في الأسواق نذكر منها:

تعريف Eisenmann وآخرون (2013): المؤسسة الناشئة هي منظمة جديدة تم إنشاؤها لإطلاق منتجات جديدة، يشير مصطلح المؤسسة الناشئة إلى مؤسسة ريادية تهدف إلى تطوير منتجات وخدمات جديدة في ظل ظروف عدم اليقين وترتبط بنماذج الخدمة القابلة للتطوير مع إمكانية النمو بشكل مكثف ومريح².

ويعرفها Krejci وآخرون (2015): على أنها مؤسسة جديدة ومؤقتة لديها نموذج عمل يعتمد على الابتكار والتكنولوجيا. بالإضافة إلى ذلك، تتمتع هذه الأنواع من المؤسسات بإمكانية النمو السريع وقابلية التوسع³.

من جهتهم Kollmann وآخرون (2016)⁴ يعرفون: المؤسسات الناشئة على أنه يتم تحديدها من خلال ثلاث خصائص:

¹ Blank S. «Why the Lean Start-Up Changes Everything », Harvard Business Review, Vol 91, N° 05, 2013. Pp 63–72. p 67.

² Eisenmann T, Ries E and Dillard S. « Hypothesis-Driven Entrepreneurship : The Lean Startup ». Harvard Business School Entrepreneurial Management Case No. 812-095, 2013. Pp 1-26. p 02.

³ Krejci M, Strielkowski W. And Cabelkova I. « Factors That influence the success of Small and medium enterprises in ICT : A case study From the Czech Republic », Business : Theory and Practice, Vol 16. N° 02. 2015. Pp 304-315. p 307.

⁴ Kollmann T. Hensellek S. Stoeckmann C. and Julia Kensbock, «European Startup Monitor 2016 », <http://europeanstartupmonitor.com/esm/esm-2016>, ISBN : 978-3-938338-17-9, 2016, p 15.

1. المؤسسات الناشئة أصغر من 10 سنوات.

2. تتميز المؤسسات الناشئة (بدرجة عالية) بتقنيات ونماذج أعمال مبتكرة.

3. المؤسسات الناشئة لديها (تسعى جاهدة لتحقيق) نمو كبير في عدد الموظفين والمبيعات.

كما أكد Steigertahl وآخرون (2018)¹ على أنه: ليس لمصطلح المؤسسة الناشئة

تعريف رسمي، ولكنه يعتمد على ثلاثة معايير، وهي:

1. العمر أقل من (عشر سنوات أو خمس سنوات) حسب القطاع.

2. الابتكار في المنتج، الخدمة أو نموذج العمل.

3. تهدف إلى التوسع (النية لزيادة عدد الموظفين والأسواق التي تعمل فيها).

2-1. تحليل تعريفات المؤسسات الناشئة (المعايير المشتركة ووجهات النظر

العلمية):

لقد كانت المؤسسات الناشئة مجالاً مثيراً للاهتمام بالنسبة للباحثين وصانعي السياسات لعقود من الزمن، ولقد تطورت تعريفاتهم بمرور الوقت لتعكس وجهات النظر المتغيرة والتطورات في هذا المجال، حيث قام باحثون سابقون أمثال Freeman وآخرون (1983) بتصنيف المؤسسات الناشئة بناءً على حداثة وجودها القانوني فقط، فجميع الدراسات تقريباً التي أجريت قبل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين تستخدم كلمة حداثة "جديد" باعتبارها صفة التمييز الرئيسية للمؤسسات الناشئة.

فبالنسبة لـ Keeble (1976)، على سبيل المثال، يعني إنشاء مؤسسة جديدة تماماً لم تكن موجودة سابقاً كمنظمة. وبالنسبة لـ Gudgin (1978)، المؤسسة الجديدة هي المؤسسة التي بدأت الإنتاج لأول مرة، فهي تشمل كلمة جديدة، وبموجب هذه التعريفات كل مؤسسة تم إنشاؤها

¹ Steigertahl L. Mauer R. and Say J-B. «European Start-Up Monitor», European Commission, Report 2018. <http://startupmonitor.eu>. 2018. P 07.

حديثاً في فترة زمنية معينة باستثناء تلك التي تم إنشاؤها بواسطة تغييرات في الإسم أو الملكية أو الموقع أو الوضع القانوني.

ويتطلب تفعيل معيار الحداثة بالضرورة معرفة تاريخ البدء، ويعتبر هذا عادة تاريخ تسجيل المؤسسة ككيان قانوني، كما ينبغي استخدام هذا النهج منذ التسجيل حيث أن سجلات التسجيل يمكن الوصول إليها بسهولة، ومن ثم، فقد تم وضع نقطة فاصلة لكل البلدان المعنية على أساس سنة التأسيس (بناءً على عمر التأسيس) من أجل حرمان المؤسسات من التصنيف على أنها مؤسسة ناشئة.

وفي حين أن الأدبيات السابقة على غرار ما قدّمه Carter وآخرون (1996) تركز على حداثة المؤسسة الناشئة، وتُظهر الدراسات الأكاديمية المعاصرة إجماعاً متزايداً على تصنيف المؤسسة الناشئة على أنها مؤسسة مبتكرة نظراً للمتطلبات المتزايدة التعقيد لكل من الأسواق المحلية والأجنبية، وهو ما ينعكس في التغيير في التعريفات المستخدمة من قبل الباحثين Krejci وآخرون (2015)، Cho وآخرون (2009)، Eisenmann وآخرون (2013) ويحدد هؤلاء الباحثون أن الابتكار يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنمو السريع مع قابلية التوسع. لأنه يولد أرباحاً أعلى بالإضافة إلى المخاطر وعدم اليقين Cho (2009)، Ries (2011).

إن تعريف المؤسسة الناشئة على أساس حداثتها فقط يعكس الاحتياجات الديناميكية للعملاء في السوق الحالية، وضرورة أن تكون مبتكرة، مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات الإضافية، حيث أنه تم تصنيف المؤسسات الناشئة وفقاً لثلاث متغيرات متداخلة: عمر التأسيس، الابتكار والنمو، وتلعب هذه المؤسسات دوراً رئيسياً عندما يتعلق الأمر بخلق المزيد من فرص العمل Kollmann وآخرون (2016)، Steigertahl وآخرون (2018).

3-1. الاستنتاجات من التعاريف: بناءً على جميع التعاريف المذكورة أعلاه، يمكن استنتاج ما يلي:

- المؤسسة الناشئة هي خلق مؤسسة جديدة تمامًا لم تكن موجودة سابقًا كمنظمة.
- يمكن القول إن المؤسسات الناشئة وُجدت لحل المشكلات وتحسين الأوضاع، ومن خلالها يتم اكتشاف الفرص وخلق سلع وخدمات مستقبلية جديدة تعتمد على الابتكار في مجال ريادة الأعمال وتقييمها واستغلالها، حيث يمكنهم جذب أفضل المواهب للعمل معهم ورؤية منتجهم على أنه يغير العالم.
- المؤسسة الناشئة تواجه صعوبات من أجل البقاء، في ظل ظروف شديدة من عدم اليقين.
- تتمتع المؤسسات الناشئة بإمكانية الحفاظ على النمو السريع وقابلية التوسع من خلال الابتكارات المستمرة.
- هناك أربع متغيرات متداخلة تستخدم كمعايير للمؤسسة الناشئة وهي: عمر التأسيس، الابتكار، المخاطر وعدم اليقين، بالإضافة إلى النمو، وضمن هذه العناصر، تم تحديد الابتكار باعتباره عاملاً تمييزياً رئيسياً للمؤسسة الناشئة، والنمو والمخاطر كمتغيرات للنتائج، كما أن عمر التأسيس هو النقطة الفاصلة للمؤسسة الناشئة.

4-1. التعريف المقترح:

استعرضنا في هذه التعاريف الأدبيات الموجودة والمتعلقة بالمؤسسات الناشئة في محاولة لصياغة تعريف شامل لها. فهناك غياب إجماع حول تعريف المؤسسات الناشئة، والحاجة الملحة لتطوير معايير قابلة للقياس لتمييزها، لأنه من مصلحة الحكومات تشجيعها ودعمها، في حين أن هذه التعاريف تضع نقطة فاصلة على أساس عمر التأسيس، فإنها تكشف عن حاجة أكثر أهمية للباحثين لتعريف وقياس الابتكار، بمصطلحات أكثر، مطلقة، عالمية وقابلة للقياس الكمي، كما أن هناك أيضاً حاجة إلى مقياس لتقييم مستوى النمو المرتفع الذي يمكن أن يعزز الطبيعة المبتكرة للمؤسسة الناشئة.

وبعد مراجعة شاملة للأدبيات والتعاريف السابقة، نقترح التعريف التالي للمؤسسة الناشئة:

المؤسسة الناشئة هي المؤسسة التي تشهد نموًا سريعًا في مجالات تكنولوجيا، المعلومات والخدمات ذات الصلة، وذلك بفضل تقديمها منتجات أو خدمات مبتكرة. ويعتمد نجاح المؤسسة الناشئة على أربعة متغيرات مترابطة: عمر التأسيس، الابتكار، النمو ومخاطر عدم اليقين. ويعد الابتكار العامل الأساسي الذي يميز المؤسسة الناشئة، بينما النمو السريع والمخاطر هما نتيجتا الطبيعة المبتكرة لها. حيث تساهم هذه المتغيرات في تعزيز قدرة المؤسسة على التكيف مع بيئة السوق الديناميكية والمتغيرة.

1-5. الفرق بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة:

تنبع المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة من نفس الأساس، لكنها تختلف في العديد من الجوانب الرئيسية على الرغم من أوجه التشابه بينهما، ويمكن اعتبارها مترادفة أو متميزة تمامًا، ومع ذلك، ينشأ التمييز في المصطلحات من هذه الاختلافات.

المؤسسة الناشئة لا تتفوق بأي حال من الأحوال على مؤسسة صغيرة، أو العكس. يمكن أن يكون تأسيس مؤسسة ناشئة أكثر إثارة وأكثر خطورة، وقد يكون لدى أصحاب الأعمال الصغيرة سابقة أكبر للعمل منها، لكننا بالتأكيد لا نستطيع أن نقول إنها أكثر أمانًا، وإن إدارة مشروع تجاري جديد، سواء كان مشروعاً ناشئاً أو غير ذلك، يتطلب دائماً غريزة شديدة تتطلب من رواد الأعمال أن يظلوا يقظين، وأن يتكيفوا مع التغيير، وأن يديروا المخاطر، وفي كلتا الحالتين، فإن مفتاح النجاح، كما هو الحال دائماً، هو الاستعداد جيداً وتحقيق الأهداف العالية¹.

غالبًا ما يتم تصوير المؤسسة الناشئة بشكل خاطئ على أنها مؤسسة صغيرة جديدة، ولكن هناك اختلافات كبيرة في تعريفها، وإن بدء مشروع تجاري صغير ليس بالأمر السهل، حتى عندما تكون هناك أمثلة مماثلة يمكن التعلم منها، إلا أن جعل المؤسسة الناشئة تؤتي ثمارها هو أمر أكثر صعوبة. وفي حين أن المؤسسات الصغيرة تتطلع إلى البدء في توليد الأموال بسرعة، فإن المؤسسات

¹ Davilaa A. Foster G. and Gupta M. « Venture capital financing and the growth of startup firms », Journal of Business Venturing, Vol 18, N° 06, 2003.Pp 689-708. p 690.

الناشئة قد تمر بجولات عديدة من التمويل والاستثمار، وقد تتضمن خططها ميزانية لا تسعى إلى أن تحقق أرباحاً في السنوات القليلة الأولى، إنها تركز بدلاً من ذلك على إنشاء سوق جديدة تماماً أو تعطيل الصناعة واكتساب حصة في السوق بعدما تلعب المؤسسات الناشئة دوراً رئيسياً في عمليات الابتكار¹.

وفيما يلي نستعرض أهم أوجه الاختلاف:

1-5-1. معنى المؤسسات الناشئة:

في معظم الأحيان، تركز المؤسسات الناشئة على النمو السريع والإيرادات العالية، وغالباً ما يتم التعرف عليها لاستخدامها التكنولوجية، وتعتمد عادةً على جمع الكثير من الأموال من المستثمرين الملائكيين² وأصحاب رؤوس الأموال الاستثمارية ومنصات التمويل الجماعي في كل مرحلة من مراحل نموها، وبسبب نموذج التمويل هذا، يمكنها جذب أفضل المواهب للعمل معهم ورؤية منتجاتهم على أنها تغير العالم³.

2-5-1. معنى الأعمال الصغيرة:

إحدى الخصائص الرئيسية للمؤسسات الصغيرة هي حجمها المحدود، مع التركيز على تحقيق عوائد مستقرة وثابتة بدلاً من استهداف النمو السريع، ومع ذلك، يمكن أن يختلف تعريف الأعمال الصغيرة اعتماداً على الصناعة. على سبيل المثال، لا يزال من الممكن اعتبار مؤسسة هندسية تضم مئات الموظفين مؤسسة صغيرة، تماماً مثل مؤسسة تسويق تضم موظفين اثنين فقط، ما يحدد حقاً المؤسسة الصغيرة ليس حجمها، بل موقعها داخل النسيج الصناعي، وتتمتع المؤسسات الصغيرة بمزايا معينة قد لا تتمتع بها المؤسسات الأكبر حجماً والعديد من المؤسسات الناشئة، من

¹ Davilaa A. et al ; 2003. Op. Cit, p 692.

² المستثمر الملائكي هو فرد يقدم الدعم المالي للمؤسسات الناشئة في المرحلة المبكرة مقابل حقوق الملكية أو الديون القابلة للتحويل، وغالباً ما يقدم الإرشاد والتوجيه والاتصالات. يلعبون دوراً حاسماً في مساعدة رواد الأعمال على تأمين رأس المال عندما تكون خيارات التمويل التقليدية غير متاحة.

³ Davilaa A. et al ; 2003. Op. Cit, p 694.

بينها الحماية القانونية التي تحمي اسمها التجاري، بالإضافة إلى أن الأصول الشخصية غير معرضة للأخطار، والمزايا الضريبية المختلفة التي ينبغي أخذها في الاعتبار¹.

6-1. الاختلافات الرئيسية بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة:

لتسليط الضوء على التمييز بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة، من الضروري إدراك ومعرفة أن الابتكار يتم تقييمه بشكل أساسي من خلال البحث أو التطوير أو استخدام التقنيات المبتكرة، وفي معظم الدراسات تم تحديد هذا التركيز على الابتكار باعتباره الاختلاف الرئيسي بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة.

1-6-1. زيادة القيمة:

غالبًا ما يتم دعم المؤسسات الناشئة من قبل مجموعات رأس المال الاستثماري، يتطلب حصول المؤسسات الناشئة على التمويل توضيح توقعات النمو وكيفية زيادة الاستثمار المقترح من قيمة المؤسسة الناشئة، وأن الترويج للشركات المدعومة بالمشاريع يعني عرض نموذج عمل يوضح كيف سيتم تحقيق هذا النمو وكيف يمكن أن يزيد من قيمة المؤسسة الناشئة².

2-6-1. الاستثمار:

المؤسسات الناشئة لديها حاجة أساسية للنمو السريع، وهو مبدأ أساسي متأصل في كيفية تمويلها، وفي كل مرحلة من مراحل نموها، يلزم المزيد من الاستثمار حتى تتمكن من الوصول إلى المستوى التالي³.

3-6-1. هدف السوق:

يعتبر مقياس عدد العملاء مهما جدًا للمؤسسات الناشئة لأنها تشير إلى النسبة المئوية التي تم تحقيقها من السوق المستهدف ومدى احتمال الحصول على حصة أكبر في السوق⁴.

¹ Rupali Shah, « Difference Between Startup And Small Business », Journal of Interdisciplinary Studies, Vol 11, N° 01, Pp 251-254. 2019. p 253.

² Rupali Shah, 2019. Op. Cit, p 253.

³ Rupali Shah, 2019. Op. Cit, p 253.

⁴ Idem.

1-6-4. الربحية:

الربحية ليست بالضرورة بنفس أهمية النمو، لأن الاستثمار ليس شيئاً يجب سداده بنفس الطريقة التي يتم بها سداد القروض التجارية. على سبيل المثال، لم تشهد فيسبوك وتويتر أي أرباح صافية حتى أصبحتا بالفعل شركتين راسختين وخضعتا بالفعل لجولات متعددة من التمويل¹.

1-6-5. المخاطرة وعدم اليقين:

غالبًا ما يتم إنشاء المؤسسات الناشئة بسبب حاجة المؤسس إلى إنشاء شيء جديد، ويمكن أن يكون هذا الشيء الجديد منتجًا جديدًا أو خدمة جديدة أو طريقة جديدة تمامًا لتسويق شيء ما، وهذا يعني أن حجم العمل المطلوب لإنشاء المشروع من لا شيء غالبًا ما يكون أكبر بكثير من حجم العمل المطلوب في مؤسسة صغيرة، وهذا ما يجعل ارتفاع معدلات المخاطرة لدى المؤسسات الناشئة نتيجة عدم اليقين مقارنة بالمؤسسات الصغيرة، كما يمكن للمؤسسات الصغيرة أن تتحمل أيضًا قدرًا لا بأس به من المخاطر من خلال القيام بعملها، ولكن المخاطرة الموجودة مختلفة. فمعظم أصحاب الأعمال الصغيرة لا يقومون بإنشاء شيء جديد².

تعمل المؤسسات الصغيرة عادةً بنموذج أعمال راسخ وثابت، أو تركز على تحسينه، ونظرًا لأن هدفها الأساسي ليس النمو السريع، فغالبًا ما تكون الفترة الزمنية للنجاح أطول بكثير، لأن المؤسسات الصغيرة يمكنها تحمل اتباع نهج أبطأ وأكثر تدريجياً للوصول إلى أهدافها، على عكس المؤسسات الناشئة التي لا يمكنها اتباع هذا النهج³.

1-6-6. التمويل:

لا تحتاج المؤسسات الصغيرة إلى إظهار مثل هذه التوقعات الحادة للإيرادات لأنها لا تقترب من أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة الذين يتمثل اهتمامهم الوحيد في زيادة الثروة الاستثمارية، لذا فإن معظم تمويلهم يأتي من قروض الأعمال الصغيرة من البنك أو من مقرضين آخرين، ونظرًا لأن المؤسسات الصغيرة لا تخطط عادةً للتوسع بنفس طريقة المؤسسات الناشئة، فلن تكون هناك حاجة إلى جولات إضافية من التمويل أيضًا⁴.

¹ Rupali Shah, 2019. Op. Cit, p 254.

² Idem.

³ Rupali Shah, 2019. Op. Cit, p 254.

⁴ Rupali Shah, 2019. Op. Cit, p 254.

المبحث الثاني: دورة حياة المؤسسات الناشئة وتحديات الانتقال من بدء التشغيل إلى التوسع

المؤسسات الناشئة هي شركات حديثة الولادة لها دورة حياة تكافح خلالها من أجل البقاء، يتم تشكيل هذه الكيانات في الغالب بناءً على أفكار مبتكرة وتنمو لتحقيق النجاح، لتواجه مجموعة من التحديات.

1-2. دورة حياة المؤسسات الناشئة

إن المؤسسات الناشئة متنوعة ومعقدة بطبيعتها، ولهذه الكيانات دورة حياة متميزة خاصة بها، ولقد تطورت الأبحاث حول دورة حياة المؤسسات الناشئة في السنوات القليلة الماضية، وبما أنّ تسلسل الأنشطة والمراحل قد يختلف بين المؤسسات الناشئة المختلفة، سوف نحاول أن نقدم منظور شمولي لفهم أفضل لدورة حياة المؤسسات الناشئة.

1-1-2. مرحلة التمهيد:

في هذه المرحلة المبكرة جدًا، يبدأ رائد الأعمال بنفسه مجموعة من الأنشطة لتحويل فكرته إلى مشروع تجاري مربح، وبالرغم من وجود معدلات عالية من المخاطرة وعدم اليقين، فإن رائد الأعمال يواصل العمل على فكرة المشروع الجديد، ويشكل فريقًا، ويستخدم الأموال الشخصية، ويطلب من أفراد العائلة والأصدقاء استثمارهم في الفكرة، وهذا ما يتم تعريفه أحيانًا على أنه طرق مبتكرة للغاية للحصول على استخدام الموارد دون الاقتراض¹.

الغرض من هذه المرحلة هو وضع المشروع في موضع النمو من خلال إظهار جدوى المنتج، وقدرة الحصول على الموارد والاستفادة منها، وبناء الفريق وإدارته، وقبول العملاء، وعلاوة على ذلك، من المرجح أن يستثمر المستثمرون الملائكيون في هذه المرحلة².

¹ Freear J. SohlJeffrey E.and Wetzal W, « **Angles on angels: Financing technology-based ventures - a historical perspective** », Venture Capital, Vol 04, N° 04, 2002.Pp 275 – 287, p 277.

² Brush Candida G.Carter Nancy M. Gatewood Elizabeth J.Greene Patricia G. and Harth Myra M. « **The Use of Bootstrapping by Women Entrepreneurs in Positioning for Growth** », Venture Capital, Vol 08, N° 01, 2006, Pp 15 – 31, p 17.

2-1-2. مرحلة البذور:

بعد مرحلة التمهيد يدخل المؤسس في مرحلة جديدة وهي مرحلة البذور، كما يعتبر بعض المفكرين والكتاب أن عملية التمهيد هي مرحلة بدء التشغيل، ويعتقد البعض الآخر أن المؤسسات الناشئة هي المرحلة المبكرة من أي عمل تجاري أو مشروع أو مشروع نشاط ريادي حتى يتحول إلى مؤسسة. وأن مرحلة الإنشاء تعرف بالفترة ما بين ولادة فكرة العمل حتى لحظة تحقيق الأرباح المستدامة¹.

تتميز هذه المرحلة بالعمل الجماعي، وتطوير النماذج الأولية، ودخول السوق، وتقييم المشروع، والبحث عن آليات الدعم مثل المسرعات والحاضنات، والاستثمارات المتوسطة لتنمية المؤسسة الناشئة. فبالنسبة لمعظم المؤسسات الناشئة، تعتبر المرحلة التأسيسية في حالة من الفوضى ويتم تفسيرها على أنها غير مؤكدة إلى حد كبير².

كما تتميز مرحلة التأسيس برأس المال الأولي الذي يتم استخدامه للقيام بالمنتج أو الخدمة، وبالتالي، يسعى المؤسس إلى إيجاد آليات دعم مثل المسرعات والحاضنات ومراكز تطوير الأعمال الصغيرة والمفرخات لتسريع العملية، أين يفشل عدد كبير من المؤسسات الناشئة في هذه المرحلة، نظراً لأنهم لم يتمكنوا من العثور على آليات الدعم، وفي أفضل الأحوال سيلجؤون إلى مؤسسة منخفضة الربح مع معدل نجاح منخفض، ومن ناحية أخرى، فإن أولئك الذين ينجحون في الحصول على الدعم سيكون لديهم فرصة أكبر في أن يصبحوا شركات مربحة، وباختصار فإن التقييم يتم عادةً في نهاية هذه المرحلة³.

3-1-2. مرحلة الإنشاء:

تحدث مرحلة الإنشاء عندما تباع المؤسسة منتجاتها، وتدخل السوق، وتقوم بتعيين الموظفين الأوائل⁴. ويرى بعض المفكرين والكتاب أن ريادة الأعمال تتوقف عندما تنتهي مرحلة

¹ Freear J. et al; 2002. Op. cit, p 278.

² Aidin S. « New Venture Creation: Controversial Perspectives and Theories », University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship, Tehran, Iran, Economic Analysis, Vol. 48, N°03-04, 2015, Pp 101-109, p 102.

³ Salomon V. « Emergent models of financial intermediation for innovative companies : from venture capital to crowdfunding platforms in Switzerland », Venture Capital, Vol 18, N°01, 2016. Pp 21-41, p 22.

⁴ Aidin S. 2015, Op. cit.p103.

الإنشاء وتتحدد المراحل التالية من نمو وتطور المشروع بشكل أساسي، وهذا يدعم الحجة القائلة بأن معظم النظريات الخاصة بالمؤسسات الناشئة مستعارة من نظريات ريادة الأعمال وليس نظريات الإدارة والتنظيم، وفي نهاية هذه المرحلة يتم تشكيل المنظمة أو المؤسسة ويعتبر تمويل المؤسسات هو الخيار الرئيسي لتمويل المؤسسة، ويمكن لرؤوس الأموال الاستثمارية أن تسهل مرحلة الإنشاء، من خلال تمويل المشروع¹.

2-2. تحديات المؤسسات الناشئة

من الطبيعي أن تواجه المؤسسات الناشئة الكثير من التحديات أثناء نموها وتطورها، وقد تنشأ بعض هذه التحديات خلال قيام مؤسسي المؤسسة الناشئة بعملية توليد الفكرة الابتكارية، والبحث عن نموذج عمل قابل للتطبيق، واكتساب قوة جذب العملاء، وبناء فريق قوي، وإنشاء مؤسسة ناجحة، ومعظم التحديات فريدة من نوعها، ويختلف مدى تأثيرها على المؤسسات الناشئة، ومن بين التحديات الرئيسية والهامة نذكر ما يلي:

1-2-2. التحديات المالية:

يعد التمويل جزءاً لا يتجزأ من عملية بدء التشغيل، وأي مؤسسة ناشئة ستواجه تحديات مالية لعدة أسباب وعلى مراحل مختلفة. على سبيل المثال، أثناء قيام المؤسس بالتفاوض مع أفراد العائلة والأصدقاء لإقناعهم بالاستثمار في فكرته، فهو يستثمر في المؤسسة، وبما أن الفكرة في مراحلها الأولى، فقد يحتاج إلى المزيد من المال لتوسيعها. بعد ذلك، في مرحلة التأسيس، يجب على المؤسس البحث عن مستثمرين ملائكيين وإقناعهم بخطط تقييم معقولة. وبعد ذلك، في مرحلة الإنشاء، يجب على المؤسس إعداد خطة مع المستندات الداعمة للاستفادة من رأس المال الاستثماري².

¹ Ogorelc A. « Higher Education In Tourism : An Entrepreneurial Approach », The Tourist Review - Vol 54, N° 01, 1999. Pp 51-60. P 53.

² Vlado C. and Chatzinikolaou D. « The Multiple Perception Of Innovation : The Case Of Micro And Small Enterprises In The Region Of Eastern Macedonia And Thrace », Journal of Entrepreneurship, Business and Economics, Vol 07, N° 01, 2019, Pp 17-41, p31.

2-2-2. الموارد البشرية:

تبدأ المؤسسات الناشئة عادةً بمؤسس واحد أو بعض المؤسسين المشاركين، ومع مرور الوقت، يحتاج المؤسس إلى المزيد من الخبراء لتطوير النموذج الأولي، وما إلى ذلك. ومن ثم، يتعين على رائد الأعمال التفاوض مع الأشخاص، وتكوين فريق، وأخيراً تعيين موظفين. حيث تعتبر هذه العملية بالغة الأهمية لتحقيق النجاح، وإذا كان المؤسس يفتقر إلى المعرفة الكافية بالمجال، فقد تفشل المؤسسة الناشئة بسبب مشكلات إدارة الموارد البشرية¹.

3-2-2. آليات الدعم:

هناك عدد من آليات الدعم التي تلعب دوراً هاماً في دورة حياة المؤسسات الناشئة. تشمل آليات الدعم هذه، المستثمرين الملائكيين، والمفرخات، والحاضنات، ومجمعات العلوم والتكنولوجيا، والمسرعات، ومراكز تطوير الأعمال الصغيرة، ورؤوس الأموال الاستثمارية، وما إلى ذلك. ويؤدي عدم الوصول إلى آليات الدعم هذه إلى زيادة خطر الفشل².

4-2-2. العناصر البيئية:

تأثير العناصر البيئية مهم جداً بالنسبة للمؤسسات الناشئة، فالعديد من المؤسسات الناشئة تفشل بسبب عدم الاهتمام بالعناصر البيئية، مثل الاتجاهات الحالية، والمتمثلة في القيود على مستوى الأسواق، والمسائل القانونية، وما إلى ذلك. وفي حين أن البيئة الداعمة تسهل نجاح المؤسسات الناشئة، إلا أن البيئة المؤذية ما يمكن أن تنتجها سوى الفشل، وتعد بيئة المؤسسات الناشئة أكثر صعوبة وأهمية من بيئة المؤسسات القائمة³.

¹ Salamzadeh Aidin, Op. cit. pp104- 105.

² Salamzadeh Aidin, A. Kirby David, « **New Venture Creation : How Start -UpsGrow ?** », AD-minister N°. 30 january-june, Universidad EAFIT Medellín, Colombia, · ISSN 1692-0279, 2017, pp. 9-29, pp 20-21.

³ BrutonG. D, Rubanik Y, « **Resources of the firm, Russian high-technology startups, and firm growth**», Journal of Business, Vol 17, N°06, Pp 553 – 576, 2002.p 556.

5-2-2. تحديات الانتقال في الابتكار من مرحلة بدء التشغيل الى مرحلة النمو:

تواجه المؤسسات الناشئة العديد من تحديات النمو أثناء الانتقال من مرحلة بدء التشغيل إلى مرحلة التوسع، والتي تؤثر على المؤسسات الناشئة خلال هذه المرحلة الحاسمة، خاصة مع وجود علاقة بين دوافع زيادة الاعمال والنظام البيئي للمؤسسات الناشئة، وقدرتها على التكيف الاستراتيجي لمواجهة تحديات النمو. من أهم هذه التحديات مرحلة انتقال المؤسسة الناشئة من مرحلة البدء إلى التوسع بتحول كبير في الذهنية والعملية، وتتطلب هذه المرحلة استثمارات استراتيجية في التكنولوجيا والتسويق والموظفين، مما يستلزم في كثير من الأحيان الاستعانة بمصادر خارجية لبعض الأنشطة للحفاظ على التركيز على الأنشطة الأساسية. والاهم من ذلك، يتطلب الأمر تطوير خطة استراتيجية طويلة المدى يحدد بوضوح الأهداف والأساليب والجدول الزمني ومعايير قياس النجاح¹.

وتتعلق فعالية نموذج الأعمال بالأنشطة التنظيمية المترابطة التي تولد القيمة، كما يمكن أن يتعلق نموذج العمل بالمؤسسة بأكملها أو قطاعات محددة، مثل قسم أو مشروع، ويتطور هذا النموذج مع نمو المؤسسة بهدف الوصول إلى السوق على نطاق واسع من أجل الاستدامة. ويتمثل التحدي الكبير في هذا التحول في تحقيق التوازن اللازم للنمو الناجح، كما يتضح أن معظم المؤسسات الجديدة تفشل في التحول بنجاح على الرغم من تطوير المنتجات وتسويقها، فإن مفتاح التغلب على هذا التحدي هو عوامل بعينها، من قبيل الهيكل التشغيلي الفعال، وتنمية المواهب القوية، والثقافة التنظيمية القوية، والقيادة الفعالة، والمواءمة الاستراتيجية الواضحة².

غالبًا ما يؤدي توسع المؤسسات الناشئة والوصول إلى الأسواق الدولية والموارد الجديدة، إلى وجوب إتباع استراتيجيات التوسع الدولي السريع وإدارة التعقيدات المتزايدة، وينطوي هذا التعقيد

¹ Piaskowska D., Tippmann E. and Monaghan S. « **Scale-up modes : Profiling activity configurations in scaling strategies** », Long Range Planning, DOI :[10.1016/j.lrp.2021.102101](https://doi.org/10.1016/j.lrp.2021.102101), Pp 01-17. 2021.p 04.

² McDonald R. M. and Eisenhardt K. M, « **Parallel play : Startups, nascent markets, and effective business-model design** »,Administrative Science Quarterly, Vol 65, N° 02, Pp 483–523. 2020. p 488.

على التنقل في بيئات قانونية وتنظيمية متنوعة والحفاظ على القدرة التنافسية العالمية من خلال مراقبة الاتجاهات التكنولوجية بشكل مستمر، وتطوير حلول مبتكرة، والاستجابة بشكل تكيفي لاحتياجات العملاء¹.

3-2. محفزات النظام البيئي على قدرات الابتكار للمؤسسات الناشئة

إن القدرة على التكيف والتغيير في المشهد الديناميكي للمؤسسات الناشئة، يستحق الأسس التي تحفز الابتكار وتتغلب على التحديات التي تركز على النمو، ومن أهم هذه الأمور تحفيز ريادة الأعمال. تاريخياً، ربما يكون قطاع الأعمال قد قلل من الحافز إلى مجرد التطلعات المالية، ومع ذلك، فإن مجال ريادة الأعمال يقدم صورة أكثر دقة، مما يشير إلى أن دوافع ريادة الأعمال لا تكمن جذورها في المكاسب المالية فقط، بل تنبع من شغف عميق بالابتكار، والرغبة في سد فجوات السوق، والالتزام بإحداث تغيير إيجابي، والتي يفترض أن هذه الدوافع متعددة الأبعاد تدفع الابتكار بشكل مباشر.

1-3-2. التأثير الإيجابي لدافع ريادة الأعمال على قدرات الابتكار للمؤسسة الناشئة.

مما لا شك فيه أن نجاح المؤسسات الناشئة وانتقالها إلى النمو السريع يتأثر بشكل كبير بالنظام البيئي الذي أُنشئت وتعمل فيه، فالنظم البيئية للمؤسسات الناشئة هي هياكل تضم رواد الأعمال والمؤسسات والعمليات المترابطة من خلال العلاقات والروابط الرسمية وغير الرسمية، تهدف إلى دعم إنشاء المؤسسات الناشئة وتطويرها. كما تلعب المؤسسات، مثل الجامعات والمستثمرين والمؤسسات الكبيرة والهيئات الحكومية، أدواراً مختلفة في إنشاء المؤسسات الناشئة وتشغيلها، ويلعب ملائكة الأعمال والمستشارون وغيرهم من رواد الأعمال أيضاً دوراً حاسماً من خلال تنظيم اجتماعات ومؤتمرات مختلفة، على المستويين الوطني والدولي. ويجب أن تعمل كل هذه

¹ Tatarinov K. and Ambos T. C., « Innovation for Impact : An International Business Perspective on Transforming the United Nations », AIB Insights, Vol 22, N° 02, Pp 1–6. 2022.p 03.

العناصر كنظام بيئي متعاون لتعزيز إنشاء مؤسسات ناشئة ناجحة، في نظام بيئي يتميز بالتعقيد والتحديات المتطورة باستمرار¹.

أدى نجاح المؤسسات الناشئة في العديد من البلدان إلى تحولات في السياسات، وتتبنى الحكومات الآن موقفاً أكثر استباقية في دعم هذه الكيانات، وتوفير المزيد من الحوافز، مثل الإعفاءات الضريبية والمنح، كل هذا مصمم لتشجيع ريادة الأعمال وتسهيل إنشاء ونمو المؤسسات الناشئة، بالإضافة إلى ذلك، توفر الحكومات سهولة الوصول إلى رأس المال والمعرفة والاتصالات من خلال برامج الإرشاد، وعلاوة على ذلك، تُنقذ الحكومات تدابير لحماية المؤسسات الناشئة من الممارسات المفترسة، بما في ذلك القوانين واللوائح التي تحمي المؤسسات من المنافسة غير العادلة والاحتكارات، كما أن النظم البيئية الناجحة للمؤسسات الناشئة هي أيضاً غنية بالمعلومات، حيث يمكن للأفراد الوصول إلى معلومات حول احتياجات العملاء الجدد، والتقنيات الناشئة، وتوافر المكونات والآلات، وما إلى ذلك. بالإضافة إلى مقدمي الخدمات، مثل المحامين والمحاسبين ومستشاري الأعمال، مما يفيد مجتمع ريادة الأعمال بشكل كبير، ومن الأهمية بما كان أن يتم جذب رواد الأعمال الناجحين السابقين لمواصلة مشاركتهم وإعادة استثمار ثرواتهم وخبراتهم في تعزيز أنشطة ريادة الأعمال، وهو مفهوم يشار إليه باسم إعادة تدوير ريادة الأعمال².

وتناول Lafuente وآخرون (2020) الموضوع من منظور دورة الحياة التنظيمية، مؤكدين أن المؤسسات الناشئة غالباً ما تخضع لسلسلة من مراحل الأداء المتوقعة أثناء نموها، كما يشيرون أيضاً إلى أن البيئة الحاضنة قادرة على تسهيل التحويلات بين هذه المراحل، وضمان الحفاظ على الزخم الإبداعي وعدم كبحه بسبب التحديات المرتبطة بالنمو، وأنه من الضروري أن تتلقى المؤسسات الدعم في مراحل تطورها اللاحقة، خاصة عند مواجهة تحديات النمو. ومع تحول هذه

¹ Grilo A, Agueda A, Zutshi A and Nodehi T, « **Relationship between investors and European startup Ecosystems builders** », Paper presented at 2017 International Conference on Engineering, Technology and Innovation (ICE/ITMC), Madeira Island, Portugal, June 27–29, pp. 538–550.2017. p 539.

² Mason C. and Brown R., « **Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship** », Final Report to OECD, Paris, 30. 77.102, Pp 01-28. 2014. p 10.

المؤسسات الناشئة إلى شركات قابلة للتوسع، تصبح المظلة الواقية للبيئة المواتية ذات أهمية قصوى¹.

2-3-2. التأثير الإيجابي للنظام البيئي على تحديات المؤسسة الناشئة للانتقال من مرحلة بدء التشغيل إلى مرحلة التوسع.

يرى Lichtenstein وآخرون (2001) أن الابتكار هو نظام يمكن، بل ويجب، إدارته تمامًا مثل أي وظيفة تشغيلية أخرى في الأعمال التجارية، وفي حين تلعب العوامل الداخلية، مثل الثقافة التنظيمية دوراً حيوياً، فإن البيئات الخارجية التي تشجع التعاون وتبادل المعلومات والمخاطرة يمكن أن تعزز القدرات الابتكارية إلى حد كبير². كما قام Lichtenstein وآخرون (2001) بدراسة هذا الموضوع من وجهة نظر دورة الحياة التنظيمية، وأكدوا على أن المؤسسات الناشئة غالباً ما تخضع لسلسلة من مراحل الأداء التي يمكن التنبؤ بها أثناء توسعها، ووفقاً لدراساتهم، فإن البيئة الداعمة يمكن أن تسهل التحول بين هذه المراحل، مما يضمن الحفاظ على الزخم الابتكاري وعدم عرقلة العقبات المرتبطة بالنمو.

وفي دراسة أكثر تعقيداً لـ Zaidi وآخرون (2023) بحثت في هذه العملية، وسلطت أبحاثهم الأخيرة الضوء على أن المؤسسات الناشئة التي تزدهر في بيئات استباقية ومغذية تميل إلى دفع حدود الابتكار إلى أبعد من ذلك، وأكدت هذه الدراسة على التأثير الإيجابي للنظام البيئي على

¹ Lafuente E., Zoltan J. Acs, Sanders M. and László Szerb, «The global technology frontier : productivity growth and the relevance of Kirznerian and Schumpeterian», Entrepreneurship, Small Bus Econ, Vol 55, Pp153–178, 2020, p 172.

² Lichtenstein B, Bergmann M., and Brush C. G., « How do “resource bundles” develop and change in new ventures ? A dynamic model and longitudinal exploration », Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 25, N° 03, Pp 37–58, 2001. p 40.

قدرات الابتكار لدى المؤسسات الناشئة، مما يؤكد التآزر الأساسي بين النظام البيئي الملائم وازدهار الابتكار داخل المؤسسة¹.

2-3-3. التأثير الإيجابي للنظام البيئي على قدرات الابتكار لدى المؤسسات الناشئة

أكد Aghion وآخرون (2005) على الوظيفة الحاسمة للنظام البيئي الداعم في تعزيز الابتكار، وهو العامل الوحيد الذي يجب أخذه في الاعتبار، وتم تسليط الضوء على أن التوجه الاستراتيجي للمؤسسة الناشئة هو بمثابة الأساس الذي يمكن بناء الابتكار عليه، وأن التركيز على العلاقة بين استراتيجيات المؤسسة وقدراتها المتأصلة ومتطلبات السوق يوفر صورة شاملة للابتكار، فلا ينظر إليه على أنه مجرد عمل إبداعي منفرد، بل هو أداء منسق بعناية يشمل القرارات والموارد والعوامل الخارجية، وتعمل هذه الفكرة كحلقة وصل تربط بين العوامل الخارجية وعمليات صنع القرار الداخلية والتوجهات الإستراتيجية².

وبالانتقال من منظور واسع إلى تركيز أكثر تحديداً، وبينما تمهد النظم البيئية الخارجية البيئة الملائمة، فإن الاستراتيجيات الداخلية هي التي تنظم الإجراءات المبتكرة، إلا أن استراتيجيات الأعمال التقليدية غالباً ما تفشل في مجال المؤسسات الناشئة الذي لا يمكن التنبؤ به. وبدلاً من ذلك، فإن الاستراتيجيات القابلة للتكيف والتعديل والمتقبلة لتقديم الملاحظات تميل إلى تحقيق أداء أفضل، ومثل هذه الاستراتيجيات المستندة إلى مبادئ المؤسسات الناشئة، يتمكن رواد الأعمال من تحسين منتجاتهم باستمرار لتلبية متطلبات السوق³.

¹ Zaidi R. A., Muhammad Majid K., Aamir Khan R, Bahaudin G M., « **Do entrepreneurship ecosystem and managerial skills contribute to startup development ?** », South Asian Journal of Business Studies , Bingley, Vol 12, N° 01, Pp 25-53. 2023.

² Aghion P., Bloom N., Blundell R., Griffith R. and Peter Howitt. « **Competition and Innovation : An Inverted-U Relationship** », The Quarterly Journal of Economics, Vol 120, N°02, Pp 701–28. 2005. p 702.

³ Bocken N. and Snihur Y., « **Lean Startup and the business model : Experimenting for novelty and impact** », Long Range Planning, Vol 53, N° 04, Pp 01-27. 2020. p 07.

4-3-2. التأثير الإيجابي للقدرة على التكيف الاستراتيجي على قدرات الابتكار لدى المؤسسات الناشئة

إن الاستراتيجيات الفعالة يمكنها الاستفادة من العوامل الخارجية والقدرات الداخلية لدفع الابتكار وتحفيزه، وتعد هذه الفكرة كعنصر أساسي لنجاح ريادة الأعمال، حيث أن الرحلة التحويلية لمؤسسة ناشئة بالتنقل إلى مرحلة التوسع هي عبارة عن شبكة معقدة من العقبات التي تتطلب استراتيجيات قوية وقابلة للتكيف، وبالأستناد إلى الأبحاث التي أجراها Grath Mac وآخرون (2001)، فمن الواضح أنه في مثل هذه المراحل، تعد استراتيجيات الأعمال التي تعطي الأولوية للسرعة أمرًا بالغ الأهمية، وتعمل هذه الاستراتيجيات بمثابة بوصلات ملاحية توجه المؤسسات عبر الموجات المضطربة من التوسع والنمو، بدلاً من كونها مجرد أدوات. وللتوسع في هذا الأمر، من الأهمية بمكان أن ندرك أنه لا ينبغي التعامل مع الاستراتيجيات باعتبارها نموذجًا واحدًا يناسب الجميع، فمع تطور المؤسسات الناشئة، يجب أن تتطور استراتيجياتها أيضًا، وأن الإستراتيجية تتجاوز مجرد التخطيط طويل المدى، بل يجب أن تتضمن تحديد الأنماط الناشئة والتكيف معها ووفقًا لذلك يحمل مثل هذا الموقف التكيفي وزنًا كبيرًا للمؤسسات الناشئة، خاصة عند التنقل في الأسواق المتقلبة حيث يمكن للقدرة على التكيف أن تحدد الفرق بين الازدهار والانهيار، والخروج أكثر عن التفكير الاستراتيجي التقليدي¹.

يدعو Mintzberg (1998)، من خلال عمله الأساسي حول معضلة المبتكر، إلى فلسفة التعطيل، ففي بعض الأحيان، لا يتعين على المؤسسات إعادة النظر في عملياتها القائمة فحسب، بل يتعين عليها أيضًا تعطيلها أو حتى تعطيل الأسواق التي تعمل فيها لتحقيق النمو والابتكار، وأن احتضان التعطيل هو فكرة قادرة على مواجهة جمود الأعمال بشكل فعال، وعلى الرغم من كونها متناقضة، وتمكين المؤسسات من صياغة مسارات جديدة نحو النمو، سوف تظهر صورة متماسكة تتطلب استراتيجيات الأعمال الفعالة، لا سيما خلال المرحلة الحرجة من التوسع، أين يظهر مزيج متماسك من خفة وسرعة الحركة، والتعرف على الأنماط التكيفية، والدافع الجريء نحو التعطيل،

¹ MacGrath, Rita Gunther R. and Ian MacMillan. «The Entrepreneurial Mindset : Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty », Boston : Harvard Business Press, vol 26, N° 03, Pp 457-459. 2001. P 459.

يضع هذا الفهم، المركب الأساسي لتسليط الضوء على الدور المحوري لاستراتيجيات الأعمال الماهرة في التغلب على العقبات المتعلقة بالنمو¹.

5-3-2. التأثير الإيجابي للقدرة على التكيف الاستراتيجي على تحديات المؤسسات الناشئة من مرحلة البدء إلى مرحلة التوسع.

يتطلب فهم الديناميكيات الدقيقة داخل النظام البيئي للمؤسسات الناشئة استكشافاً شاملاً لكل من العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات الرئيسية، كما تتعمق في التأثيرات المباشرة لمختلف العناصر على قدرات الابتكار وتحديات تحول النمو، ولقد تم الاعتراف بمجال الابتكار منذ فترة طويلة باعتباره سيفاً ذو حدين. فمن ناحية، يمكن للقدرة على الابتكار أن تكون بمثابة آلية قوية للمؤسسات الناشئة لتمييز نفسها، وتقديم عروض قيمة فريدة من نوعها، وضمان الاستمرارية على المدى الطويل. كما أن الابتكار يمكّن المؤسسات من تعطيل توازنات السوق الحالية، وبالتالي الاستفادة من المزايا التنافسية. ومع ذلك، من ناحية أخرى، تؤدي القدرات المتزايدة على الابتكار إلى زيادة مستويات عدم اليقين، فكلما كانت الفكرة أو المنتج أكثر حداثة، قل التوجيه لتحديد مدى ملاءمته للسوق أو مدى استقباله، كما أن نفس قدرات الابتكار التي تزودهم بميزة تنافسية يمكن أن تؤدي أيضاً إلى تعقيدات في مجالات معينة، مثل قابلية التوسع في الإنتاج، السوق والتنظيم².

وعلى الرغم من هذه التحديات، يظل الابتكار حافزاً حاسماً للنمو، ويمكن للأنشطة المبتكرة أن تعزز الميزة التنافسية للمؤسسة، مما يسمح لها بالحصول على أسعار متميزة، أو العمل بشكل أكثر كفاءة، أو المشاركة في قطاعات فريدة من نوعها في السوق. ولقد تم توثيق العلاقة بين الابتكار ونمو المؤسسات الناشئة مراراً وتكراراً، مما يكشف أن المؤسسات التي تؤكد على الابتكار المستمر

¹ Marcel Herbst, « Henry Mintzberg The Rise and Fall of Strategic Planning », Article in Tertiary Education and Management, Vol 04, N°02, Pp 153-157, 1998. P 157.

² Michael L. T. and Anderson P., « Technological Discontinuities and Organizational Environments », Administrative Science Quarterly, Vol 31, N° 03, Pp 439-465, 2018. Pp 444-445.

غالباً ما تتمتع بمسارات النمو المستدام. علاوة على ذلك، لا يقتصر النمو القائم على الابتكار على تقديم منتجات أو خدمات جديدة فحسب، بل يتعلق أيضاً بإعادة تعريف العمليات التجارية، وتحسين تجارب العملاء، وحتى إعادة صياغة المفاهيم الكاملة لنماذج الأعمال. ومن خلال تنمية ثقافة الابتكار، لا تستطيع المؤسسات الناشئة التكيف مع ديناميكيات السوق دائمة التطور فحسب، بل يمكنها أيضاً تشكيل هذه الديناميكيات بشكل استباقي، وترسيخ نفسها كقائدة في السوق وليس مجرد أتباع، ولقد وُجدت علاقة إيجابية كبيرة بين أنشطة الابتكار والنمو اللاحق في المؤسسات الناشئة¹.

وفي سياق المؤسسات الناشئة التي تهدف إلى التوسع، فإن امتلاك قدرات الابتكار ليس أمراً اختياريًا فحسب بل إنه ضروري، وبينما تستكشف المشاريع الناشئة مناطق مجهولة، فإن ابتكارها يعد أمراً أساسياً للتغلب على العقبات العديدة التي تواجهها، وخلق فرص جديدة في السوق، والاستجابة بفعالية لسلوكيات الأسواق. مما يوضح أن التقنيات الجديدة على غرار الذكاء الاصطناعي، يمكن أن تساهم في النمو وتعزيز الابداع في المؤسسات الناشئة من خلال ابتكار المنتجات، ورغم التعقيدات والتحديات التي يفرضها الابتكار، كما تم توضيحه سابقاً، فإن دوره كمحرك رئيسي للنمو يظل لا جدال فيه بالنسبة للمؤسسات الناشئة التي تهدف إلى التوسع، لذلك فإن تعزيز قدراتها الابتكارية والاستفادة منها بشكل فعال يصبح استراتيجية حاسمة لتحقيق النجاح².

¹ McKelvie A, Brattström A and Wennberg K. « **How young firms achieve growth : Reconciling the roles of growth motivation and innovative activities** », Small Business Economic, Vol 49, N° 02, Pp273–293. 2017. Pp 281-282.

² Rosenbusch N, Brinckmann J. and Bausch A., « **Is innovation always beneficial ? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs** », Journal of Business Venturing, Vol 26, N° 04, Pp 441–457. 2011.Pp 445-446.

المبحث الثالث: ابتكار نموذج الأعمال في المؤسسات الناشئة

إن نماذج الأعمال تهتم تقليدياً بإنشاء القيمة على مستوى المؤسسة والاستحواذ عليها، وأن ابتكار نموذج الأعمال يميز المؤسسات الناشئة بالحدثة في عرض القيمة للعملاء وإعادة التأطير المنطقي وإعادة التشكيل الهيكلي للشركات، ويعتمد ابتكار نموذج الأعمال، الذي يتضمن تصميم نظام نشاط معدل أو جديد، على إعادة توحيد موارد المؤسسة وشركائها، ولا يتطلب استثمارات كبيرة في البحث والتطوير، ويجب أن تهتم المؤسسات الناشئة بابتكار نماذج الأعمال لأن هذه الميزة توفر للمؤسسة الفرصة لمعالجة المشكلة وأوجه القصور في حجمها.

3-1. نماذج الاعمال في المؤسسات الناشئة:

تتمتع هذه المؤسسات الصغيرة التي تتميز بنموذج أعمال مبتكر للغاية وقابل للتطوير، بإمكانية تطوير نفسها والوصول إلى ما نسميه المؤسسات الناشئة وحيدة القرن، وهي شركات تقدر قيمتها بأكثر من مليار دولار أمريكي¹.

إضافة إلى المؤسسات الناشئة، غالباً ما يواجه رواد الأعمال الذين يقفون وراء هذه المشاريع تحديات يتعين عليهم حلها من أجل الحفاظ على نمو شركتهم مالياً، وترتبط بعض الصعوبات الرئيسية التي يواجهها رواد الأعمال عند تنفيذ أعمالهم بالحاجة الملحة إلى القدرة على التكيف مع بيئة سريعة التغير، وعدم وجود مبادئ توجيهية لتنفيذ التغيرات، ونقص المعرفة والعمليات اللازمة للتكيف أو تحويل نموذج أعمالهم، ونقص الموارد اللازمة لمواكبة أحدث التطورات في مجال ابتكار نماذج الأعمال، فمن غير المألوف أن يواجه رواد الأعمال أيضاً مشكلات تتعلق بنموذج الأعمال بمرور الوقت، ونتيجة لذلك غالباً ما يبحثون عن طرق لتحسين أو استبدال نموذج الأعمال الحالي من خلال عملية تسمى ابتكار نموذج الأعمال. وقد اكتسبت هذه العملية أهمية أكبر في الأدبيات وبين المؤسسات على مدى السنوات الماضية بسبب أهميتها في دعم المؤسسات لإيجاد طرق جديدة

¹ Smit S., Fragidis G., Handschuh S. and Koumpis A., « **Business Model Boutique : A Prêt-à-Porter Solution for Business Model Innovation in SMEs** », 17th Working Conference on Virtual Enterprises (PRO-VE), Oct 2016, Porto, Portugal, Pp.579-587, 2016.p 587.

لممارسة الأعمال التجارية من خلال تجريد نموذج الأعمال في بعض الأحيان والذي لن يكون في البداية مرتبطاً بنفس المجال الذي ترتبط به المؤسسة¹.

2-3. تعريف الابتكار:

تعود أصول البحث في مجال الابتكار في العلوم التنظيمية إلى شومبيتر، (Schumpeter) الذي يعتبر "أبو الابتكار"². وكما يتم الإشارة إليه، فإن مساهمة شومبيتر الرئيسية هي اعتبار أن الاقتصاد الرأسمالي ليس مستقرًا ولكنه بدلاً من ذلك يقدم الابتكارات بانتظام، وبالتالي فهو ديناميكي. ويعتبر هذا العمل أولي في الابتكار ومنه انطلقت معظم الأبحاث الأخرى، فقامت مجموعة كبيرة من المؤلفات بدراسة الابتكار، ونظرًا للعدد الكبير من التعريفات، سعت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) إلى إيجاد توافق مشترك ونشرت الطبعة الثالثة من دليل أوصلو في عام 2005، وهي وثيقة منتشرة على نطاق واسع على المستوى الدولي باعتبارها مرجع للابتكار، حيث عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الابتكار على النحو التالي³: "الابتكار هو تنفيذ منتج (سلعة أو خدمة) جديد أو محسّن بشكل كبير، أو عملية، أو طريقة تسويق جديدة، أو طريقة تنظيمية جديدة في الممارسات التجارية أو تنظيم مكان العمل أو العلاقات الخارجية."

والابتكار، كما يشير إليه شومبيتر، لا يمكن النظر إليه إلا على أنه تطوير لمنتج جديد يعتمد على أفكار إبداعية، فالابتكار هو أكثر من مجرد تطوير شيء جديد، بل يتعلق الأمر بدمج هذه الحداثة في سياق اقتصادي واجتماعي وبالتالي توليد القيمة⁴. لذلك فإن عملية الابتكار

¹ Smit S. and al.Op.cit, , p 587.

² Lazzarotti, F., Samir Dalfovo, M., and Emil Hoffmann, V. « **A Bibliometric Study of Innovation Based on Schumpeter** », Journal of Technology Management and Innovation, Vol 06, N° 04, Pp 121–135. 2011. p 124.

³ OECD. « **Oslo manual : Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data** », Third edition., Organisation for economic co-operation and development, Paris. 2005.p 46.

⁴ Deblock C.and Fontan J- M., « **Innovationet développement chez Schumpeter** », Revue Interventions économiques, 46 / 2012, URL : <https://journals.openedition.org/interventionseconomiques/1463>, 2012, p123.

حسب Freeman and Engel عبارة عن خليط بين التطور التكنولوجي للاختراع مع طرحه في السوق، ويصوران الابتكار على أنه العملية التي تبدأ بفكرة جديدة وتنتهي بإدخالها في السوق¹.

وهكذا تصبح الفكرة جزءاً من العملية ولكنها لا تركز كلها تلقائياً على أهمية العملية بأكملها. ولتحقيق الابتكار، سيكون من الضروري بالطبع أن تكون لديك مهارات تمكن من التطوير الفني لمنتج جديد ولكن أيضاً أن تكون لديك مهارات متاحة في شروط التمويل والدعم التنظيمي، ومجموعة من الأدوات التحليلية لتقييم الفرص الجديدة، والتنبؤات بحجم السوق ومعدلات النمو، بالإضافة إلى المهارات القانونية².

3-3. أنواع الابتكار

يمكن للمؤسسة إجراء العديد من أنواع التغييرات في أساليب عملها، واستخدامها لعوامل الإنتاج وأنواع المخرجات التي تعمل على تحسين إنتاجيتها وأدائها التجاري، فمنذ بداية القرن العشرين، اقترح شومبيتر تعريف خمسة أنواع مختلفة من الابتكار: ابتكارات المنتجات، ابتكارات العمليات أو التنظيمية (نظام إنتاج فورد)، وابتكارات السوق (التكنولوجيا)، والابتكارات في المواد الخام (الهيدروجين)، وأنواع جديدة من التنظيم التجاري (ثقة السوق)³.

وهذا التصنيف سوف يلهم ذلك الذي اقترحه منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في دليل أوسلو (OECD.2005). ولذلك يحدد الدليل أربعة أنواع من الابتكارات التي تشمل مجموعة واسعة من التغييرات في أنشطة المؤسسات، وابتكارات المنتجات، ابتكارات العمليات، الابتكارات التنظيمية، والابتكارات التسويقية، ولذلك يقترح التقرير وضع تصنيف للابتكار يعتمد على أربع فئات تشير بشكل أساسي إلى مجال تطبيقها:

¹ Freeman J, Engel J. S., « **Models of Innovation: Startups and Mature Corporations** », California Management Review, Vol 50, N° 01. Pp 94-119. 2007. p 94.

² Rice M. P., Kelley D., Peters L. and Colarelli O'Connor G, « **Radical Innovation: Triggering Initiation of Opportunity Recognition and Evaluation** », R&D Management, 2001, Vol 31, N° 4, Pp 409-420, 2011. p 410.

³ Lazzarotti F. and al. Op.cit, pp 124-126

3-3-1. ابتكار المنتجات:

والذي يتمثل في تقديم سلعة أو خدمة جديدة أو محسنة بشكل كبير فيما يتعلق بخصائصها أو استخداماتها المقصودة، ويتضمن ذلك تحسينات كبيرة في المواصفات الفنية والمكونات والمواد والبرامج المتكاملة وسهولة الاستخدام أو الخصائص الوظيفية الأخرى، وقد تستخدم ابتكارات المنتجات معارف أو تكنولوجيات جديدة، أو قد تستند إلى استخدامات جديدة أو مجموعات من المعارف أو التكنولوجيات الموجودة¹.

3-3-2. ابتكار العمليات:

هو تنفيذ عملية إنتاج أو تسليم جديدة أو طريقة توزيع وتسليم أو إنتاج محسنة بشكل كبير أو نشاط دعم جديد أو محسن بشكل كبير للسلع أو الخدمات، يتضمن ذلك تغييرات كبيرة في التقنيات، المعدات أو البرامج². ومن الأمثلة على ذلك الابتكارات بشكل خاص في عالم الطيران مع وصول الطباعة ثلاثية الأبعاد التي مكنت من إنتاج قطع الغيار. بالإضافة إلى طرق التسليم الجديدة بإدخال نظام تتبع البضائع المشفر بالشريط.

3-3-3. الابتكار التسويقي:

هو تنفيذ مفاهيم أو استراتيجيات مبيعات جديدة أو التي تختلف بشكل كبير عن أساليب البيع الموجودة سابقاً، تتضمن تغييرات كبيرة في تصميم المنتجات أو التعبئة والتغليف، أو وضع المنتج، ترويج المنتج أو تسعيره³. أحد الأمثلة النموذجية هو خدمة التوصيل إلى المنازل.

3-3-4. الابتكار التنظيمي:

يتعلق بإنشاء أسلوب جديد للعمل، أو أسلوب جديد لتنظيم العمل أو العلاقات الخارجية أو نمط جديد من التنظيم في الممارسات التجارية والذي يجب أن يكون نتيجة لقرارات استراتيجية

¹ OECD.2005. Op.cit, p 48.

² Idem.p 49.

³ OECD.2005. Op.cit, p 49.

تتخذها الإدارة¹. ويمكن ملاحظة هذا الابتكار بشكل خاص في مجموعة من المؤسسات، من خلال ربط خط إنتاجها مباشرة بالأدوات الرقمية القادرة على تصميم المنتجات التي ينفذها العميل ونقل جميع المعلومات الموجودة إلى خط الإنتاج.

وهذا التصنيف وفقاً لمجالات تطبيق الابتكارات، الذي اقترحت المنظمة الدولية للدراسات الاقتصادية، أصبح الآن منتشراً على نطاق واسع من قبل الممارسين والمجتمع العلمي. ومع ذلك، فإن هذا التحليل للتقسيم ليس هو الوحيد الذي يقدم خريطة للابتكار.

4-3. المؤسسات الناشئة والابتكار المفتوح:

في سياق يبدو فيه الابتكار المفتوح أكثر انتشاراً، تمثل المؤسسات الناشئة جهات فاعلة مهمة يجب أخذها في الاعتبار، لا سيما بسبب قدرتها على إحداث تقنيات وتكنولوجيات عالية والتطور بسرعة من خلال تجاوز بعض الحواجز التي يمكن أن تبطئ شركات الأعمال ذات الحجم الكبير².

ونظراً لبنيتها المحددة التي تتسم من بين أمور أخرى بنقص الموارد، ويبدو أنه من الطبيعي أن تتبع المؤسسات الناشئة منطق الانفتاح، لذا فإن المؤسسة الناشئة المغلقة تبدو تقريباً وكأنها تناقض نفسها، لذلك فإن الإشارة إلى المؤسسات الناشئة باعتبارها حاملة لمخاطر واضطرابات المستقبل تقود المؤسسات الناضجة إلى العمل على علاقات تعاونية لجعلها أدوات حقيقية للابتكار داخل هيكلها الخاصة³.

وفي مواجهة خصوصيات التطوير المحيطة بالمؤسسة المبتكرة، يبدو أن تكوين التعاون بين الجهات الفاعلة والمؤسسات الخارجية والمؤسسات الناشئة شرط جزئي لنجاح هؤلاء الداخلين الجدد إلى الأسواق⁴. والواقع أن التعاون التكنولوجي يحفز الإبداع لدى كافة المؤسسات ويبدو

¹ Idem. p 51.

² Hunt R. A., «Entrepreneurial tweaking», European Journal of Innovation Management, Vol. 16 N° 2, pp. 148 – 170.2013. p149.

³ Hogenhuis B. N., Ellis A., Van den Hende E. A. and Hultink E. J., « When should large firms collaborate with young ventures? », Research-Technology Management, Vol59, N° 01. p 39-47.2016. p39.

⁴ Brunswicker S. and Vanhaverbeke W, « Open innovation in small and medium-sized enterprises (SMEs): external knowledge sourcing strategies and internal organizational

حاسماً بالنسبة لأصغر المؤسسات ، ومع ذلك، يبدو أن بنية الشبكة المحيطة بالمؤسسات الناشئة تؤثر بشكل واضح على ديناميكيات تطورها¹.

وهكذا، فإن الأدوار التي تلعبها الشبكات والنظم البيئية على التوالي تبرز اليوم كعناصر يمكن أن تتفاعل مع المؤسسات الناشئة وتؤثر على النجاح. لذلك فإن فتح عملية الابتكار ينطوي على إشراك المؤسسات الناشئة في العلاقات مع أنواع مختلفة من الجهات الفاعلة².

وللتعامل مع موضوع التعاون مع المؤسسات الناشئة والاهتمام بصفة خاصة بالأشكال المختلفة التي يمكن أن تتخذ معها العلاقة من شركات رأس المال الاستثماري، الحاضنات الداخلية، والمسرعات، والتحالفات الإستراتيجية، والمشروع المشترك، علاوة على ذلك، وبعيداً عن النموذج المفضل، يتبين أن الوصول إلى الموارد والمعرفة هو عنصر أساسي يدفع المؤسسة الناشئة للتوجه نحو التعاون. ومن ناحية أخرى، فإن هذا الأخير، بالنسبة لهؤلاء الداخلين الجدد، يضمن أيضاً الوصول إلى قدر أكبر من شرعية السوق في وقت أقصر³. ومع كل هذه القضايا، يصبح اختيار الشركاء من قبل المؤسسات الناشئة مرحلة مهمة من عملية التعاون ولا يمكن الاكتفاء بالنماذج المقترحة في إطار الشراكات بين شركتين ناضجتين أو أكثر⁴.

5-3. الحاضنات كوسطاء ابتكار مفتوحين

يبدو أن استخدام الانفتاح هو نهج متماسك لجميع المؤسسات الراغبة في الابتكار، وأن هذه الرغبة في نفاذية حدود المؤسسة من أجل تحقيقها، ويعتمد على الابتكار المفتوح الذي بدوره يعتمد

facilitators »,Journal of Small Business Management, Vol 53, N° 04, pp. 1241–1263.2015.p 1242.

¹ Idem. p 1243.

² Kanbach D. K. and Stubner S.,« **Corporate Accelerators as Recent Form of Startup Engagement: The What, The Why, And the How** »,The Journal of Applied Business Research, Vol 32, N°6, Pp 1761-1776.2016.p 1769.

³ SPENDER, J.C., Corvello V., Grimaldi M. and Rippa P.« **Startups and Open Innovation : a Review of the literature** »,European Journal of Innovation Management, Vol 20. N° 01, Pp 04 - 30.2017.p 11.

⁴ Zeynep Emden, Roger J. Calantone, and Cornelia Droge, « **Collaborating for New Product Development : Selecting the Partner with Maximum Potential to Create Value**»,Journal ProductInnovation Management,Vol 23, Pp 330–341.2006. pp 330-331.

على عنصر متكرر واحد على الأقل وهو الدعم من هياكل الوساطة وبالتالي المصاحبة لنهج الابتكار المفتوح. وفي الواقع، إذا كان تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد أدى في بعض الحالات إلى تقليل الحاجة إلى اللجوء للوسطاء والتفكير بشكل خاص في شبكات الند للند، فإن هذا ليس هو الحال بالنسبة لممارسات الابتكار المفتوحة¹.

ويبدو أن اللجوء إلى الانفتاح ليس أمراً طبيعياً بالضرورة بالنسبة للمنظمات، ولذلك يكون من الضروري في كثير من الأحيان الاستعانة بالوسطاء لتذليل الصعوبات التي قد تنشأ في هذه العملية. ويتمثل دور هؤلاء الوسطاء في تسوية الصعوبات التي قد تظهر خلال التجربة الأولى². ومن الأمثلة على ذلك شبكات من نظير إلى نظير التي تتيح دعم رواد الأعمال الجدد من قبل رواد أعمال أكثر خبرة، لا سيما في عملية الانفتاح.

ويعرّف (2006 Howells) هؤلاء الوسطاء من خلال الكلمات التالية³:

" منظمة أو هيئة تعمل كوكيل أو وسيط في أي جانب من جوانب عملية الابتكار بين طرفين أو أكثر، وتشمل هذه الأنشطة الوسيطة ما يلي: المساعدة على تقديم معلومات حول المتعاونين المحتملين، والتوسط في صفقة بين اثنين أو أكثر، العمل كوسيط بين الهيئات أو المنظمات التي تتعاون بالفعل، والمساعدة في العثور على المشورة والتمويل والدعم لنتائج الابتكار في مثل هذه التعاونات."

¹ Barlatier P. – J., Giannopoulou E. and Pénin J. «Les intermédiaires del'innovation ouverte entre gestion de l'information et gestion des connaissances : lecas de la valorisation de la recherche publique», Éditions De Boeck Supérieur Innovations, Vol01, N° 49, Pp 55-77.2016. p 56.

² Bocquet R., Brion S. and Mothe C., «Gouvernance et innovation au sein des technopôles», Revue française de gestion, Vol 03, N° 232, Pp 101-118.2013. p 103.

³ Howells J., « Intermediation and the role of intermediaries in innovation », Research Policy, Vol 35. Pp 715–728.2006. p 720.

المبحث الرابع: آليات الحضانة ومسرعات تعلم زيادة الأعمال.

إن استخدام الانفتاح هو نهج متماسك لجميع المؤسسات الراغبة في الابتكار، ويبدو أن هذه الرغبة في نفاذية حدود المؤسسة من أجل تحقيقها، ويعتمد الابتكار المفتوح على عنصر متكرر وهو الدعم من هياكل الوساطة المصاحبة لهذا النهج، ويتمثل دور هؤلاء الوسطاء في تسوية الصعوبات التي قد تظهر خلال التجربة الافتتاحية. واستمرارًا لهذا النهج، وتوفير إطار حول وسطاء الابتكار، تظهر وظائف مختلفة مرتبطة بهذه الجهات الفاعلة المختلفة، وهذا هو الحال بشكل خاص بالنسبة لوسطاء الابتكار من الحضانات، المسرعات والمستثمرون الملائكيون، التي توفر بيئة مواتية لإنشاء أعمال تجارية مبتكرة.

1-4. آليات الحضانة

تُعد المؤسسات الناشئة وسيلة مهمة لجلب الأفكار الجديدة إلى الحياة خاصة تلك التي تتحدى الصناعات القائمة أو التي لا تجد دعمًا فوريًا داخل المؤسسات القائمة، وتقدم ابتكارات مزعجة وتغير الطريقة التي يتم بها تنظيم الاقتصاد، فهي تفرض ضغوطًا تنافسية على المؤسسات المهيمنة، وتلعب هذه المشاريع الصغيرة التي تم تشكيلها حديثًا دورًا حيويًا في توليد النمو الاقتصادي وفرص العمل والابتكار مما يؤدي إلى تحسين الإنتاجية والازدهار¹.

ومع ذلك، فمن المعروف أن تأسيس مؤسسة جديدة هو مهمة معقدة وفوضوية، فمن ناحية، يتمثل التحدي الحيوي الذي يواجهه رواد الأعمال في التعامل مع الموارد المالية المحدودة، والتي تعتبر حاسمة لتطوير مشروع ناشئ، ومن ناحية أخرى، قلة خبرة الفريق المؤسس، وصعوبة فهم الفرص وتحليلها بشكل مناسب يعتبر تحديًا كبيرًا. ويتطلب التعامل مع هذه المشكلات جهودًا وتكاليف ضخمة، وبالتالي، بسبب التزامات الحداثة، فإن خطر الفشل يكون أعلى في المنظمات المنشأة حديثًا منه في المنظمات القديمة².

¹ Clarysse B., Wright M. and Hove J. Van, « A Look Inside Building Businesses Accelerators », Nesta, 2015. P 04.

² Ambos T.C. and Birkinshaw J., «How Do New Ventures Evolve ? And Inductive Study of Archetype Changes in Science-Based Ventures. Organization Science», Organization Science, Vol. 21, No. 6, pp. 1125–1140, 2010. p 1126.

في الوقت الحاضر، يدرك المفكرين والعديد من صانعي السياسات أن آليات الحضانة تساعد رواد الأعمال في تطوير المشاريع الجديدة وتساعدتهم على التغلب على التزامات الحداثة وتعد المسرعات والحاضنات والمستثمرون الملائكيون آليات احتضان رئيسية، هدفها الرئيسي هو دعم المشاريع الناشئة في السنوات الأولى من أجل تطوير الأعمال.¹

2-4. تطور آليات الحضانة

تؤكد الأبحاث السابقة على تطور نماذج الحضانة على مر العقود وتأخذ في الاعتبار التغيرات بين أجيال نماذج الحضانة، ومن أجل التكيف مع احتياجات المؤسسات الناشئة المشاركة تم تقديم الجيل الأول من نماذج الحضانة في النصف الثاني من القرن العشرين (الحاضنات)، وتتراوح مدة الحاضنات بين سنة وخمس سنوات وركزت في المقام الأول على توفير مساحة عمل مشتركة أساسية ودعم مالي للمؤسسات الناشئة ذات الإمكانيات العالية.²

كما أتاحت نماذج الحضانة من الجيل الثاني الفرصة للشركات للوصول إلى المزيد من الخدمات غير الملموسة، إلى جانب دعم الموارد المادية والمالية، ومع ذلك، فقد تم انتقاد نماذج الحضانة من الجيل الأول والثاني واتهامها بمحاولة إبقاء المؤسسات المستأجرة على قيد الحياة من أجل الحصول على الرسوم والإيجارات منها.³

وفي منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، واستجابة لأوجه القصور في نماذج الحضانة للأجيال السابقة، تسلط الأدبيات الضوء على الانتقال إلى نموذج حضانة الجيل الأحدث (المعجل)، حيث تبتعد برامج التسريع عن تقديم خدمات التأجير للشركات المشاركة في

¹ Susan L. Cohen, « **What Do Accelerators Do? Insights from Incubators and Angels** », Innovations: Technology, Governance, Globalization 8, N° 3-4, Doi :10.1162/inov_a_00184, Pp 19-25.2013.p 22.

² Phan, P. H., Siegel, D. S., and Wright, M. « **Science parks and incubators: observations, synthesis and future research** », Journal of Business Venturing, vol 20, N°02, pp 165 – 182,2005.p 180.

³ Soetanto D. P., Jack S. L., « **Business incubators and the networks of technology-based firms** », Institute for Entrepreneurship and Enterprise Development, Lancaster University Management School, Bailrigg, Lancaster LA1 4YX, UK, DOI 10.1007/s10961-011-9237-4, 2011, p 03.

المقام الأول، وتوفر المزيد من الدعم غير الملموس والمكثف للمعرفة. وبالتالي، يُطلق على المؤسسات الناشئة المشاركة في المسرعات اسم شركات المحفظة، وقد ساهم التقدم التكنولوجي، والانخفاض الكبير في تكاليف التجريب والتأخير المرتبط بإطلاق المؤسسات الناشئة الجديدة، في ظهور ونمو برامج التسريع¹.

وقد تم تأسيس أول مسرع Y-Combinator، في عام 2005 في وادي السيليكون، يوفر هذا البرنامج للمؤسسات الناشئة مبلغًا صغيرًا من أموال الاستثمار الأولي، مقابل أسهم صغيرة. كما قدم لهم أيضًا برامج تواصل وتوجيه لمدة ثلاثة أشهر من رواد الأعمال ذوي الخبرة، حظي Y-Combinator باهتمام كبير من وسائل الإعلام وصانعي السياسات والباحثين. ونتيجة لذلك، بدأ مستثمرون آخرون في تقليد هذا البرنامج الناجح، وفي وقت لاحق، كان برنامج Techstars واحدًا من أكبر البرامج التي ظهرت، ويوجد الآن أكثر من ألف معجل في القارات الست، وهناك اتجاه مثبت نحو الانتشار، فالمسرعات التشغيلية هي بناء المبتكرين العالميين، والمؤسسات الناشئة².

3-4. مُسرّعات ريادة الأعمال

تعد المسرعات ظاهرة سريعة النمو، مع وجود عدد متزايد من البرامج النشطة حول العالم. ومع ذلك، ونظرًا لحدثة ظاهرة التسريع والكمية المحدودة من البيانات المتاحة، لا يُعرف سوى القليل عن قيمة هذه البرامج وتأثيرها الفعلي على المشاريع. ويمكن وجود هذه الحادثة في غياب تعريف توافقي رسمي لماهية المسرع³.

فالتعريف التوافقي الواسع هو الذي يعتبر المسرع بمثابة منظمة تهدف إلى مساعدة الفرق المؤسسة للمشاريع الجديدة في تطوير الأعمال في المراحل المبكرة، وتزويدهم بالمهارات اللازمة،

¹ Clarysse B., Wright M. and Hove J. Van, 2015. Op.cit. P 11-12.

² Susan L. Cohen, 2013. Op.cit. p 19.

³ Pauwels C., Clarysse B., Wright M. and Van Hove J. «Understanding a new generation incubation model: The accelerator », Technovation (2015), <http://dx.doi.org/10.1016/j.Technovation.2015.09.003>, Pp 1-12. 2015. p 11.

والتدريب على ريادة الأعمال والتوجيه وفرص التواصل ببرنامج مكثف قصير المدى قائم على المدة (حوالي ثلاثة إلى ستة أشهر)، حيث تعرض المشاريع المتخرجة أعمالها على المستثمرين¹.

وحددت الأبحاث السابقة الخصائص الرئيسية لبرامج التسريع التالية²:

- تطبق برامج التسريع عملية اختيار متعددة المراحل صارمة للغاية وتنافسية للغاية ومفتوحة للجمهور.

- بالإضافة إلى التوجيه والبرامج التعليمية وفرص التواصل وغيرها من الخدمات، توفر المسرعات عادةً مساحة عمل تعاونية واستثمارًا أوليًا صغيرًا (يصل إلى 150 ألف دولار) للمؤسسات الناشئة المشاركة، من خلال تبادل 5 إلى 7% من الأسهم.

- يركزون عادةً على الفرق الصغيرة بدلاً من المؤسسين الأفراد.

- توفر هذه البرامج إرشادًا مكثفًا لمدة محدودة في بيئة عالية الضغط لتعزيز التقدم السريع في الأعمال.

- أحد الفروق الرئيسية بين برامج التسريع هو أنه بدلاً من قبول المؤسسات الفردية على أساس مستمر، فإنها تقبل فقط دفعات أو مجموعات من المؤسسات الناشئة.

ومن الناحية العملية، تقدم المسرعات لرواد الأعمال مجموعة واسعة من الخدمات التي كان العثور عليها والحصول عليها في السابق صعبًا ومكلفًا ويستغرق وقتًا طويلاً، ومن الواضح أن العديد من هذه العناصر، مثل التوجيه والتدريب على ريادة الأعمال، هي بمثابة دعم كثيف المعرفة، ومرتبطة بعملية تعلم إدارة الأعمال، وهكذا، تعترف الأدبيات بأن عملية التعلم لها تأثير على الأنشطة الريادية للشركات³.

¹ Susan L. Cohen, 2013. Op.cit. p 21.

² Pauwels C. et al. 2015. Op.cit. p 01.

³ Hochberg Y. V. « **Accelerating Entrepreneurs and Ecosystems: The Seed Accelerator Model** », Innovation Policy and the Economy, vol 16. N° 01, Pp 25–51.2016. P 44.

4-4. اختلافات نماذج الحضانة

إلى جانب تعريف المسرعات كنماذج حضانة للجيل الجديد، يركز جزء كبير من الأدبيات على تمييز برامج التسريع عن غيرها من نماذج الحضانة، مثل حاضنات الأعمال والمستثمرين الملائكيين، حيث غالبًا ما يتم الخلط بينها من قبل الباحثين ووسائل الإعلام وصانعي السياسات، ولتجنب سوء الفهم ودراسة المسرعات بشكل مناسب، من الضروري فهم برامج التسريع والتميز بشكل صحيح عن آليات الحضانة الأخرى. يمكن أن تختلف نماذج الحضانة من حيث المدة ونموذج الأعمال ومعايير الاختيار ومرحلة البدء والتعليم والإرشاد والموقع الفعلي والتركيز على المجموعة¹. وتم تلخيص هذه الاختلافات في الجدول رقم (01).

ومن أكثر السمات المميزة للمسرعات هي المدة المحدودة لهذه البرامج، والتي تتراوح بين ثلاثة إلى ستة أشهر، في حين تسلط الأدبيات الضوء على أن المؤسسات الناشئة عادة ما تتخرج من حاضنات الأعمال من سنة إلى خمس سنوات، بينما يقدم المستثمرون الملائكيون الدعم بشكل مستمر².

وفيما يتعلق بنموذج الأعمال، فإن المسرعات عمومًا مملوكة للقطاع الخاص، وفي مقابل الاستثمار الأولي، يحصلون على حصص في المؤسسات الناشئة المشاركة، ثم يقوم المستثمرون الملائكيون بدعم المشاريع باستثمار رأس المال، ومن ناحية أخرى، فإن الحاضنات مملوكة للقطاع العام ولا تملك عادة أموالا استثمارية، ومصدر إيراداتها الرئيسي هو الإيجارات والرسوم التي تدفعها المشاريع المشاركة³.

¹ Susan L. Cohen, 2013. Op.cit. p 19.

² Idem. p 22. Susan L. Cohen, 2013. Op.cit. p 21.

³ Idem. p 22.

الجدول رقم (1-1): ملخص الاختلافات بين المسرعات والحاضنات والمستثمرين الملائكيين

المدة	المسرعات	الحاضنات	المستثمرين الملائكة
من 03 إلى 06 أشهر	من 01 إلى 05 سنوات	مستمرة	
نموذج العمل	استثمارية وغير ربحية	إيجار؛ غير ربحية	استثمار
معياري الاختيار	تنافسية للغاية؛ دورية	غير تنافسي	تنافسية مستمرة
مرحلة البدء	مبكر	في وقت مبكر أو متأخر	مبكر
الإرشاد	مرشدين مكثفين داخليين وخارجيين	الحد الأدنى والتكتيكي	حسب الحاجة من قبل المستثمر
التعليم	ندوات	مخصص، والموارد البشرية، والقانونية، وما إلى ذلك	لا أحد
الموقع	عادة، في الموقع	بالموقع	خارج الموقع
الفوج	نعم	لا	لا

المصدر:

- Adapted from Cohen (2013) : Susan L. Cohen, « **What Do Accelerators Do? Insights from Incubators and Angels** », Innovations: Technology, Governance, Globalization 8 ,N° 3-4,Doi :10.1162/inov_a_00184, Pp 19-25.2013.p 23.

وبما أن المسرعات عبارة عن برامج قصيرة ذات حجم ومدة محددة مسبقًا، فإن عملية الاختيار تتسم بقدر كبير من التنافسية والدورية. وبالمثل، فإن المستثمرين الملائكيين انتقائيون للغاية في عمليات القبول، فهم يختارون المشاريع بشكل مستمر، ومن ناحية أخرى، لا تركز نماذج الحاضنة على عملية الاختيار التنافسي عند اختيار المشاريع، ويركز كل من المسرعات والمستثمرين الملائكيين على المشاريع ذات الإمكانيات العالية في المراحل المبكرة، في حين تستخدم حاضنات الأعمال نهجًا أكثر عمومية¹.

وفيما يتعلق بالتعليم والإرشاد، فهما ركائز أساسية لبرامج التسريع، ويتم تقديم الندوات والإرشاد المكثف من قبل مديري البرامج أو الموجهين أو المتحدثين للمدعوين رسميًا². وتركز الندوات والإرشاد بشكل عام على مجموعة واسعة من المواضيع المتعلقة بريادة الأعمال. على العكس من ذلك، في حاضنات الأعمال، يكون الإرشاد والتعليم في حده الأدنى ويتم تقديمه من خلال المواكب مقابل رسوم، ولا يقدم المستثمرون الملائكيون التعليم، في حين يقومون بتوجيه شركات المحافظ بأنفسهم، وفيما يتعلق بالمرافق، عادة ما تعمل المسرعات في الموقع، وهناك بعض المسرعات التي تقدم خدمات خارج الموقع، ومن ناحية أخرى، توفر الحاضنات عمومًا مساحة عمل مشتركة، في حين أن المشاريع المرتبطة بالمستثمرين الملائكيين تنطلق خارج الموقع³.

وكنقطة أخيرة، فإن وجود مجموعة من الفروقات التي تميز المسرعات عن آليات الحضانة الأخرى، حيث تعتبر المسرعات بمثابة نموذج الحضانة الفريد من نوعه الذي تدخل فيه مجموعات المشاريع والخروج من البرنامج معًا، هذه المجموعة من المشاريع تتعلم جنبًا إلى جنب، وتدعم بعضها البعض في حل المشكلات المشتركة وتبادل المعلومات والخبرات⁴.

¹ Susan L. Cohen, 2013. Op.cit. p 24.

² Hochberg Y. V. 2016. Op.cit. p 26.

³ Hochberg Y. V. 2016. Op.cit. p 32.

⁴ Susan L. Cohen, 2013. Op.cit. p 25.

خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل مفاهيم المؤسسات الناشئة من خلال استعراض مختلف التعاريف، وأبرز مراحل تطورها (التمهيد، التأسيس، الإنشاء)، مع تسليط الضوء على دورها المحوري في تحقيق الابتكار وتعزيز الديناميكية الاقتصادية. كما تم التطرق إلى التحديات الرئيسية التي تواجهها، مثل ضعف الموارد، وغياب البيئة الداعمة، وضرورة التكيف السريع مع السوق.

استعرض الفصل أيضاً علاقة المؤسسات الناشئة بالابتكار المفتوح، الذي يعتمد على تفعيل الموارد الداخلية والخارجية، مما يمنحها القدرة على إعادة تشكيل سلاسل القيمة وتطوير نماذج أعمال جديدة.

كما خُصص جزء من الفصل لعرض آليات الدعم مثل الحاضنات، المسرّعات، والمستثمرين الملائكيين، مبرزاً أوجه التكامل والاختلاف بينها، ودورها في تعزيز جاهزية المؤسسات الناشئة للانخراط في أسواق تنافسية.

وبذلك، أسس هذا الفصل فهماً نظرياً متيناً لديناميكيات المؤسسات الناشئة، مما يُمهّد لربط هذه المفاهيم مستقبلاً بآليات التمويل الجماعي ودورها في دعم هذا النوع من المؤسسات.

الفصل الثاني:

الإطار المفاهيمي

للتمول الجماعي

تمهيد:

كان جذب رأس المال الخارجي لتمويل مشروع أو مبادرة ريادية يعتمد بشكل أساسي على الممولين التقليديين، مثل البنوك وشركات رأس المال الاستثماري والهيئات والمؤسسات الحكومية. ومع ذلك، فإن رواد الأعمال في بداية إنشاء مشروعاتهم، غالبًا ما يواجهون صعوبات في تعبئة الموارد الخارجية، بسبب ارتفاع درجة المخاطرة وندرة الضمانات وعدم كفاية السيولة.

في السنوات الأخيرة، اختار رواد الأعمال جمع الأموال على الإنترنت من خلال منصات الاستثمار الجماعي (الأموال الخاصة) والإقراض الجماعي (القروض)، والتي بالإضافة إلى الموارد المالية المقدمة في فترة زمنية قصيرة نسبيًا، تخلق أيضًا فرصة للتواصل مع مجتمع حقيقي وتوحيده.

هكذا يظهر التمويل الجماعي (Crowdfunding) كطريقة بديلة وشفافة مثيرة للاهتمام لتمويل المشاريع مقارنة بمصادر التمويل التقليدية غير المتصلة بالإنترنت، مع تقنيات التمهيد لتخفيف قيود التمويل. ومن المعروف أن العديد من رواد الأعمال الجدد يكافحون لجمع الأموال اللازمة لتحقيق أهدافهم وإحياء أفكارهم المبتكرة من خلال مقدمي الأموال التقليديين، مثل البنوك وأصحاب رؤوس الأموال. لذلك يقدم نهج التمويل الجماعي خيارًا مختلفًا وجذابًا لرواد الأعمال المبتكرين.

أصبح التمويل الجماعي عبر الإنترنت وجمع مبالغ صغيرة من الأموال من عدة داعمين، حلاً شائعًا بشكل متزايد لهذه المعضلة، لأنه يسمح للمؤسسات الناشئة بالوصول إلى عدد كبير من المستثمرين المحتملين في وقت واحد، وتنفيذ مشاريعهم الابتكارية بعد حصولهم على التمويل الكافي عبر منصات التمويل الجماعي.

يتعلق الأمر بفصل التمويل الجماعي عن التمهيد الجماعي والمبادرات الأخرى القائمة على الجماهير من خلال مناقشة خصائص التمويل الجماعي بالتفصيل وبالتالي وضع الأساس للمفكرين للنظر في التمويل الجماعي باعتباره تخصصًا جديدًا ومستقلًا.

كطريقة جديدة لجمع رأس المال الخارجي، يختلف التمويل الجماعي اختلافًا جوهريًا عن بدائل تمويل المؤسسات الناشئة. لذلك، من الضروري وجود أساس نظري لظاهرة التمويل

الجماعي، فالأدبيات الموجودة تفتقر إلى أساس نظري متماسك، لذلك يجب فهم العناصر والخصائص المختلفة للتمويل الجماعي.

ولدراسة موضوع التمويل الجماعي سنتناول في هذا الفصل التعريف بالتمويل الجماعي وماهيته، أنواعه والمنصات المختلفة لهذا النوع من التمويل، كفاءات القيام بحملات التمويل الجماعي عبر المنصات، عوامل نجاح حملات التمويل وفقا لديناميكيات المشروع، والجهات الفاعلة والمرتبطة بعمليات التمويل الجماعي.

المبحث الأول: نظرة عامة عن التمويل الجماعي

تعود أصول مفهوم التمويل الجماعي إلى المفهوم الأوسع للتعهد الجماعي، ومن أجل فهم مفهوم التمويل الجماعي بشكل كامل، من الأفضل التعرف على التعهد الجماعي أولاً، حيث يمكن النظر إلى مفهوم التمويل الجماعي كجزء من المفهوم الأوسع للتعهد الجماعي، والذي يستخدم الحشد (الجمهور) للحصول على الأفكار والتعليقات والحلول من أجل تطوير أنشطة المؤسسة. فمصطلح التعهد الجماعي تم استخدامه لأول مرة من قبل جي هاو ومارك روبنسون في عدد يونيو 2006 من مجلة Wired، وهي مجلة أمريكية للتكنولوجيا المتقدمة، أين تم وصف التعهد الجماعي على النحو التالي¹:

التعهد الجماعي يحدث عندما تقوم جهة خارجية موجهة نحو الربح بمهام محددة ضرورية لصنع أو بيع منتجها لعامة الناس (الجمهور) في شكل مكاملة مفتوحة عبر الإنترنت، بهدف تحفيز الأفراد لتقديم مساهمة طوعية في عملية إنتاج المؤسسة مجاناً أو مقابل مبلغ أقل بكثير من تلك المساهمة التي تستحقها المؤسسة، والذي يستخدم الجمهور للحصول على الأفكار والتعليقات والحلول من أجل تطوير الأنشطة التجارية. أما في حالة التمويل الجماعي، الهدف هو جمع الأموال للاستثمار باستخدام الإنترنت والشبكات الاجتماعية (Twitter و Facebook و LinkedIn) والمدونات المتخصصة الأخرى. وقد تم استخدام مصطلح التمويل الجماعي لوصف هذا المصدر الجديد للتمويل والذي يمثل الائتمان الأصغر ويتم تقديمه كنظام تمويل بديل مقارنة بأساليب التمويل التقليدية.

المبدأ الأساسي للتمويل الجماعي هو، بدلاً من جمع الأموال من مجموعة صغيرة جداً من المستثمرين المحترفين، يحاول رواد الأعمال الحصول عليها من جمهور كبير جداً، يساهم كل فرد بمبلغ صغير جداً، ويمكن للممولين والممولين الجماعيين في بعض الحالات المشاركة في القرارات الاستراتيجية وحتى الحق في التصويت. وبشكل أكثر تحديداً، تُجسّد ظاهرة التمويل الجماعي مزيجاً بين مفهومين: التعهد الجماعي والتمويل الأصغر ويشير هذا إلى الوساطة المالية والاجتماعية من

¹ Steven Bradford C. «Crowdfunding and the Federal Securities Laws», College of Law, Faculty Publications, vol. 2012, N°119, Pp 1-150. P08.

خلال قروض بمبالغ صغيرة للمقترضين النشطين اقتصادياً الذين لا يستطيعون الوصول إلى المزيد من مصادر التمويل التقليدية¹.

1-2. إحاطة نظرية بمفهوم التمويل الجماعي: لقد ظهر التمويل الجماعي كطريقة جديدة ومبتكرة للمؤسسات الناشئة ورواد الأعمال الابتكاريين للحصول على التمويل دون الحاجة إلى الاعتماد على المصادر التقليدية مثل رأس المال الاستثماري، وهناك العديد من السبل المحتملة للبحث في هذا المجال الناشئ، أين أدت شعبية التمويل الجماعي إلى اقتراح مجموعة متنوعة من التعاريف، فعلى الرغم من الاهتمام الأكاديمي المتزايد بالتمويل الجماعي، لا يوجد تعريف واضح يلتقط بالكامل ديناميكيات هذه الظاهرة، وعليه سنستكشف عدة تعريفات أكاديمية للتمويل الجماعي، ونهدف إلى شمول جميع عناصره المختلفة، وتقديم تعريف موجز يتضمن جميع العناصر الرئيسية لظاهرة التمويل الجماعي، كما استكشفنا أيضاً المجالات الأكاديمية وأوراق العمل والكتب في هذا المجال، وسنقوم الآن بتوسيع هذه التعريفات الحالية وتقديم التعريفات التالية للتمويل الجماعي:

يعرف Hemer (2011) التمويل الجماعي على أنه ينطوي على دعوة مفتوحة، بشكل أساسي عبر الإنترنت، لتوفير الموارد المالية إما في شكل تبرعات (بدون مكافأة) أو مقابل شكل من أشكال المكافأة أو حقوق التصويت من أجل دعم المبادرات لأغراض محددة².

ويعرفه Rubinton (2011) على أنه تلك العملية التي يحرز بها أحد الأطراف تقدماً نحو هدف من خلال طلب وتلقي مساهمات صغيرة من أطراف متعددة مقابل شكل من أشكال القيمة لتلك الأطراف¹.

¹ Richard H. « **Crowdfunding and the Revitalisation of the Early-Stage Risk Capital Market: Catalyst or Chimera?** », Venture Capital: an International Journal of Entrepreneurial Finance, Vol. 15, N°: 04, 2013, Pp. 283-287.p284.

² Hemer J. « **A snapshot on crowdfunding, Arbeitspapiere Unternehmen und Region** ». Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, Karlsruhe, Working Paper N°: R2/2011. 2011, Pp. 01-39 p 13.

من جهمهم Belt وآخرون (2012) يُعرّفون التمويل الجماعي بشكل أكبر على أنه العملية التي يتم من خلالها جمع رأس المال لمشروع أو مبادرة أو عمل تجاري، من خلال تجميع مساهمات أو استثمارات مالية عديدة وصغيرة نسبياً، عادةً عبر الإنترنت².

كما يعرفه Buysere وآخرون (2012) من خلال تسليط الضوء على أن التمويل الجماعي كحل واعد لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ورواد الأعمال وعرف التمويل الجماعي بأنه جهد جماعي للعديد من الأشخاص الذين يتواصلون ويجمعون الموارد لدعم جهود الأشخاص أو المنظمات الأخرى، عادة من خلال الإنترنت أو بمساعدة منه، لتمويل المشاريع والمؤسسات الناشئة من خلال مساهمات صغيرة من أعداد كبيرة من الناس، مما يسمح للمبتكرين ورجال الأعمال وأصحاب الأعمال بالاستفادة من شبكاتهم الاجتماعية لزيادة رأس المال³.

ويعرف wicks (2013) التمويل الجماعي على أنه ذلك المكان الذي يدعم فيه عدد كبير من الأشخاص (الجماهير) مشروعاً مالياً من خلال التبرع بمبلغ صغير نسبياً من المال إما مقابل مكافأة أو تبرع أو ربما مقابل حقوق ملكية⁴.

من جهمهم كذلك Belleflamme وآخرون (2013) عرّفوا التمويل الجماعي على أنه يتضمن دعوة مفتوحة، غالباً من خلال الإنترنت، لتوفير الموارد المالية سواء في شكل تبرع أو بمقابل

¹ Rubinton Brian J. « **Crowdfunding: disintermediated investment banking** » FINE 547, Advanced Finance Seminar Prof. Vishang Errunza McGill University, Available at SSRN 1807204, 2011. Pp. 01-20. p 03.

² Belt, B. Brummer C. and Gorfine D. « **Crowdfunding: Maximizing the Promise and Minimizing the Peril** », A Roundtable Discussion, In Partnership with Georgetown University Law Center, Milken Institute, Washington, 2012, Pp. 01-29. p 06.

³ Buysere K, Gajda O, Kleverlaa R, Marom D, « **A Framework for European Crowdfunding**», First Edition, Keele University, 2012. Pp. 01-40. p 09.

⁴ Wicks Mike. « **Crowdfunding - An Introduction -** », New Edition, Published as an eBook original by Blue Beetle Books, 2014, Pp. 01-37. p 04

في المستقبل سواء كان منتج أو شكل من أشكال المكافأة لدعم المبادرات من أجل تحقيق أغراض محددة¹.

كما عرف قاموس أكسفورد (2014) Oxford Dictionary التمويل الجماعي على أنه ممارسة تمويل مشروع أو استثمار من خلال جمع العديد من المبالغ الصغيرة من عدد كبير من الأشخاص، عادةً عبر الإنترنت².

كما أكد Ethan Mollick (2014) وآخرون على أنه جهود رواد الأعمال، الأفراد والجماعات الثقافية والاجتماعية والربحية لتمويل أعمالهم من خلال الاعتماد على مساهمات صغيرة نسبيًا من عدد كبير نسبيًا من الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت، بدون وسطاء ماليين عاديين³.

2-2. تحليل تعريفات التمويل الجماعي (المعايير المشتركة ووجهات النظر العلمية):

يعتبر Hemer (2011) التمويل الجماعي أنه تبرع في مقابل مكافأة، لكنها لا تغطي أشكال التمويل الجماعي الأخرى عالية المخاطر، مثل التمويل الجماعي من القائم على الأسهم. ولا يغطي تعريف Rubinton (2011) أيضًا أهمية وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت. ويؤكد Wicks (2013) على المساواة جنبًا إلى جنب بين التبرع والمكافأة، لكن أهمية الإنترنت والشبكات الاجتماعية مفقودة مرة أخرى من هذا التعريف.

ويفشل تعريف Belleflamme وآخرون (2013) أيضًا في مراعاة جوانب معينة، مثل الإقراض من نظير إلى نظير وجمع التبرعات من قبل الأفراد أو المجموعات في مجالات مختلفة. كما أن تعريف

¹ Belleflamme P. Lambert T. And Schwenbacher A, «Individual Crowdfunding Practices », Venture Capital, An International Journal of Entrepreneurial Finance, Vol 15, N°04, 2013, Pp. 313-333. p.321.

² Oxford Dictionary. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/crowdfunding>.

³ Mollick E. « The Dynamics of Crowdfunding : An Exploratory Study », Journal of Business Venturing, Vol 29, N°01, 2014, Pp 01-16, P. 02.

Hemer (2011) لا يغطي أيضًا الإقراض من نظير إلى نظير وجوانب رأس المال الاجتماعي. وفي الوقت نفسه، يحاول Mollick (2014) تجنب الوقوع في نفس النقائص من خلال اقتراح تعريف يتضمن بعض العناصر الإضافية لظاهرة التمويل الجماعي. أما Buysere (2012) حاول أيضًا تقديم تعريف أوسع، لكن دور الشبكات الاجتماعية يفتقر إلى الأهمية في تعريفه، على الرغم من كونه جزءًا مهمًا من عملية التمويل الجماعي بأكملها. علاوة على ذلك، فإن تعريفهم جميعًا للتمويل الجماعي مقيد بمنظور ريادة الأعمال، في حين أن النطاق الحقيقي للتمويل الجماعي يتجاوز ذلك بكثير، كما أنهم يتجاهلون بعض الأشياء البارزة، مثل الإقراض من نظير إلى نظير. حيث يأخذ Belt وآخرون (2012) بعين الاعتبار معظم عناصر التمويل الجماعي، على الرغم من أن توقعات الممولين مفقودة وغير موجودة، على عكس العديد من التعريفات الأخرى التي تعطي الأهمية اللازمة للشبكات الاجتماعية.

كما يرى Mollick (2014) أن الدافع الأساسي للمؤسسين الانخراط في التمويل الجماعي هو جمع الأموال، لأنه يوفر منصة سهلة الاستخدام ومنظمة، حيث يمكن التماس المساهمات المالية الموزعة وجمعها من العديد من الأشخاص، مما يسمح بالانتشار لرواد الأعمال لتجنب ممولي الأعمال التقليديين.

3-2. الاستنتاجات من التعاريف: بناءً على جميع التعاريف المذكورة أعلاه، يمكن استنتاج ما يلي:

- التمويل الجماعي هو طريقة تمويل تتضمن توجيه نداء إلى الجمهور للحصول على الدعم المالي، غالبًا عبر الإنترنت، لأغراض محددة من قبل رواد الأعمال.
- تم تعريف التمويل الجماعي باعتباره تأكيدًا على التبرع العام لكسب التمويل للمشاريع الجديدة.
- عملية التمويل الجماعي تنطوي على جمع مساهمات صغيرة من عدد كبير من الأفراد والتحايل على الوسطاء الماليين التقليديين.

• يمكن القول إن التمويل الجماعي فئة فرعية من التعهيد الجماعي، حيث توجد أعداد كبيرة ممن يستثمر من الأشخاص مبالغ صغيرة من المال في مشاريع فردية، غالبًا عبر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

• يشمل اللاعبون الرئيسيون في التمويل الجماعي المنصة ورجال الأعمال والداعمون الذين يقدمون التمويل في شكل تبرعات أو مكافآت أو استثمارات.

• التمويل الجماعي هو حل واعد لتمويل رواد الأعمال.

من الواضح أنه من الصعب فهم ما يعنيه التمويل الجماعي حقًا، لأن كل تعريف يفتقد عنصراً رئيسياً أو أكثر، فالفكرة الأساسية وراء التمويل الجماعي هي أن يوضح رائد الأعمال أو صاحب المبادرة فكرته بأفضل طريقة ممكنة ضمن حدود الموارد والوقت والقيود الأخرى. يتم تقديم العرض التوضيحي بشكل أساسي عبر الإنترنت، وقد يشمل ذلك مواد مكتوبة ومواد صوتية أو مرئية، حتى يتمكن الداعمون المحتملون من فهم فكرة المنشئ بأفضل ما لديهم. هذه الفكرة يجب أن تكون جذابة بدرجة كافية حتى تصل إلى الأرض بما يكفي لإقناع الممولين بالالتزام¹. ولنشر الفكرة، يمكن للمؤسسين استخدام منصة تمويل جماعي وسيطة (ممارسة شائعة) أو نظامهم الأساسي (وهو أقل شيوعاً) لأغراض العرض التوضيحي. يتم بعد ذلك الترويج للدعوة إلى التمويل المفتوح بشكل أساسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي (مثل Facebook و Myspace و Twitter و YouTube و LinkedIn و Reddit و Google+ و Quora و Weibo Sina Chinese)، فضلاً عن وسائل الاتصال الأخرى على الإنترنت (على سبيل المثال، بريد إلكتروني). إن الرسالة المهمة التي يسهل فهمها أمر بالغ الأهمية لجذب عدد كبير من الممولين². عادة ما يكون الموعد النهائي لحملة جمع التبرعات ما بين 30 و 45 يومًا. وعادةً ما يتم عرض المبلغ الإجمالي الذي تعهد به الممولون في الوقت الفعلي على منصة التمويل الجماعي، وتتقاضى المنصات الوسيطة عمولات تتراوح من 8% إلى 10%

¹ Mollick E. Op.cit, P.05.

² Belleflamme P. Lambert T. and Schwienbacher, A. « **Crowdfunding: Tapping the right crowd** ». Journal of Business Venturing, Vol 29.N° 05, 2014. Pp 585-509, p 590.

على المشاريع التي تجمع الأموال بنجاح، بما في ذلك تكاليف معالجة المعاملات من معالجات الدفع مثل Amazon و PayPal¹.

4-2. التعريف المقترح: من خلال دمج جميع العناصر المذكورة أعلاه، نقترح التعريف التالي:

التمويل الجماعي هو وسيلة تمويل عبر الإنترنت تهدف إلى تحقيق أي مبادرة من خلال المساهمات الموزعة عبر المنصات الوسيطة، حيث يتم دعم المبادرة من خلال تعهدات بمبالغ مالية صغيرة من قبل عدد كبير من الأشخاص، في غضون فترة زمنية محدودة. ويتم تمويل المبادرات أو الأفكار أو المشاريع من خلال دعوة مفتوحة للتمويل، بشكل أساسي عبر تقنيات الإنترنت، بحيث يمكن للممولين التبرع أو الشراء المسبق للمنتج أو الإقراض أو الاستثمار بناءً على إيمانهم بالمبادرة، ووعد مؤسسها أو توقع عائد.

5-2. التمايز بين التعهيد الجماعي والاستثمار الجماعي

ظهر مصطلح التعهيد الجماعي في التسعينيات من القرن الماضي وتم التعبير عنه لأول مرة في عام 2006 على أنه مصطلح جديد يتكون من كلمتي الحشد والاستعانة بمصادر خارجية من قبل الصحفي الأمريكي من مجلة التكنولوجيا الأمريكية المعروفة Wired Jeff Howe في مقالته: The Rise of Crowdsourcing. وبالإشارة إلى ظواهر مثل Open Source و Wikipedia و Ebay و Myspace، يوضح جيف هاو كيف يمكن استخدام وسيط الإنترنت لاستخدام الجمهور على وجه التحديد، أي كتلة مستخدمي الإنترنت، من أجل الابتكارات².

التعهيد الجماعي عبارة عن شكل تفاعلي لتقديم الخدمة الذي يتم تنظيمه بشكل تعاوني أو تنافسي ويتضمن عدد كبير من الجهات الفاعلة ذات الدوافع الخارجية أو الجوهرية بمستويات مختلفة من المعرفة باستخدام أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة القائمة على الويب، ونتائج الأداء هي منتجات أو خدمات يتم تقديمها بدرجات متفاوتة من الابتكار، والتي يتم

¹ Idem. P 591.

² Sixt E, « Schwarmökonomie und Crowdfunding Webbasierte Finanzierungs- systeme im Rahmen realwirtschaftlicher Bedingungen », Electronic Book, ISBN 978-3-658-02929-6, 2014. P.24.

تطويرها بواسطة شبكة من المشاركين بشكل تفاعلي بناء على دوافع خارجية، أو بشكل استباقي عن طريق تحديد الفجوات في الاحتياجات أو الفرص تلقائيًا¹.

مبدأ التعهيد الجماعي أقدم بكثير من التمويل الجماعي، فهذا هو الشكل الحديث لتقسيم العمل واستخدام الذكاء الجماعي القوي للجماهير، حيث يتم الاستعانة بمصادر خارجية للمهام التي يتم تنفيذها في الأصل داخل المؤسسة إلى مجموعة كبيرة غير محددة من خلال دعوة عامة للمتطوعين، ويهدف إلى المساعدة في تحقيق الأهداف الجماعية التي لا يمكن للأفراد أو المنظمة نفسها تحقيقها بمفردهم².

¹ Idem, P.24.

² Walter Brenner, Thomas Hess, « **Wirtschaftsinformatik in Wissenschaft und Praxis** », Electronic Book, ISBN 978-3-642-54411-8, 2014, p.53.

المبحث الثاني: نماذج التمويل الجماعي (أنواع التمويل الجماعي)

اعتمادًا على نوع المكافأة التي توافق المؤسسات الناشئة على تلقيها التبرع بالمال، فإنه لمن الضروري للمؤسسات الناشئة قبل الانتقال إلى حجم الاستثمارات التي تتم من خلال التمويل الجماعي، فهم نماذج التمويل الجماعي. ومحاولة تبسيط الأمور على أبسط المستويات، من خلال التمييز بين لنماذج الاستثمارية والنماذج غير الاستثمارية المحددة وفقًا لطبيعة التعويض الموعود والمتوقع من قبل الممولين. حيث تشمل النماذج غير الاستثمارية التمويل الجماعي للمكافآت والتبرعات، بينما تشمل نماذج الاستثمار نماذج الإقراض وحقوق الملكية (بما في ذلك نماذج حقوق الملكية مثل تقاسم الأرباح أو الدخل)¹.

1-2. التصنيفات المختلفة للتمويل الجماعي: بغض النظر عن المبلغ المستهدف، يمكن تصنيف التمويل الجماعي على نطاق واسع إلى مجموعتين، تجارية وخيرية، على الرغم من أن المشروع يقع في بعض الأحيان في كلا المجموعتين. ففي المبادرات التجارية يتوقع الممولون نوعًا من العائد على استثماراتهم، بينما لا يتوقع الممولون أي عائد شخصي من المشاريع الخيرية، لأنهم يستمتعون بكونهم جزءًا من قضية ذات أهداف عظيمة، وعلى نفس المنوال، يحدد Hemer (2011) نوعًا آخر يسمى الوسيط، يقع بينهما النوع التجاري والخيري.

ويؤكد أن النجاح التجاري المستقبلي لبعض المشاريع غير واضح. على سبيل المثال، كانت المشاريع، مثل Skype و Facebook و YouTube، قد سقطت في هذا النوع من أيامها الأولى أثناء مراحلها المبكرة. كما يحدد Hemer أيضًا أربعة أنواع للتمويل الجماعي: تعهد الحد الأدنى، الإقراض الصغير، الاستثمار والحياسة².

وفي غضون ذلك، صنف Schwienbacher, Lambert and Belleflamme (2013) التمويل الجماعي إلى ثلاث مجموعات على أساس طبيعة المكافأة، التبرع، الاستثمار النشط، والاستثمار

¹Belleflamme L. and Thomas P, «An Industrial Organization Framework to Understand the Strategies of Crowdfunding Platforms », book-chapter, Emerald Group Publishing Limited, 2016, Pp 1-19. pp 6-8.

² Hemer J.2011,Op.cit, pp. 12-14.

السلي¹. كما يصنف(Griffin(2013 التمويل الجماعي إلى خمسة أنواع واسعة من التمويل الجماعي، تتميز وتختلف هذه الأنواع حسب كل طلب تمويل، بناءً على العائد الذي يتوقعه الممولون من رائد الأعمال على استثماراتهم مقابل رأس المال، وتتمثل هذه الفئات الخمس للتمويل الجماعي في: (1) نموذج التبرع، (2) نموذج المكافأة، (3) نموذج الشراء المسبق، (4) نموذج الإقراض و (5) نموذج حقوق الملكية². لكن عند التفكير في الالتزام بين المؤسس والممولين، يمكن أن يتم تصنيف التمويل الجماعي أيضاً على نطاق واسع إلى أربعة أنواع: النماذج القائمة على التبرع، القائمة على المكافآت، القائمة على الإقراض والنماذج القائمة على الأسهم³. ويقدم الرسم التوضيحي التالي نظرة عامة تقريبية لمختلف تصنيفات التمويل الجماعي:

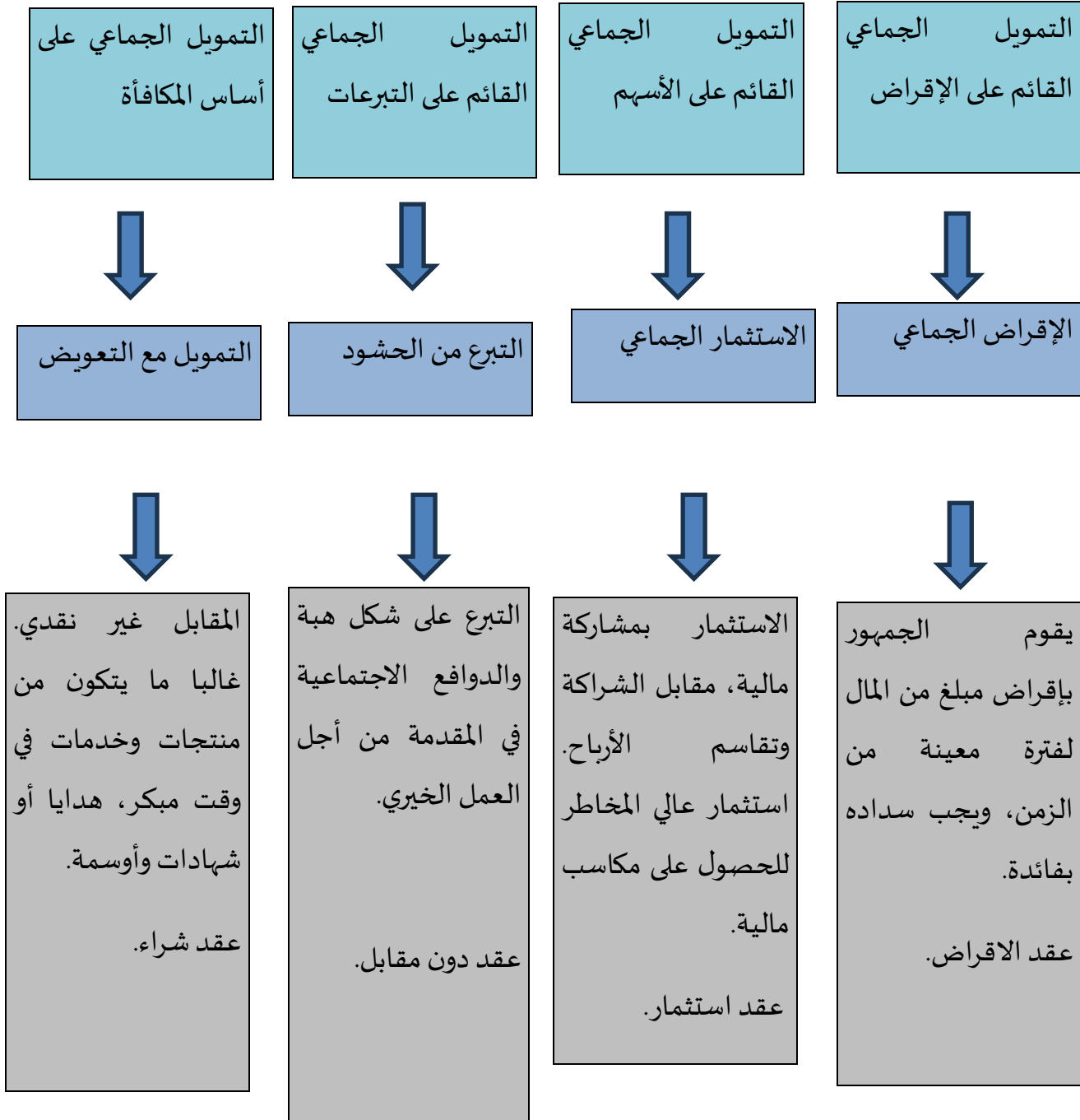
¹Belleflamme L. Thomas P. and Schvienbacher A. 2013.Op.cit, pp. 03-04.

²GriffinZachary J. « **Crowdfunding :Fleecing the American masses**». Journal of Law, Technology &Theinternet, Vol. 04. N°02. 2013, p.379.

³Mollick E .Op.cit. p.04.

الشكل (2-1): تصنيفات التمويل الجماعي.

تصنيفات التمويل الجماعي



المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى ما تم التوصل إليه من خلال البحث في التمويل الجماعي.

2-2. نموذج التمويل الجماعي المستند إلى التبرعات:

هي تبرعات. لا يتلقى المستثمرون شيئاً مقابل مساهماتهم، ولا حتى العائد المحتمل للمبالغ التي دفعوها. وهو أبسط أنواع التمويل الجماعي وأكثرها شيوعاً. وفي هذا النموذج كما يوحي الاسم يكون تبرع الممولين لأغراض خيرية. عادة ما يتم تقديم هذه التبرعات للمبادرات الاجتماعية والخيرية، فالممولون لا يتوقعون عائداً على استثماراتهم¹. ولكن منصات التبرع الخالص غير شائعة وتركز بشكل عام على الطلبات الواردة من المؤسسات الخيرية والمنظمات غير الربحية، يتبرع الممولون عموماً لقضية يؤمنون بها، فقد يحصل هؤلاء الممولون على بعض الرموز كبعث رسالة امتنان من المؤسسين ولكن لا يوجد مكافأة مادية. ومع ذلك، على الرغم من أن دافع المتبرع خيري، إلا أنه لا يلزم أن يكون دافع المتلقي. لذلك يمكن للتبرعات تمويل الأعمال الربحية². ولا يقتصر النموذج القائم على التبرع على المنظمات غير الربحية فقط، لأن بعض الأشخاص قد يتبرعون لمبادرة إذا كان ذلك سيمكنهم لاحقاً من شراء منتج مرغوب فيه في السوق المفتوحة. بطبيعة الحال، فإن المخاطر المرتبطة بالتمويل الجماعي المستند إلى التبرعات منخفضة للغاية، لأنه لا يوجد التزام على المؤسسين بتقديم عائد، ولا يتوقع الممولون منه عائداً³.

2-3. نموذج التمويل الجماعي المستند إلى المكافآت والشراء المسبق:

يوفر هذا النموذج للممولين عائداً غير نقدي، حيث يتم في هذا النموذج دعوة رواد الأعمال للعملاء المحتملين إلى الطلب المسبق لعرض منتجاتهم، أحياناً بسعر أقل من المعتاد، كما يمكن أن يقدم المؤسسون أيضاً هدايا ومكافآت أخرى غير نقدية للممولين، لكنهم لا يدفعون أبداً فائدة أو حصة من أرباح أعمالهم⁴. لكن في ضوء المعضلات الأخلاقية والحوادث الواقعية التي حدثت في هذا النوع من التمويل، والمتمثلة في وجود وسيط من مستوى المخاطرة لكل من المؤسسين والممولين، وفي أسوأ السيناريوهات، قد يكون المؤسس غير قادر على تصنيع المنتج المقترح لسبب ما، لذلك لن

¹ Mollick E. Op.cit. 04-05.

² Steven Bradford C. 2012.Op.cit. p.15.

³ Belleflamme L. Thomas P. and Schwenbacher A. 2013. Op.cit., pp. 04-06.

⁴ Steven Bradford C.2012.Op.cit., pp.15-16.

يستلم الممولون المكافأة المتوقعة. وبشكل عام، يميل الأشخاص الذين لديهم سمات متباينة إلى أن يصبحوا ممولين في هذا النوع من التمويل الجماعي¹.

التمويل التشاركي للبيع المسبق للمنتجات يسمح بالبيع المسبق للمنتج لأصحاب المشاريع بطلب منتج أو خدمة مسبقًا، وزيادة رأس المال لبدء الإنتاج، ثم إرسال المنتج النهائي إلى المساهم عند اكتماله، ويسمح هذا النموذج لأصحاب المشاريع بتمويل تكاليف الإنتاج الأولية لإنشاء المخزون، كما يتيح إحدى مزايا البيع المسبق للمنتج لرجال الأعمال التمييز في الأسعار بين المشتريين الأوائل والمستهلكين في السوق المفتوحة، ويتمثل الجانب السلبي لمبيعات ما قبل البيع الجماعية لمنتج ما قبل البيع في أن الممولين الجماعيين قد لا يتلقون المنتج، أو قد يتلقونه في وقت متأخر عن الموعد المحدد².

لا تتضمن نماذج التمويل الجماعي القائم على المكافأة أو الشراء المسبق أيضًا أوراقًا مالية، طالما أن المكافأة أو المنتج الذي تم شراؤه مسبقًا هو كل ما وعد به المستثمر مقابل مساهمته، وهناك تمييز واضح بين الاستثمار والاستهلاك. إذ أنه لا يكون عقد الاستثمار موجودًا إلا عندما يُعرض على المستثمر عائد مالي على استثماره، مثل زيادة رأس المال أو المشاركة في الأرباح أو حتى مبلغ ثابت بمعدل الفائدة، أما إذا كان المشتري مدفوعًا بالرغبة في استخدام أو استهلاك السلعة المشتراة، فإن قوانين الأوراق المالية لا تنطبق عليه، ولا يهم أن المساهم قد وعد بسعر أقل للمنتج مما سيدفعه عامة الناس³.

¹ Hauge Janice. A. and CHimahusky.S, « Are Promises Meaningless in An Uncertain Crowdfunding Environment? ». Economic Inquiry, Vol 54, No 03, 2016, Pp1621–1630 p1622.

² Steven Bradford C.2012. Op.cit. p 16.

³ Steven Bradford C.2012. Op.cit. p.32

4-2. نموذج التمويل الجماعي المستند إلى الأسهم:

هناك نموذج آخر شائع الاستخدام وهو التمويل الجماعي القائم على الأسهم، أو المعروف أكثر باسم الاستثمار الجماعي، وبالمقارنة مع الأشكال الأخرى للتمويل الجماعي، فإن الممول يحصل على حصة في المؤسسة المعنية، ولا تتم مكافأة المشاركة عمومًا بالهدايا أو الحوافز المادية، ولكن بالعائد على الاستثمار¹.

التمويل الجماعي المستند إلى الأسهم هو نموذج يتوقع فيه الممولون عائداً مالياً على استثماراتهم، ويسمى أيضاً نموذج تقاسم الأرباح. في هذا النموذج، يحفز رواد الأعمال الحشد على استثمار الأموال من أجل الحصول على حصة من أرباح المشروع المستقبلية. والتمويل الجماعي القائم على الأسهم ينطوي على العديد من الاعتبارات التجارية والقانونية من جانب مؤسسات وسيط التمويل الجماعي والمستثمرين، حيث إنه يقع بوضوح في نطاق بيع الأوراق المالية².

5-2. نموذج التمويل الجماعي القائم على الإقراض:

في هذا النموذج، يقدم الممولون الأموال لفترة متفق عليها مع التوقع لاسترداد أموالهم، ربما مع الفائدة. وغالبًا ما يطلق على نموذج الإقراض للتمويل الجماعي باسم الإقراض من نظير إلى نظير، ويتضمن الإقراض من نظير إلى نظير قروضاً بحيث يقدم المساهمون الأموال على أساس مؤقت ريثما يتم السداد. وفي بعض الحالات، يُوعد المستثمرون بالفائدة على الأموال التي يقرضونها وتكون تلك الاستثمارات أوراقاً مالية، وفي حالات أخرى، يحق لهم فقط الحصول على استرداد أصولهم. وتكون تلك الفوائد أوراقاً مالية³.

ويشار إلى التمويل الجماعي القائم على الإقراض غالبًا باسم الإقراض من نظير إلى نظير. ففي هذا النموذج، يقوم المساهمون بإقراض الأموال لرواد الأعمال ويتوقعون السداد في نهاية فترة

¹ Brüntje D. Gajda O. « **Crowdfunding in Europe – State of the Art in Theory and Practice**», Electronic Book, ISBN 978-3-319-18017-5, 2015, p71.

² Belleflamme L. Thomas P. and Schwienbacher A. 2013. Op.cit. p. 07.

³ Steven Bradford C. 2012. Op.cit. pp.21-22.

محددة بشكل متبادل ، ويتلقى بعض المساهمين فوائد على قروضهم والبعض الآخر لا يحصلون عليها، لأنه قد يتضمن نموذج الإقراض بيع الأوراق المالية¹.

¹ Griffin Zachary J. Op.cit. p.380.

المبحث الثالث: منصات التمويل الجماعي والجهات الفاعلة فيها

في منصات التمويل الجماعي يقوم صاحب المبادرة (فكرة مبتكرة) بشرح فكرته بأفضل طريقة ممكنة ضمن حدود الموارد والوقت والقيود الأخرى، وهي مبادرة يتم تقديمها بشكل أساسي عبر الإنترنت، وقد تشمل المواد المكتوبة، الوسائط المرئية والمسموعة، حتى يتمكن الممولون المحتملون من فهم فكرة رائد الأعمال بأفضل ما يمكن، بحيث يجب أن تكون هذه الفكرة جذابة بما يكفي لإقناع الممولين بالالتزام بصرف الأموال. ولنشر الفكرة، يمكن للمؤسسين استخدام دعم منصة التمويل الجماعي (ممارسة شائعة) لتوضيح النية¹.

بعد ذلك يتم الترويج لنداء التمويل المفتوح بشكل أساسي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. (على سبيل المثال، Facebook، Myspace، Twitter، YouTube، LinkedIn، Reddit، Google +، Weibo Sina Chinese، Quora) وكذلك من خلال الاتصالات الأخرى القائمة على الإنترنت (على سبيل المثال، البريد الإلكتروني)، رسالة ملهمة وسهلة الفهم أمر بالغ الأهمية لجذب عدد كبير من الممولين، ويتراوح الإطار الزمني لحملة جمع التبرعات عادةً بين 30 و45 يوماً، وعادة ما يتم عرض المبلغ الإجمالي الذي تعهد به الممولون في الوقت الفعلي على منصة التمويل الجماعي، المنصات تعتبر كوسيط وتأخذ عمولات تتراوح بين 8% و 10% من المشاريع التي تجمع الأموال بنجاح، بما في ذلك تكاليف معالجة المعاملات من معالجات الدفع مثل Amazon و PayPal من خلال دمج جميع الملفات².

وتم إطلاق المنصة الأولى في عام 2003 تحت اسم Share Artist بالولايات المتحدة الأمريكية، وبالتالي اتخذ موضوع التمويل الجماعي سمات رسمية، ونظراً للنجاح الهائل الذي حققته هذه المنصة، فقد تم إنشاء العديد من المنصات الأخرى على مر السنين. وتشمل الأمثلة المعروفة منصات Indiegogo و Kickstarter ويوجد الآن الكثير منها في جميع أنحاء العالم، ونظراً للعدد الكبير من منصات التمويل الجماعي الموجودة، هناك مجموعة متنوعة من الخدمات المقدمة³.

¹ Belleflamme, P. and al. (2014) Op. cit. p 589.

² Idem. P 590.

³ Mollick, E. (2014). Op. cit. p 593. p 05.

3-1. دور وفوائد منصات التمويل الجماعي:

منصات التمويل الجماعي يجب أن تُفهم على أنها مقدمي خدمات، عن طريق الاستخدام لأنظمة الدفع وحملات التمويل الجماعي باستخدام أدوات الإدارة، وتعمل منصة التمويل الجماعي كوسيط بين الحشد المستعد للاستثمار والمؤسسون الذين يبحثون عن رأس المال. وبذلك تغلق الفجوة وينشأ اتصال بين الطرفين، وهذا له ميزة الحصول على المعلومات الأقل تكلفة، ولا يستغرق وقتاً طويلاً بالنسبة للمستثمرين لأن المنصات توفر جميع المعلومات الأساسية حول برامج الإطلاق التي تقدمها على الموقع بشكل واضح¹.

كما توفر منصة التمويل الجماعي مزايا مختلفة لبادئ المشروع، لذلك فهو يتمتع بإمكانية الوصول إلى البنية التحتية التقنية وجميع البنية التحتية المالية، ويتم تنفيذ العمليات بشكل آمن عبر المنصة، كما أنه يستفيد من الدعم الشامل للمشروع، والذي يمكنه من التركيز على وضع تصميم المشروع واكتساب أكبر عدد ممكن من العملاء².

ويتم استخدام مبدأ الكل أو لا شيء دائماً أو تقريباً على معظم منصات التمويل الجماعي، ويطبّق إذا لم يتم الوصول إلى الميزانية المستهدفة والمحددة في بداية الحملة، وعلى هذا الأساس لن يتم تنفيذ المشروع المستهدف، لأن المستثمرون لم يحصلوا على المبلغ المطلوب لتنفيذ مشروعهم وبالتالي يتم إرجاع الأموال لأصحابها. لكن بعض المنصات تقدم استثناءً لهذا النهج، وهنا يمكن لبادئ المشروع أن يقرر ما إذا كان سيستمر في تنفيذ المشروع على الرغم من عدم اكتماله ويرغب في تنفيذ الميزانية المستهدفة التي تحققت³.

¹ Schramm, Dana. M. Carstens, J.« **Startup-Crowdfunding und Crowdinvesting, Ein Guide für Gründer, Mit Kapital aus der Crowd junge Unternehmen online finanzieren** », Electronic Book ,ISBN 978-3-658-05926-2,2014. p.29.

² Schramm, Dana. M. Carstens, J.Op.cit.p30.

³ Alexandra Harzer, « **Erfolgsfaktoren im Crowdfunding** », Technische Universität Ilmenau, Universitätsbibliothek Universitätsverlag Ilmenau, Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat OHG Am Hawerkamp 31, Band 7, ISSN 1864-3787, 2013. p55.

2-3. الجهات الفاعلة والمرتبطة بمنصات التمويل الجماعي

تلعب العديد من العناصر أدوارًا مهمة في تسهيل الجوانب المختلفة لعملية التمويل الجماعي، كدور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث يتم استخدام التمويل الجماعي من خلال تقنيات الويب، وعلى هذا النحو، تشكل بوابات الويب، وأدوات التفاعل الرقمي، وأنظمة الدفع الإلكتروني التي يوفرها وسطاء التمويل الجماعي عناصر مهمة لهذا التمويل. أما المشاركون في هذه العملية فهم: المؤسس، الجمهور (الحشد) والمنصة الإلكترونية المعنية.

1-2-3. المؤسس: هو المبادر سواء كان شخص أو فريق أو منظمة، تقوم بإطلاق حملة طلب التمويل من العديد من الأفراد لجمع التمويل الكافي على منصة تمويل جماعي لغرض معين، وغالبًا ما يكون ذلك بمقابل سواء منتجات، فوائد أو أسهم مستقبلية، ويشار إلى المؤسس أيضًا بأسماء أخرى مختلفة، مثل البادئ، المستلم، فريق المشروع، المجموعة، ... إلخ¹.

2-2-3. الممول: يتعهد هذا الشخص بالدعم المالي أو المبادرة في التمويل الجماعي، ويمكن للممولين أن يتوقعوا الحصول على عائد ملموس أو منتجات مسبقة، وهو عبارة عن عائد على الاستثمار أو المشاركة في رأس المال اعتمادًا على التزام صاحب المشروع، ويمكن أيضًا الإشارة إلى الممول على أنه مانح، أو ممول، أو مُقرض، أو مستثمر، أو عميل الشراء المسبق، ... إلخ².

3-2-3. منصة التمويل الجماعي: تربط منصات التمويل الجماعي بين مجموعتين متميزتين على الأقل، وهي رواد الأعمال أصحاب الفكرة الابتكارية (جامعي الأموال) في مجموعة واحدة من جهة والمساهمين (الممولين) من جهة أخرى، وهي عبارة عن منصة يتم الولوج إليها عن طريق استخدام الإنترنت كبوابة لعرض فكرة الحملة والمعلومات ذات الصلة، مثل الوصف التفصيلي

¹ Ronsdorf M. « **Crowdfunding** » Deutsches Institut für Bankwirtschaft – Schriftenreihe, Band 11 (c), <http://www.deutsches-institut-bankwirtschaft.de/schriftenreihe/>. ISSN 1869-635X, 2014. p.33.

² Idem. p 33.

للمشروع، والصور، والصوت، والفيديو، وتعدد الخيارات، ومدة المشروع، وتفاصيل المؤسس، وما إلى ذلك¹.

3-3. عملية حملة التمويل الجماعي على المنصات

الحملة هي الأداة المركزية في التمويل الجماعي، وهي تدل على العملية التي يتم فيها تقديم المشروع وعرضه على منصة التمويل الجماعي لجمع مبلغ معين من التمويل، وتنقسم عملية حملة التمويل الجماعي عمومًا إلى المراحل الأربع التالية: التطبيق، الإعداد، وحملة التمويل الجماعي، وأخيرًا الوضع بعد اكتمال الحملة، أما المشاركون في هذه العملية هم المؤسس، الجمهور والمنصة الإلكترونية المعنية².

فالمؤسس هو المبادر الذي يريد تمويل مشروعه لأن موارده المالية الخاصة ليست كافية، كما يمثل الجمهور (الحشد) مجموعة من الأشخاص الذين يدعمون الفكرة برأس المال لعدة أسباب، ويتم ربط هذين الفاعلين عبر منصة تمويل جماعي، وهو ما يمثل نوعًا من الواجهة في هذه العملية المكونة من أربع مراحل³. وتتمثل فيما يلي:

3-3-1. مرحلة تقديم الطلب: في حملة التمويل الجماعي هي تقديم الطلب وإتمام عملية الاختيار، فيتقدم المبادرون بالمشروع على موقعهم الإلكتروني في منصة التمويل الجماعي المختارة مع فكرة أعمالهم التي يقدمونها في هذا الشأن كما يجب أن يتفحص المبادرون منصات التمويل قبل تقديم وعرض مشروعهم، لأن هناك بعض الاعتبارات الأولية التي يجب على المؤسست مراعاتها قبل تقديم الطلب⁴.

في البداية يمكن القيام بمراقبة وتحليل الحملات الناجحة للمؤسسات الأخرى، وتوفير نظرة ثاقبة حول كيفية إعداد حملة التمويل الجماعي، وقد يكون من المفيد أيضًا دعم مشروع آخر للتعرف أولاً على وجهة نظر الجمهور، ثم على صاحب الفكرة أن يسأل نفسه أسئلة حول مشروعه

¹ Belleflamme L. and Thomas P, 2016, Op.cit., pp.03-04.

² Ronsdorf M. Op.cit. p.38.

³ Brüntje D. Gajda O. Op.cit. p.10.

⁴ Schramm Dana. M. Carstens J, Op.cit. p.85.

الخاص، والأمر المهم بشكل خاص هو ما إذا كان هذا المشروع جديداً ومبتكراً وسيكون جذاباً لعامة الناس، فمن المهم أيضاً فحص الأفكار المشابهة للتأكد من عدم تقديم نسخة مكررة، والتفرد بالمشروع مما يحفز الجمهور لقبوله ودعمه¹.

كما يجب على بادئ المشروع استخدام الأنواع المختلفة للتمويل الجماعي واختيار المنصة الأكثر ملاءمة لفكرته الخاصة بشكل أفضل وتحديد موقع المنصة المناسبة للمشروع، لأنها تختلف من حيث معايير الاختيار أو المجموعات المستهدفة، وبمجرد اتخاذ القرار واستكمال الاعتبارات الأولية، يمكن إعداد الطلب، ويقوم الممول بعد ذلك بمراجعة جميع الطلبات المستلمة واختيار الأفضل، ففي العديد من المنصات، تتكون عملية الاختيار من الاختبار والفحص بالعناية الواجبة واللازمة، والذي يأخذ شكل مقابلة شخصية أو استبيان، كما قد يشمل ذلك أيضاً اختبارات شخصية أو فحص خطة العمل أو التصنيف الائتماني، وتشمل معايير الاختيار الرئيسية الفائدة والابتكار والتفرد وقابلية التوسع، وتختلف إجراءات التقديم من منصة إلى أخرى. حيث يقوم البعض بإجراء اختيار مسبق، والبعض الآخر ينشر كل مشروع². وبمجرد قبول المشروع تبدأ المرحلة التالية.

2-3-3. مرحلة إعداد الحملة: بمجرد قبول المشروع من قبل المنصة الإلكترونية للتمويل الجماعي، تبدأ مرحلة إعداد الحملة، وهذا هو الوقت الذي يتم فيه تنسيق تفاصيل العقد الأساسية مع المنصة عبر الإنترنت، ويشمل ذلك هدف التمويل وفترة الاستثمار وهيكل صفحة المشروع وإعداد العرض التقديمي، تصميم صفحة المشروع ومدة حملة التمويل الجماعي. هذا هو كل شيء مع عرض الفكرة الخاصة، والتي عادة ما يتم عرضها من خلال تصوير فيديو ذاتي الصنع للمشروع الشخصي، ومن المهم أيضاً تحديد الميزانية الاستثمارية المستهدفة والمطلوبة مع مراعاة حدوث مشكلات غير متوقعة من خلال تحديد هدف تمويل أعلى، وإلا فإن الصعوبات المفاجئة قد تعرض تنفيذ المشروع للخطر، وعند اكتمال كافة هذه المهام، يحدث التنشيط إلى ما يسمى الملعب³.

¹ Akers S. « The Secrets of Crowdfunding: A Step-by-Step Guide to Getting the Most From Your Kickstarter Campaign », Electronic Book ,ISBN 978-0988322318, 2012. p.11.

² Schramm, Dana M. Carstens J, Op.cit. p.85.

³ Akers S. Op.cit. pp.19-20.

علاوة على ذلك، يجب ان يهدف التنشيط إلى إقناع الحشد بفكرة العمل في هذا المشروع الناجح. وفي الوقت نفسه، يجب تخطيط وإعداد التدابير التسويقية المصاحبة من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص بالحملة، بالإضافة إلى وسائل الإعلام المعتادة، كما تعد وسائل التواصل الاجتماعي ذات أهمية خاصة من أجل توسيع نطاق الحملة، كما يتضمن الملعب عرض المشروع، الفيديو التعريفي موجود في الموقع الرئيسي، ويصبح مشروع التمويل الجماعي الآن نشطاً عبر الإنترنت، وفي هذه المرحلة، يجب على صاحب المشروع أن يبدأ بإعلام المستثمرين المحتملين عنه في الشبكات الاجتماعية المتاحة، ومن المهم للغاية الحفاظ على الاتصال للبحث عن المستثمرين المحتملين وكسب ثقتهم، كما يجب أن يكون هناك من يقوم بتنفيذ حملة علاقات عامة مفصلة بمساعدة وسائل التواصل الاجتماعي¹.

ومن المهم أيضاً إبلاغ المؤيدين المحتملين والمؤيدين الحقيقيين لمواكبة التحديثات المستمرة، هذا الجزء من الحملة يتم نظراً للمستوى العالي من الشفافية والتواصل حول استخدام الأموال لأمر مهم ويجب الحفاظ عليه، فالأمر يستغرق وقتاً طويلاً بالنسبة لمبادر المشروع للوصول إلى هذا المستوى².

وتنتهي هذه المرحلة بانتهاء الحملة، الآن اتضح ما إذا كان قد تم ذلك بنجاح، ويمكن تحقيق الميزانية المستهدفة المطلوبة خلال هذه الفترة وبالتالي تم الانتهاء من المشروع الممكن تنفيذه في الواقع، إذا كان هذا هو الحال، يتلقى بادئ المشروع المبلغ الذي تم جمعه، وسيتم دفع المبالغ المتفق عليها ويتم تقديمه من قبل اللجنة المالكة لمنصة التمويل الجماعي³، ليتم بعد ذلك، يتم إعلام المؤيدين عبر المنصة أن صاحب المشروع أبلغ عن الوضع الحالي للمشروع وتنفيذه.

3-3-3. مرحلة تنفيذ حملة التمويل الجماعي:

وتتمدد عادةً من أربعة إلى اثني عشر أسبوعاً وتبدأ عندما تظهر فكرة المشروع على المنصة، ومع ذلك، يجب تحديد عتبة التمويل وحد التمويل مسبقاً، ويمثل الحد الأدنى للمبلغ الذي يجب

¹ Brüntje D. Gajda O. Op.cit. p.10.

² Schramm, Dana M. Carstens J, Op.cit. p 83.

³ Schramm, Dana M. Carstens J, Op.cit. p 84.

الوصول إليه ليكون التمويل ناجحًا، كما يمثل الحد الأقصى للمبلغ الأقصى المحتمل الذي يمكن جمعه في هذه الحملة¹.

بالإضافة إلى ذلك، تعد حملة العلاقات العامة الشاملة أمرًا ضروريًا لتحقيق النجاح المنشود طوال فترة التمويل الجماعي بأكملها، ويجب أن يبقى المراقبون على اطلاع دائم بكل الأحداث الجديدة، أحد الإجراءات المهمة جدًا للحفاظ على الاهتمام هو الاتصال الوثيق بالجمهور والإجابة على أسئلتهم، فالأمر الحاسم هنا هو كيفية الإجابة على الأسئلة الفردية، والتي قد تكون حرجة في بعض الأحيان، أين يجب أن يكون نقل الثقة أولوية قصوى². بحيث يقوم المؤسسون بإنشاء هذه الثقة في التمويل الجماعي من خلال الإجابة على جميع أسئلة الجمهور بالتفصيل وبطريقة ملزمة وسريعة ومتساوية³.

ولهذا السبب، لا ينبغي للمبادرين أن يخجلوا من المناقشات، بل يجب عليهم أن يواجهوها ويحافظوا على الاتصال مع المستثمرين المحتملين، عند هذه النقطة يصبح من الواضح مدى استهلاك تنفيذ الحملة للوقت، خاصة عندما يتعلق الأمر برعاية المستثمرين⁴.

4-3-3. وضعية التمويل الجماعي بعد انتهاء الحملة:

تتناول المرحلة النهائية الوضع بعد انتهاء الحملة، فإذا تم الوصول إلى حد التمويل المحدد، يحصل صاحب المشروع على المبلغ المالي بعد خصم عمولة للمنصة، أما إذا لم يتم تحقيق الهدف، فعادة ما يتم تطبيق مبدأ الكل أو لا شيء، وهذا يعني أنه سيتم سداد مبلغ كل داعم مقابل مساهمته، مما يضمن عدم ربط المبادرين بما يتعين عليهم تقديمه في المقابل إلى الداعمين، على الرغم من عدم تحقيق الميزانية المطلوبة. وهناك خيار آخر، نادرًا ما يتم تقديمه، وهو التمويل المرن، وبهذا يُسمح لصاحب المشروع باستخدام المبلغ الذي تم جمعه⁵.

¹ Ronsdorf M. Op.cit., p.29.

² Ronsdorf M. Op.cit., p.29.

³ Schramm, Dana M. Carstens J, Op.cit. p 85.

⁴ Idem, p 86.

⁵ Ronsdorf M. Op.cit., p.30.

يتم الاحتفاظ بمبلغ التمويل بشكل كامل، حتى ولو لم يتحقق الهدف، وبما أن هذا الاجراء ينطوي عليه مخاطر أعلى، فإن الرسوم ستكون أعلى في المقابل، أما إذا كانت الحملة ناجحة، فلا تزال هناك بعض الجوانب التي يجب أخذها بعين الاعتبار بعد توزيع رأس المال، ويشمل ذلك أيضاً الالتزام التعاقدى بتوفير المعلومات للمستثمرين، وهذا ما يضمن استمرارهم في الاطلاع على تطورات المشروع ونجاح استثماراتهم. وبطبيعة الحال، يتوقع المستثمرون أيضاً العائد الموعود به، ويعتمد الشكل الدقيق لهذا الأمر على نوع التمويل الجماعي باستثناء التمويل الجماعي القائم على التبرعات، فلن يكون هناك أي تعويض¹.

وحتى بعد اكتمال الحملة بنجاح، يجب على صاحب المشروع أن يظل على اتصال وثيق مع المستثمرين من أجل كسبهم كعملاء مخلصين، فبعد كل شيء، يجب أن يكون النجاح مستداماً ولا ينتهي عند الحصول على رأس المال المطلوب².

ومع ذلك، لا يمكن أن يُنشأ ولاء العملاء إلا إذا تمكن الداعمون من المشاركة في تطوير المؤسسة على المدى الطويل، ففي النهاية، يتمتع هذا بميزة حاسمة تتمثل في أنه يمكن للمؤسسة الاعتماد على دعمها في أوقات الأزمات، أو لحملة ثانية أو للاستدامة. ويمكن للمستثمرين السابقين أن يلجؤوا إلى الاتصالات أو النصائح أو حتى طلب الزيادة في رأس المال³.

يتم إبلاغ العملاء الراضون عن المؤسسة العملاء الآخرين، وعلى الأرجح أنهم سيوافقون على دعم المشروع مرة أخرى في الأوقات الصعبة والحرية، ويعد الارتباط العاطفي مع الداعمين شرطاً أساسياً لا غنى عنه لمشروع تمويل جماعي ناجح، حيث يجب أن يتم إعطاؤهم الشعور بأنهم جزء من المجتمع⁴. ويقدم الرسم التوضيحي التالي خطوات عملية حملة تمويل جماعي ناجحة على المنصات:

¹ Brüntje D. Gajda O. Op.cit, p.101.

² Elfriede Sixt, Op.cit. p 63.

³ Elfriede Sixt, Op.cit. p.63

⁴ Schramm Dana M. Carstens J, Op.cit.p87.

الشكل (2-2): نموذج توضيحي لحملة التمويل الجماعي.



المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى ما تم التوصل إليه من خلال البحث في منصات التمويل الجماعي.

المبحث الرابع: عوامل النجاح في التمويل الجماعي مع الأخذ في الاعتبار ديناميكيات المشروع

إن عوامل النجاح الاستراتيجي هي العناصر أو المُحدِّدات أو الظروف التي لها تأثير حاسم على نجاح أو فشل الأعمال الريادية، وفي سياق التمويل الجماعي، فالنجاح يعني الوصول إلى مبلغ التمويل وبالتالي تحقيق هدف المشروع، فلا يمكن عادةً تنفيذ حملة التمويل الجماعي إلا إذا تم جمع رأس المال المستهدف مسبقًا من خلال دعم الجمهور، وبعد حملة تمويل جماعي ناجحة، فإن هذه الحملة لابد أن تأخذ في الاعتبار تلك العوامل التي تُعزِّز وتُؤثِّر بشكل إيجابي على مبلغ التمويل، هذه العوامل كلها هي عوامل نجاح مشروع التمويل الجماعي لوصف ما يحفز الداعم المحتمل لتمويل المشروع، فإن عوامل مدة المشروع، ديناميكيات المشروع، الميزانية المستهدفة وعدد الداعمين يوضح أهمية العوامل الفردية للداعمين المحتملين، ويمكن للفريق أو المؤسسة التي تقف وراء الفكرة الابتكارية البدء في العمل الفعلي للمشروع، وتنفيذ هدف المشروع المقدم بعد القيام بحملة تمويل جماعي ناجحة، وجمع رأس المال المستهدف.

1-4. تعريف المصطلحات وتصنيف ديناميكيات المشروع

1-1-4. تعريف المشروع:

المشروع هو مشروع يتميز بشكل أساسي بتفرد الظروف ككل، هذه حالة خاصة، حالة معزولة وليست روتينية بالنسبة لفريق المشروع الابتكاري، ويمكن أن يشير تفرد الشروط إلى الهدف أو الوقت أو القيود المالية أو الموظفين أو غيرها من القيود، أو التنظيم الخاص بالمشروع، فالمشروع هو جهد محدود زمنياً لإنشاء منتج أو خدمة أو تحقيق نتيجة فريدة من نوعها¹.

¹ Meyer H. Reher Heinz-J, « Projektmanagement Von der Definition über die Projektplanung zum erfolgreichen Abschluss», Electronic Book, ISBN 978-3-658-07569-9.2016. p41.

يُعرّف مصطلح المشروع بأنه المشروع الذي يتم تنفيذه ويتميز بتفرد الظروف في مجملها، كالمهدف أو الوقت أو التمويل أو الموظفين أو غير ذلك من القيود والتنظيم الخاص بالمشروع.¹

في الأدبيات، يتم إعطاء المشروع خصائص مختلفة، إحدى هذه الخصائص هي الحد الزمني، وهذه هي الطريقة التي يتم بها النظر في المشروع حيث تنتهي عند تحقيق هدف المشروع، بالإضافة إلى ذلك، يتم تعريف المشروع من خلال أن العديد من الأشخاص أو مجموعات العمل التي لديها حل مشترك للمشروع يسعى من أجل تحقيق هدف معين، ويتكون المشروع عادة من فريق المشروع، مدير المشروع، تنظيم المشروع وهدف المشروع، فضلا عن المواعيد النهائية وخطط الميزانية.²

كما يتميز المشروع بالحدثة أيضا، أي أن المشروع يوفر واحدة من التحديات، كما يعتبر كذلك مشروع لمرة واحدة يتم فيه تحقيق الهدف المحدد خلال فترة زمنية محددة.³

2-1-4. تقدّم المشروع:

يتميز المشروع بخصائص مختلفة، ويمثل مستوى المعرفة أو المعرفة بالوضع الحالي للمشروع بالمقارنة مع التخطيط المخطط له التقدم الذي تم إحرازه في المشروع، وتقدّم المشروع يوفر المعلومات حول ما إذا تم تنفيذه بالفعل أو أين وصل في خطة المشروع.⁴

ووفقا للمعهد الألماني للتوحيد القياسي، فإن تقدم المشروع هو المقارنة بين اثنين من حالات المشروع أو مجموعة العمل أو العملية، حيث يتم مقارنة الوقت المخطط له بالوضع المعني.⁵

فمن أجل رصد التقدّم، يجب تقسيم المشروع إلى مراحل محددة فمن المهم تحديد المعالم عند تنفيذ المشروع، ومن المهم أيضا التحقق على فترات منتظمة فيما إذا كان المشروع يتماشى مع

¹ Idem, p 42.

² Addor P, « Projektdynamik, Komplexität im Alltag », Verlag Reinhold Liebig, CH-8500 Frauenfeld, 1 Ausgabe, ISBN 978-3-9523545-6-8. 2010. p 21.

³ Meyer H. Reher Heinz-J, Op.cit. p 42.

⁴ Meyer H. Reher Heinz-J .Op.cit. p215.

⁵ Idem.

المعالم أم لا، حيث ينبغي أن تكون وفقا للتخطيط، وهذه السيطرة تمنع الانحراف عن الخطة وتساعد على تقدّم المشروع¹.

3-1-4. ديناميكيات المشروع

بالإضافة إلى الخصائص التي يتميز بها المشروع، فهو يتمتع أيضاً ببنية ديناميكية، يخضع لمجموعة متنوعة من التفاعلات ضمن عوامله ومميزاته الخاصة، وبالتالي يصبح ديناميكياً. فالعوامل التي تؤثر على المشروع يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي أو سلبي على نجاحه، ويتم إنشاء شبكة من العلاقات تتكون من الأشخاص والأنشطة والأحداث المشتركة، فالديناميكيات هي روح المشروع².

كما تعتبر الديناميكيات بأنها غير قابلة للإدارة ومترابطة ومهمة، فهي غير مستقرة، منفتحة، عشوائية، مضطربة، وكلها في نفس الوقت مترابطة، تعني أن عناصر النظام أو المواقف مترابطة بطريقة ما ببعضها البعض. على سبيل المثال، يمكن أن يكون هناك عاملين للمشروع تتفاعل بشكل تحفيزي، وهذا يعني وجود عامل يؤثر على الآخر إيجاباً أو سلباً³.

بالإضافة إلى بعض الخصائص التي لها تأثير إيجابي على نجاح مشروع التمويل الجماعي، ظهرت في الدراسات والتحقيقات السابقة لتؤثر بشكل متبادل على بعضها البعض أو تنتج تأثيرات ترتبط بديناميكيات المشروع بطريقة إيجابية أو إحداث آثار سلبية. ولذلك فإن النجاح أو الفشل قد يعتمد على ديناميكيات المشروع الخاصة بالحملة وما يرتبط بها من تفاعلات مصاحبة بين العوامل المؤثرة الفردية⁴.

¹ Idem.

² Grasl O, « **Dynamische Sicht im Projektmanagement Projektdynamiken verstehen und nutzen** », HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik : Vol. 45, No. 2, 2008. Pp 27-33. p27.

³ Addor P, Op.cit, pp 72-73.

⁴ Idem, p74.

2-4. عوامل النجاح الرئيسية في التمويل الجماعي مع مراعاة ديناميكيات المشروع

تستفيد حملة التمويل الجماعي من التطور الديناميكي والنجاح المرتبط بالحملة، وبالتالي فإن ديناميكية المشروع عامل مهم في نجاح مشروع التمويل الجماعي، فديناميكيات المشروع وعوامل النجاح تتعامل مع حملة التمويل الجماعي وتساعد على التنبؤ بالنجاح أو الفشل.

ففي معظم الحملات الإعلانية تتبع شكل U، في البداية هناك الكثير من الدعم، وفي الوسط أقل وفي النهاية خلال مرحلة التمويل، يزداد عدد أشكال الدعم بشكل حاد مرة أخرى. ولذلك فإن المدة المحدودة لحملات التمويل الجماعي تعد سبباً مهماً لنجاح التمويل الجماعي على الإطلاق، ويكون لدينا عادة تمويل بمدة أقصر تتراوح بين 30 و45 يوماً. وتظهر النتائج أن هناك الكثير من حملات التمويل الجماعي ناجحة، حتى لو لم تبدأ بشكل جيد.

1-2-4. مدة المشروع كعامل نجاح:

يجب تحديد مدة التمويل الجماعي في الحملة، وتلعب المدة دوراً مهماً لأنه يوجد بالفعل أول من تحدث عن هذا الأمر من الأساليب العلمية التي تُظهر أنه يمكن استخدام المدة كأداة لزيادة النجاح، عادةً ما يتم تحديد مدة حملة التمويل الجماعي بناءً على هيكل المشروع والجدول الزمني للمشروع الذي يحدده المبادرون للمشروع وتعيينه. ويوصي القائمين على المنصات بفترة تتراوح ما بين 30 و60 يوماً، فعلى سبيل المثال المدة المثلى للمشروع هي بين 30 و40 يوماً، فالفترة التي تكون أقل من 30 يوماً تعتبر قصيرة جداً، والفترة التي تزيد عن 45 يوماً يتم اعتبارها طويلة جداً، أما الحد الأقصى للمدة التي يمكن اختيارها على المنصات هو 90 يوماً¹.

من ناحية يجب أن تكون الحملة طويلة بما يكفي لتنتشر بشكل كافٍ، ومن ناحية أخرى، تميل الحملات الطويلة جداً إلى فقدان زخمها بسهولة، ويعتمد وقت التشغيل الصحيح للمعلومات واختيار وقت التشغيل الطويل جداً قد تكون لها عواقب سلبية، أين يشعر الداعم المحتمل بأنه لا

¹ Harzer A. Op.cit. p 85.

يزال لديه الكثير من الوقت وليس بالضرورة أن يتخذ قرارًا في هذه اللحظة، ومن خلال هذا يمكن أن يتم تأجيل القرار بشأن الدعم أو حتى نسيانه¹.

2-2-4. عامل النجاح عدد الداعمين:

توضح المقاربات الأولية أن هناك ما يسمى بتأثير القطيع بين الجمهور على وجه التحديد، من المستحسن أن يقوم صاحب المشروع بتنشيط شبكته وجعلها جذابة في حملة التمويل الجماعي، والاستثمار في الساعات القليلة الأولى، أو في أفضل الدقائق، تلك الساعات الأولى بعد بدء عملية التمويل أمر بالغ الأهمية لنجاح أي تمويل. ولكي تتضمن الشبكة أو المجتمع الخاص بالعائلة، الأقارب والأصدقاء والمعارف وأيضا متابعي الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك أو الانستغرام. لذلك، لذلك لابد من جعل الشبكة حساسة لهذا التأثير وشرح التأثيرات الإيجابية للاستثمار المبكر على بقية الجمهور من قبل صاحب المشروع².

وفي الوقت نفسه، ينبغي أيضًا ذكر البنية التمويلية للتمويل الجماعي، بما في ذلك فرصة العائد والمخاطر، وإذا كان هناك اتصالات عالية الجودة بشكل خاص، فمن المفيد أيضًا الاتصال لشرح الغرض من التمويل وإزالة الخوف من الاستثمار في المؤسسات الناشئة، والذي لا يزال غير مألوف للكثيرين. وبما أن الاستثمارات في المؤسسات الناشئة هي استثمارات في الأشخاص، فإن بناء عنصر الثقة أسهل أو أنه موجود بالفعل، هذا هو ما يجب على صاحب الفكرة الابتكارية استغلاله³.

أظهرت نتائج دراسة أجريت عام 2011 أن نسبة العائلة والأصدقاء مرتفعة جدًا في المرحلة الأولى من بداية الحملة، فالمجتمع الخاص بصاحب المشروع يستثمر في وقت مبكر ويكون أقل تأثرًا

¹ Idem.

² Schramm, Dana. M. Carstens, J, Op.cit., p140.

³ Idem, p141.

بالداعمين المحتملين الآخرين، وتوصلت الدراسة إلى أن العائلة والأصدقاء يشكلون ما معدله 20% من ميزانية المشروع بأكملها.¹

يميل غالبية المؤيدين إلى دعم مشاريع التمويل الجماعي التي تربطهم بها علاقات عاطفية واجتماعية قوية، ولهذا السبب تعد مجموعة العائلة والأصدقاء من أهم المجموعات من جانب الدعم.² وبهذه الطريقة، ومن خلال الدعم الناجح من أقرب مجتمع لصاحب المشروع، يعطي إشارة ثقة إلى المؤيدين المحتملين الآخرين، لذلك هناك تأثير القطيع، أي ما يعتقده الآخرون أنه جيد يجب ان يظل جيدًا، وبعد أن يُظهر المجتمع الخاص بك دعم المشروع، سيدعم الممولون الخارجيون المشروع أيضًا.³ ويعتمد التمويل الجماعي على أساس نظام لامركزي، ونتيجة لذلك، في النظام اللامركزي، يتم قبول الابتكارات في البداية من خلال شبكة من الدرجة الأولى وتنتقل أخيرا إلى شبكات الدرجة الثانية والثالثة.⁴

لذلك تبدأ مشاريع التمويل الجماعي بقبول المجتمع الخاص به، عادة ما تكون مشاركة داعمي المشروع من الدرجة الأولى أعلى من مبالغ مشاركة داعمي المشروع من الدرجة الثانية والثالثة. ويرجع ذلك لسبب رئيسي هو أن هذه المجموعة، المكونة من الأصدقاء والعائلة، لديها معلومات أكثر عن المبادرين بالمشروع مقارنة بالداعمين الخارجيين، وتوفر قاعدة المؤيدين المبنية عائلًا للداعمين الخارجيين ما يحتاجون إليه من إشارة ثقة تساعد على ضمان مشاركتهم أيضًا في المشروع.⁵

3-2-4. عامل النجاح مبلغ التمويل

يلعب تأثير القطيع أيضًا دورًا مهمًا من حيث مبلغ التمويل، فإذا زاد عدد الداعمين السابقين الاوائل، فإن المبلغ الذي يتم جمعه سيزداد أيضًا وكان دافع التأثير وراء ذلك. وبالتالي فإن العاملين

¹ Agrawal Ajay K, Catalini C and Goldfarb A, «The Géography of Crowdfunding» Working Paper 16820, National Bureau of Economic Research, Cambridge, <http://www.nber.org/papers/w16820>, 2011, p 16.

² Elfriede Sixt, Op.cit. p.64.

³ Elfriede Sixt, Op.cit. p 64.

⁴ Idem.

⁵ Elfriede Sixt, Op.cit. p64.

المؤثرين مرتبطين بشكل مباشر. ومع ذلك، يجب اختيار مبلغ التمويل على النحو الأمثل لضمان الديناميكية وعدم الوقوف في طريق التنمية وتأثير القطيع، ففي كثير من الأحيان يحدد مبلغ التمويل تساؤلات كثيرة خلال حملات التجميع: هل سيتحقق الهدف؟ وإذا كان الأمر كذلك، متى؟ وغالبًا ما يلعب علم النفس الجماهيري دورًا مهمًا أيضًا، لأنه كلما اقترب الهدف، كلما زاد الدافع للفرد قبل نهاية الحملة للمساهمة بشيء ما¹.

ومن المؤكد أن مبلغ التمويل المرتفع جدًا يمكن أن يكون له تأثير سلبي على المشروع وبالتالي يؤثر على تحقيق المبلغ المطلوب لتمويل المشروع، ويتراوح مبلغ التمويل بين معيارين: الحد الأدنى المستهدف والحد الأدنى للهدف الواقعي، فالحد الأدنى للهدف هو المبلغ الإلزامي للغاية للتمكن من تنفيذ المشروع، أما الحد الأدنى للهدف الواقعي يشار إليه باسم عتبة التمويل، وهو المبلغ الذي يجب أن يتم جمعه حتى يعتبر التمويل ناجحًا².

الهدف الواقعي هو المبلغ الذي يمكن تحقيقه في أفضل السيناريوهات، فمن السهل تحديد الحد الأدنى للمبلغ مقارنة بالمبلغ الذي يمكن جمعه، فالحد الأدنى للمبلغ أسهل في تحديده من المبلغ الذي تريد أن تحصل عليه من الجمهور، ومن أجل أن تكون قادرًا على تقدير مبلغ يمكن تقبله من الحشود بشكل واقعي، فيجب حساب عدد الممولين الذين سوف يدعمون المشروع فكلما ارتفع هدف التمويل، كلما زادت إنتاجية المشروع³. بالإضافة إلى الهدف الواقعي، هناك أيضًا ما يسمى بحد التمويل، ويسمى حد التمويل بهذا الاسم على أنه الحد الأقصى لمبلغ رأس المال الذي ينبغي جمعه، لذلك فهو بمثابة الحد الأعلى الذي لن يتم بعده جمع المزيد من الأموال⁴.

¹ Schramm, Dana. M. Carstens, J, Op.cit.p.124

² Idem, p 125.

³ Idem.

⁴ Idem.

خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل الإطار المفاهيمي للتمويل الجماعي، حيث قدم فحوصاً شاملاً لتعاريف التمويل الجماعي من خلال عرض مجموعة من التعاريف لمختلف المفكرين والباحثين، كما قدم تحليلاً مفصلاً للتعريفات المختلفة للتمويل الجماعي، وفهمًا أعمق لكيفية عمل آلية هذا التمويل وتطورها. كما تم توضيح الفروقات للتمييز بين التعهيد الجماعي والاستثمار الجماعي، مما يوفر رؤى مهمة حول الفروق التشغيلية والمالية بين هذه النماذج. علاوة على ذلك، استكشف الفصل الأشكال والتصنيفات المختلفة للتمويل الجماعي، بما في ذلك النماذج القائمة على التبرع، الشراء المسبق، والنماذج القائمة على الأسهم، بالإضافة إلى القائمة على الإقراض، مع التركيز على أهميتها في دعم المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة.

كما تم عرض دور منصات التمويل الجماعي والجهات الفاعلة المشاركة في حملات التمويل، حيث تم تسليط الضوء على مراحل حملة التمويل الجماعي بدءاً من مرحلة التحضير إلى مرحلة تقييم وضعية التمويل إلى ما بعد نهاية الحملة.

وأخيراً، أبرز الفصل العوامل التي تسهم في نجاح حملات التمويل الجماعي، مثل مدة المشروع وعدد المؤيدين وحجم التمويل. بالإضافة إلى تقديم الخلفية النظرية اللازمة لفهم ديناميكيات المشروع كعوامل نجاح التمويل الجماعي وتأثيرها المحتمل على المؤسسات الناشئة، والتي سيتم استكشافها بشكل أكبر في سياق عرض تجارب دولية رائدة في الفصول اللاحقة.

الفصل الثالث:

قابلية اعتماد التمويل

الجماعي من قبل

المؤسسات الناشئة في

الجزائر: دراسة ميدانية

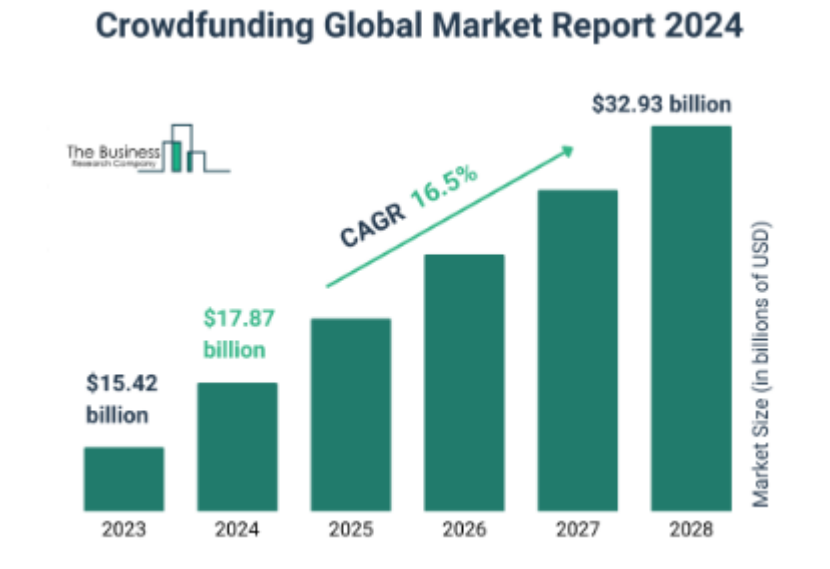
مع عرض تجارب دولية

تمهيد:

اليوم، أصبح التمويل الجماعي جزءًا مهمًا من صناعة التكنولوجيا المالية العالمية، حيث تقود أمريكا الشمالية العالم في هذا السياق، ففي عام 2023 أظهر سوق أمريكا الشمالية هيمنته من خلال زيادة حجم رأس المال الرقمي في المنطقة بما يتجاوز 36 مليار دولار أمريكي. كما أثبتت أوروبا نفسها كمركز رئيسي للتمويل الجماعي، حيث وصلت قيمة زيادة رأس المال الرقمي إلى ما يقارب 10 مليار دولار أمريكي في عام 2023، مدفوعة في المقام الأول بأنشطة الإقراض الجماعي. داخل السوق الأوروبية تحافظ المملكة المتحدة على مكانتها كأكبر مركز لجمع رأس المال الرقمي، تليها ألمانيا وإيطاليا، مما يؤكد اعتماد القارة الأوروبية المتزايد لطرق التمويل البديلة.

كما شهد حجم سوق التمويل الجماعي نموًا سريعًا في السنوات الأخيرة. ومن المتوقع أن ينمو من 15.42 مليار دولار في عام 2023 إلى 17.87 مليار دولار في عام 2024 بمعدل نمو سنوي يبلغ 15.9%، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (3-1): حجم سوق التمويل الجماعي العالمي في عام 2024 ومعدل النمو.

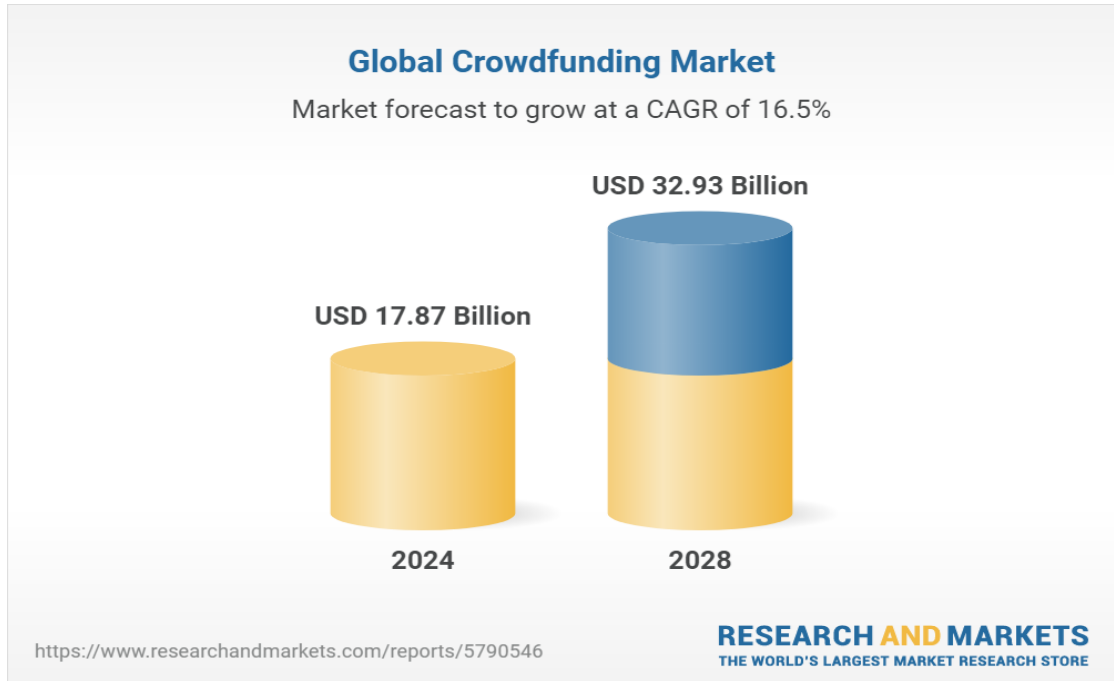


Source: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/crowdfunding-global-market-report>, date of publication: October 2024, date of view: 8/11/2024.

ويمكن أن يعزز هذا النمو على مدار هذه الفترة إلى تمويل احتياجات المؤسسات الناشئة والشركات الصغيرة، والوصول إلى رأس المال العالمي، ودعم المشاريع الإبداعية، والتمويل الجماعي للقضايا الاجتماعية، والأطر البيئية والتنظيمية¹.

ومن المتوقع أيضا أن ينمو سوق التمويل الجماعي بسرعة في السنوات المقبلة، وستصل إلى 32.93 مليار دولار في عام 2028 بمعدل سنوي مركب يبلغ 16.5%، ويمكن أن يعزز هذا النمو خلال فترة التوقعات إلى التنوع في نماذج التمويل الجماعي، والنمو في التمويل الجماعي العقاري، وزيادة اعتماد الشركات القائمة، وتكامل التكنولوجيا والمنصات، والتوسع العالمي لنظام التمويل الجماعي²، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (2-3): حجم سوق التمويل الجماعي العالمي 2028/2024 بمعدل نمو سنوي مركب 16.5%.



Source: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5790546/crowdfunding-global-market-report>. Date of publication: February 2024, date of view: 09/11/2024.

¹ <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/crowdfunding-global-market-report>. Date of publication: October 2024, date of view: 08/11/2024.

² <https://www.researchandmarkets.com/reports/5790546/crowdfunding-global-market-report>. Date of publication: February 2024, date of view: 09/11/2024.

المبحث الأول: دراسة حالة التمويل الجماعي في الولايات المتحدة الأمريكية.

التمويل الجماعي (Crowdfunding) هو نموذج تمويلي يسمح للأفراد أو المؤسسات بجمع الأموال لمشاريع أو أفكار تجارية أو غير ربحية من مجموعة كبيرة من الأشخاص، عادة من خلال الإنترنت. وتعد الولايات المتحدة الأمريكية من أوائل الدول التي استخدمت التمويل الجماعي بشكل واسع، وقد شهد هذا القطاع تطوراً كبيراً على مر السنين، سواء من حيث التنظيم القانوني أو من حيث تطور المنصات.

1-1. البداية والتطور المبكر للتمويل الجماعي في الو.م.أ:

بدأ التمويل الجماعي في الولايات المتحدة في أواخر التسعينات وبداية الألفينات ثم بدأ التطور مبكراً مع ظهور منصات مثل Indiegogo التي بدأت كمنصة تمويل جماعي للمشاريع التجارية والإبداعية في 2008، وهي تسمح للمشاريع بجمع الأموال حتى لو لم تحقق هدفها المالي. وتتيح للأفراد تقديم مشاريعهم بشكل مفتوح، سواء كانت تجارية أو خيرية. بعدها ظهرت منصة Kickstarter في 2009، والتي كانت تهدف إلى تمويل المشاريع الإبداعية مثل الأفلام والألعاب والموسيقى. ثم ظهرت العديد من المنصات بعد Kickstarter، مثل GoFundMe حيث تركز هذه المنصة بشكل رئيسي على التمويل الجماعي للمشاريع الشخصية أو القضايا الإنسانية مثل دعم المرضى أو جمع التبرعات للأشخاص الذين هم في أمس الحاجة إليها. ومع مرور الوقت، تطورت هذه المنصات لتشمل مجموعة متنوعة من المشاريع، من بينها المشاريع الاجتماعية، التجارية والخيرية¹.

وتعتبر منصة Kickstarter من أهم المنصات التي ساعدت على ترويج التمويل الجماعي في الو.م.أ. وحول العالم. وتوفر Kickstarter بيئة تتيح للمبدعين من جميع أنحاء العالم نشر مشاريعهم، وجمع الأموال من خلال الدعم الجماعي. ففي البداية كانت المشاريع غالباً من فئات

¹ Ying Zhao, Phil Harris and Wing Lam, «Crowdfunding industry—History, development, policies, and potential issues». Journal of Public Affairs, Vol19 N° 01, e1921. <https://doi.org/10.1002/pa.1921>. 2019. Pp 1-9, Pp 2-3.

الفنون والإبداع، لكن مع مرور الوقت أصبحت المنصة تتيح مجموعة متنوعة من المشاريع التقنية والتجارية أيضاً. وقامت Kickstarter بإنجازات مبكرة من خلال نجاحها في العديد من المشاريع الكبيرة في الحصول على دعم كبير من خلال هذه المنصات، مثل مشروع Pebble Watch، وهو أحد أول الساعات الذكية التي تم تمويلها عبر Kickstarter، والذي جمع أكثر من 10 مليون دولار في عام 2012¹. والجدول التالي يمثل التسلسل الزمني للتمويل الجماعي في الو. م. أ.:

الجدول رقم (3-1): الجدول الزمني للتمويل الجماعي في الو. م. أ.

الجدول الزمني للتمويل الجماعي:

سنة 1886: القاعدة التي تم بناء تمثال الحرية عليها تحصل على تمويل جماعي نيويورك وكان التمويل من طرف المواطنين.

سنة 2000: ArtistShare، أول موقع للتمويل الجماعي للموسيقى قائم على المكافآت، حيث أطلق موقع ArtistShare منصة تمويل جماعي مخصصة لمساعدة الفنانين في الحصول على الأموال.

سنة 2000: أصبح العطاء عبر الإنترنت سائداً مع ظهور مواقع مثل JustGiving.

سنة 2005: أطلقت Kiva أول منصة رئيسية للقروض الصغيرة لرواد الأعمال في الدول المحرومة.

سنة 2006: يعود الفضل إلى مايكل سوليفان، مؤسس FundaVlog، في صياغة مصطلح التمويل الجماعي.

سنة 2006: تم إطلاق أول منصة للإقراض من نظير إلى نظير مع إطلاق منصة Prosper.

سنة 2008: حدثت الأزمة الاقتصادية، وبدأت البنوك الكبرى في تقليص الإقراض للشركات الصغيرة.

¹ Ying Zhao. and al, Op.cit.

سنة 2008: أطلقت Indiegogo منصة تمويل جماعي قائمة على المكافآت.

سنة 2009: أطلقت Kickstarter منصة تمويل جماعي قائمة على المكافآت.

سنة 2010: تكشف AngelList عن الاستثمار الملائكي القائم على الأسهم.

سنة 2010: Gofundme تطلق مؤسسة خيرية للتمويل الجماعي.

سنة 2011: أطلق Crowdfunder و CircleUp منصات قائمة على الأسهم.

سنة 2011: تكشف إدارة أوباما عن مبادرة Startup America التي تركز على إعادة تشغيل الأعمال الصغيرة.

سنة 2012: إدارة أوباما تمرر قانون Jumpstart Our Business Startups المعروف أيضًا باسم JOBS.

سنة 2014: أطلقت Kickfurther أول منصة للتمويل الجماعي قائمة على المخزون.

سنة 2015: يسمح الباب الثالث من قانون الوظائف للمستثمرين غير المعتمدين بالاستثمار في أسهم الشركات

Source: Zhao, Y., Harris, P., and Lam, W. «Crowdfunding industry—History, development, policies, and potential issues». Journal of Public Affairs, Vol19 N° 01, e1921. <https://doi.org/10.1002/pa.1921>. 2019. Pp 1-9, P 03.

2-1. الأطر القانونية والتنظيمية للتمويل الجماعي في الو.م.أ:

شهدت الولايات المتحدة العديد من التغييرات القانونية التي ساهمت في تطوير سوق التمويل الجماعي، ومن أبرز القوانين قانون المؤسسات الناشئة (Jumpstart Our Business Startups) والموقع عليه في عام 2012، والذي يسمح بتمويل المؤسسات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال جمع الأموال من المستثمرين عبر الإنترنت. ففي الولايات المتحدة الأمريكية يتم

تنظيم التمويل الجماعي من قبل لجنة الأوراق المالية والبورصة ('SEC') بالمعنى المقصود في الباب الثالث من قانون المؤسسات الناشئة Jumpstart Our Business startups لسنة 2012 (قانون JOBS)¹ والذي صدر في 5 أبريل 2012 (الباب الثالث) بموجب قانون الأوراق المالية لعام 1933 وقانون بورصة الأوراق المالية لعام 1934. وفي وقت لاحق، اعتمدت هيئة الأوراق المالية والبورصة أيضًا لوائح جديدة بشأن التمويل الجماعي لتنفيذ متطلبات الباب الثالث، والذي يدخل حيز التنفيذ في 16 مايو 2016 (يشار إليها مجتمعة باسم 'قواعد التمويل الجماعي الأمريكية')². وينشئ قانون JOBS هيكلًا تنظيميًا للشركات الناشئة والشركات الصغيرة لجمع وزيادة رأس المال من خلال عروض الأوراق المالية (الديون والأسهم) باستخدام الإنترنت من خلال التمويل الجماعي. ويحدد الباب الثالث القواعد التي تحكم عرض وبيع أوراق مالية معينة كجزء بموجب إصدار التمويل الجماعي، والتي إذا تم الوفاء بها سيؤدي إلى الإعفاء من تسجيل هذه الأوراق المالية لدى لجنة الأوراق المالية والبورصة.

3-1. واقع التمويل الجماعي في الولايات المتحدة الأمريكية.

من المتوقع أن تصل قيمة المعاملات السوقية للتمويل الجماعي إلى 313.10 مليون دولار أمريكي في عام 2024. ومن المتوقع أن تظهر قيمة الصفقة معدل نمو سنوي مركب (-CAGR 2024-2028) بنسبة 1.63%، مما يؤدي إلى مبلغ إجمالي متوقع قدره 334.00 مليون دولار أمريكي بحلول عام 2028. ويبلغ متوسط التمويل لكل حملة في سوق التمويل الجماعي 6.46 ألف دولار أمريكي في عام 2024. ومن منظور المقارنة العالمية، يبدو أن أعلى قيمة للمعاملات تم تحقيقها في الولايات المتحدة (464.80 مليون دولار أمريكي في عام 2024)³.

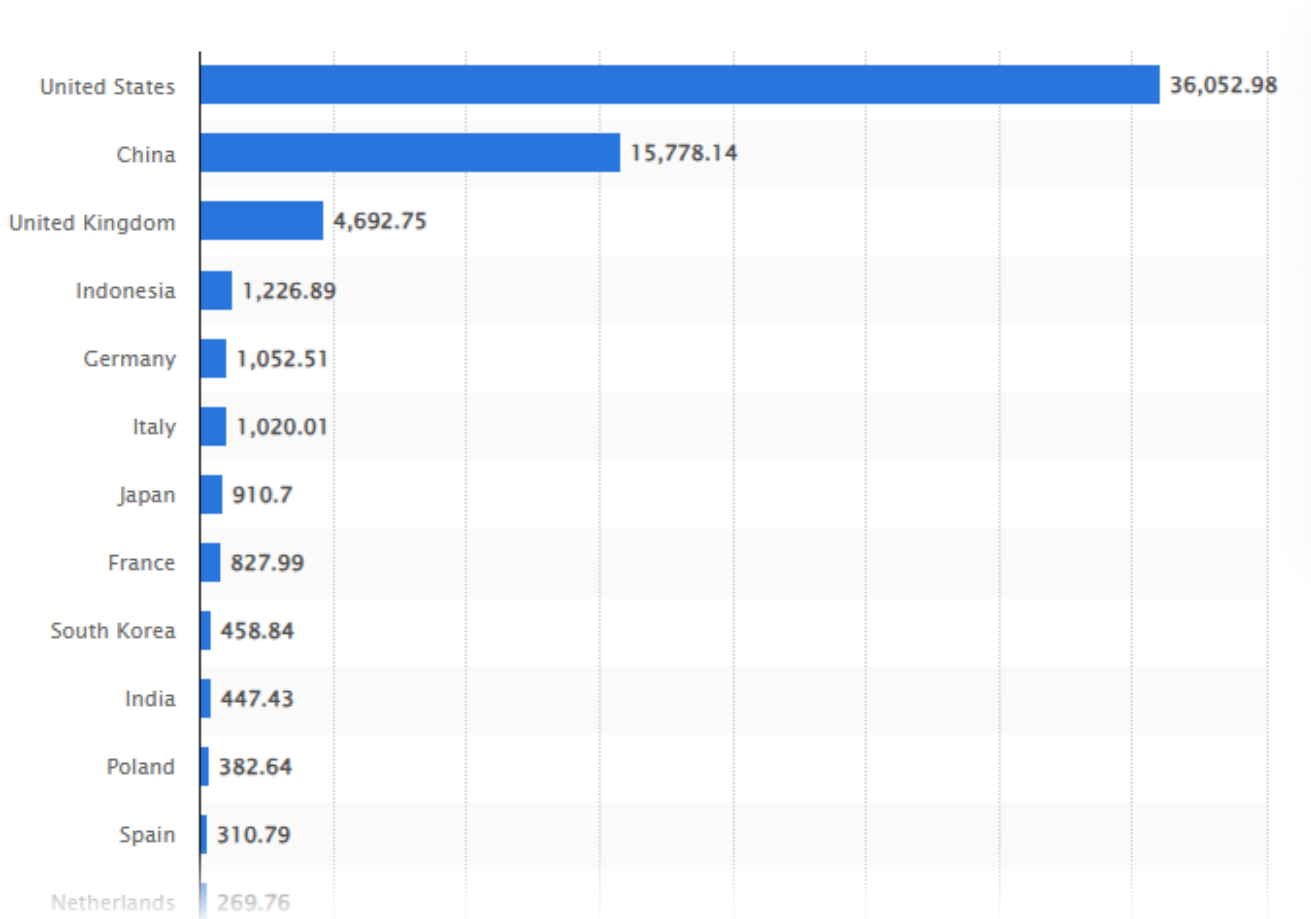
¹ Jumpstart Our Business Startups (Jobs) Act, Title III, H. R. 3606, available at: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/BILLS-112hr3606enr/pdf/BILLS-112hr3606enr.pdf>. date of view: 11/11/2024.

² SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION, Final rule on crowdfunding, RIN 3235-AL37 available at: <https://www.sec.gov/files/rules/final/2015/33-9974.pdf>. Date of publication: October 30, 2015, date of view: 14/11/2024

³ <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/crowdfunding-global-market-report> . Date of publication: October 2024, date of view: 12/11/2024.

ففي عام 2023، جمعت نماذج جمع رأس المال الرقمي في الولايات المتحدة أكثر من 36 مليار دولار أمريكي، مما يجعلها الرائدة عالميًا في جمع رأس المال الرقمي، وتحتل الصين المرتبة الثانية، حيث يقترب إجمالي حجمها من 16 مليار دولار أمريكي. وإلى حد بعيد، تحتل المملكة المتحدة المرتبة الثالثة، حيث جمعت حوالي 4.7 مليار دولار أمريكي من خلال نماذج جمع رأس المال الرقمي. تشمل هذه الأرقام رأس المال الذي تم جمعه من خلال الاستثمار الجماعي، والإقراض الجماعي، والإقراض في السوق، والتمويل الجماعي القائم على المكافآت¹. والشكل التالي يوضح ما تم التطرق إليه:

الشكل رقم (3-3): ترتيب الدول حسب قيمة رأس المال المجمع عن طريق التمويل الجماعي في العالم لسنة 2023.



Source : <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/crowdfunding-global-market-report> . Date of publication: October 2024, date of view: 12/11/2024.

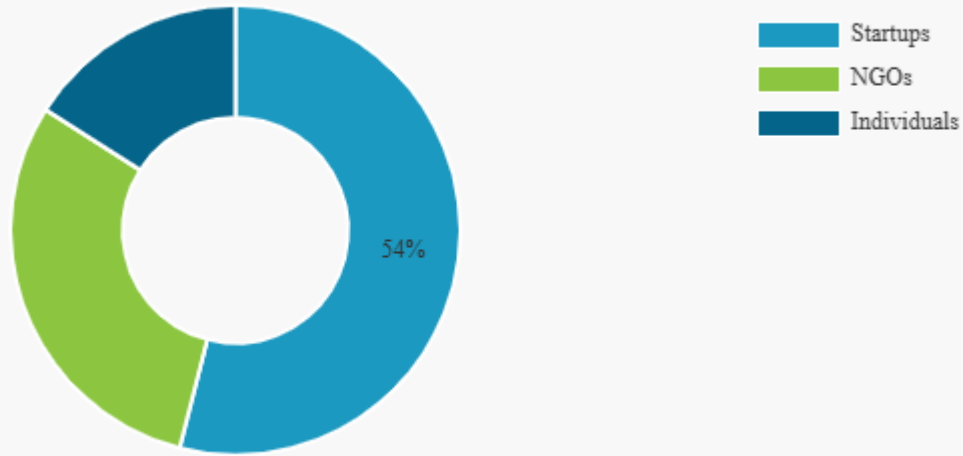
¹ <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/crowdfunding-global-market-report>. Op.cit.

واستحواذ الولايات المتحدة الأمريكية على أعلى حصة سوقية في عام 2023. أدى الى تزايد العديد من المؤسسات الناشئة في جميع أنحاء المنطقة ودفع نمو السوق الإقليمية، بالإضافة إلى وجود المنصات البارزة عالميا مثل GoFundMe، Indiegogo، Real Crowd وKickstarter يوفر إمكانات كبيرة لهذه الأنشطة في الو.م.أ. ويميل العدد المتزايد من المؤسسات الناشئة في أمريكا إلى خلق فرص واسعة في السوق، مما يمكن للشركات الناشئة التي تمر بمراحل مبتكرة استخدام هذه المنصات لاستكمال الجولات التي يستفيد منها كبار المستثمرين وجذب المستخدمين والموردين والشركاء، حيث استحوذ قطاع المؤسسات الناشئة على أكبر حصة سوقية في عام 2023، وكان لها حصة الأسد من إجمالي التمويل الجماعي في الو.م.أ. لسنة 2023 بنسبة تقدر بـ 54%. مما ساعدهم على اختبار أفكارهم ومنتجاتهم في السوق، إضافة إلى تطوير منتجات جديدة والدعم المالي والحصول على تعليقات المستثمرين والمستخدمين المحتملين على منصة واحدة. فمنصات التمويل الجماعي طريقة جيدة للشركات الناشئة لجمع رأس المال وبناء مجتمع من الداعمين واختبار أفكار الأعمال مع السوق قبل الالتزام بها¹ والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (3-4): حصة سوق التمويل الجماعي في الو.م.أ. حسب المستخدم النهائي لسنة 2023.

¹ <https://www.fortunebusinessinsights.com/crowdfunding-market-107129> . Date of publication: December 16, 2024, date of view: 24/12/2024.

U.S. Crowdfunding Market Share, By End-user, 2023



www.fortunebusinessinsights.com

Source : <https://www.fortunebusinessinsights.com/crowdfunding-market-107129> . Date of publication: December 16, 2024, date of view: 24/12/2024.

4-1. التمويل الجماعي في الولايات المتحدة الأمريكية.

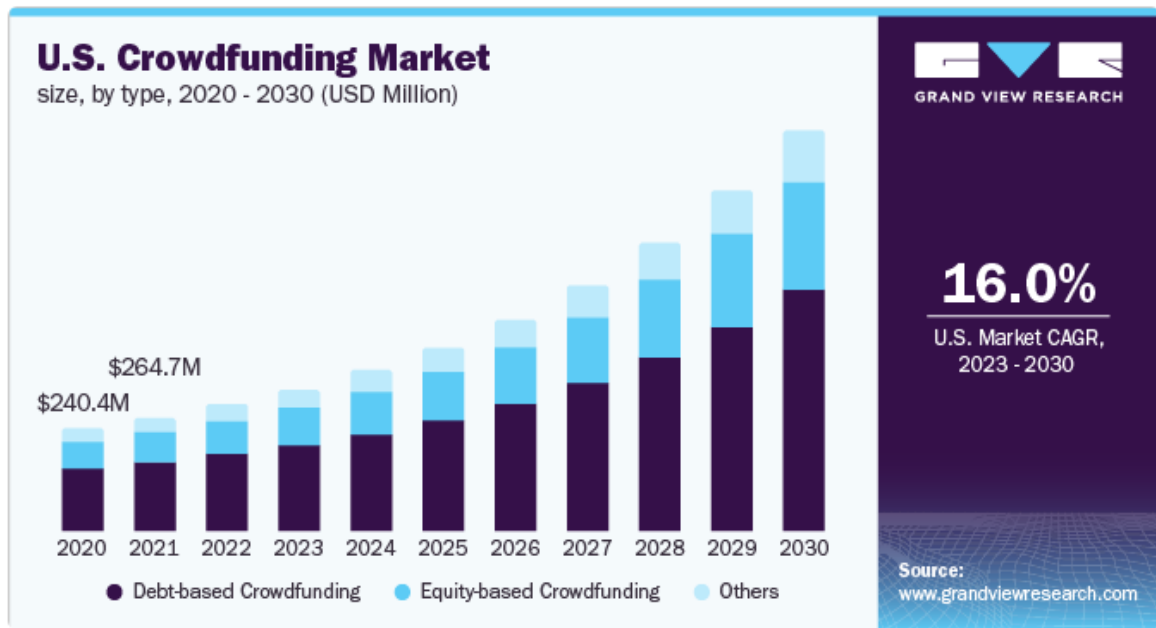
التمويل الجماعي (Crowdfunding) في الولايات المتحدة الأمريكية هو وسيلة لتمويل المشاريع والأفكار من خلال جمع الأموال من مجموعة كبيرة من الأشخاص عبر الإنترنت، وقد اكتسب هذا النوع من التمويل شعبية في السنوات الأخيرة ويغطي مجالات مختلفة مثل مشاريع الابتكار التجارية والاجتماعية والإبداعية والإنسانية والتكنولوجية، حيث بلغت قيمة حجم سوق التمويل الجماعي العالمي 1.41 مليار دولار أمريكي في عام 2023، ومن المتوقع أن ينمو من 1.60 مليار دولار أمريكي في عام 2024 إلى 4.50 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2032، بمعدل نمو سنوي مركب قدره 13.8٪ خلال الفترة المتوقعة. وهيمنت أمريكا الشمالية على السوق العالمية بحصة بلغت 40.43٪ في عام 2023¹.

¹ <https://www.fortunebusinessinsights.com/crowdfunding-market-107129> . Date of publication: December 16, 2024, date of view: 24/12/2024

وكانت للو. م. أ. حصة الأسد من سوق التمويل الجماعي حيث بلغت قيمته بـ 240.4 مليون دولار في عام 2020، ثم ارتفع بنسبة 10.10% لتبلغ قيمته 264.7 مليون دولار سنة 2021، ومن المتوقع أن يستمر سوق التمويل الجماعي في الو. م. أ. في الارتفاع بمعدل نمو سنوي مركب للسوق الأمريكية من عام 2023 إلى 2030 يقدر بـ 16%، ويحتل التمويل الجماعي القائم على القروض المرتبة الأولى في سوق الو. م. أ. يليه التمويل الجماعي القائم على الأسهم في المرتبة الثانية، ويأتي في المرتبة الأخيرة باقي أنواع التمويل الجماعي، وتعد زيادة أنشطة التمويل الجماعي على منصات التواصل الاجتماعي لزيادة الطلب ووجود المشاريع القادمة هو عامل مهم يقود نمو السوق، كما تكتسب منصات الوسائط الاجتماعية مثل Facebook وTwitter وReddit وInstagram وLinkedIn المزيد من الشعبية لأنشطة التمويل الجماعي لجمع الأموال عن طريق جمع التبرعات من المستثمرين. وفي الوقت نفسه، تعد الابتكارات التكنولوجية المتزايدة في منصات التمويل الجماعي باستخدام الذكاء الاصطناعي وتقنيات الاعلام الآلي عاملاً رئيسياً يساهم في نمو السوق¹، والشكل التالي يوضح سوق التمويل الجماعي في الو. م. أ. حسب نوع التمويل الجماعي من 2020 إلى 2030:

الشكل رقم (3-5): سوق التمويل الجماعي في الولايات المتحدة حسب النوع 2020-2030 (الوحدة مليون دولار أمريكي)

¹ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/crowdfunding-market-report>. Date of publication: 2022, date of view: 22/12/2024



Source: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/crowdfunding-market-report>.

Date of publication: 2023, date of view: 22/12/2024.

1-5-1 أنواع التمويل الجماعي في الو. م. أ.:

لقد تطور التمويل الجماعي في الولايات المتحدة ليصبح وسيلة رئيسية لتمويل أنواع مختلفة من المشاريع، بما في ذلك المؤسسات الناشئة والمشاريع الإبداعية والأبحاث والقضايا الاجتماعية، وبشكل عام يمكن تصنيف التمويل الجماعي إلى عدة أنواع بحيث كل منها يلي أهدافاً وجماليات وهيكل قانونية مختلفة، وفيما يلي الأنواع الرئيسية للتمويل الجماعي في الولايات المتحدة:

1-5-1. التمويل الجماعي القائم على التبرعات:

هذا النوع من التمويل الجماعي يسمح للأفراد أو المنظمات بجمع الأموال لقضية ما، دون تقديم عوائد مالية للمساهمين، وعادةً ما تكون التبرعات مدفوعة بالإيثار أو الرغبة في دعم قضية اجتماعية أو خيرية محددة. مثل جمع التبرعات لتغطية النفقات الطبية أو الإغاثة في حالات الكوارث أو حالات الطوارئ الشخصية، ويحظى التمويل الجماعي القائم على التبرعات بشعبية كبيرة في مجالات مثل العلاجات الطبية، والقضايا الشخصية، والمبادرات الخيرية، مدفوعة

بالعلاقات الشخصية والجاذبية العاطفية.¹ أما المنصات الشهيرة التي توفر للأشخاص أو المنظمات باستخدام هذا النوع من التمويل الجماعي في الو. م. أ. هي: GoFundMe، YouCaring وJustGiving.

1-5-2. التمويل الجماعي على أساس المكافأة:

في التمويل الجماعي القائم على المكافأة، يقوم المساهمون بتمويل مشروع أو فكرة مقابل مكافآت غير مالية، وعادة ما تكون في شكل الوصول المبكر إلى منتج أو رمز تقدير، ويحظى هذا النموذج بشعبية خاصة بين المشاريع الإبداعية (مثل الأفلام والموسيقى والألعاب) وتطوير المنتجات، مثل تمويل نموذج أولي لمنتج تقني، أو دعم إنتاج فيلم، أو تمويل مسعى فني. وأصبح التمويل الجماعي القائم على المكافأة ضروريًا للشركات الناشئة والمبدعين للوصول إلى الأموال دون التخلي عن الأسهم أو تحمل الديون.² أما المنصات الشهيرة التي توفر للأشخاص أو المنظمات باستخدام هذا النوع من التمويل الجماعي في الو. م. أ. هي: Kickstarter، Indiegogo، GoFundMe.

1-5-3. التمويل الجماعي القائم على الأسهم:

وهو شكل من أشكال التمويل الجماعي حيث يستثمر المساهمون في الأعمال التجارية مقابل الحصول على أسهم أو حصص ملكية في الشركة، ويتم تنظيم هذا النموذج من قبل هيئة الأوراق المالية والبورصات الأمريكية (SEC)، حيث يسمح للشركات الناشئة بزيادة رأس المال عن طريق بيع الأسهم للجمهور دون الاعتماد فقط على رأس المال الاستثماري أو المستثمرين الملائكيين، مثل

¹ Ethan Mollick, « The dynamics of crowdfunding: An exploratory study », Journal of Business Venturing, Vol 29, N° 01, 2014 . Pp 01-16. p 02.

² Paul Belleflamme, Thomas Lambert and Armin Schwienbacher, « Crowdfunding: Tapping the right crowd », Journal of Business Venturing, Vol 29, N° 05, 2014. Pp 585-609. p 602.

المؤسسات الناشئة والشركات الصغيرة التي تقدم الأسهم مقابل الدعم المالي¹.

كما أتاح قانون 2012 (Jumpstart Our Business Startups (JOBS) وضع أحكام قانونية للتمويل الجماعي للأسهم، مما يسهل على الشركات الصغيرة والمؤسسات الناشئة جمع رأس المال عن طريق بيع الأسهم لمستثمرين غير معتمدين، كما قدم قانون الوظائف (JOBS Act) الصادر عن هيئة الأوراق المالية والبورصات (SEC) (2012) الأساس القانوني للتمويل الجماعي للأسهم في الولايات المتحدة، مما يسمح للمستثمرين المعتمدين وغير المعتمدين بالمشاركة في تمويل المؤسسات الناشئة بمبلغ يصل إلى 5 ملايين دولار سنوياً من خلال هذه الطريقة². أما المنصات الشهيرة التي توفر للأشخاص أو المنظمات باستخدام هذا النوع من التمويل الجماعي في الو. م. أ هي: Crowdcube، Kickstarter، Republic، Wefunder، SeedInvest.

1-4-5. التمويل الجماعي القائم على الديون (الإقراض من نظير إلى نظير أو إقراض P2P):

في التمويل الجماعي القائم على الديون، يقترض الأفراد أو الشركات الأموال من مجموعة من المستثمرين، ويعدون بسدادها مع الفائدة، وهذا النموذج يشبه الإقراض التقليدي، إلا أنه يتجاوز المؤسسات المالية التقليدية مثل البنوك كتقديم قروض للنفقات الشخصية أو العمليات التجارية أو حتى الاستثمار العقاري. حيث قدم قانون دود-فرانك لإصلاح وول ستريت وحماية المستهلك (2010) الإشراف التنظيمي على منصات الإقراض P2P، مما يضمن حماية المستهلك والشفافية في هذه المعاملات، أظهر بحث أجراه Zohar (2019) أن الإقراض P2P قد نما كبديل للقروض التقليدية، خاصة بالنسبة للشركات الصغيرة والمستهلكين الذين يبحثون عن قروض بفائدة أقل

¹ Schwienbacher, A., Larralde, B. Armin Schwienbacher and Benjamin Larralde. «Crowdfunding of small entrepreneurial ventures », Handbook of Entrepreneurial Finance, 2012. Pp 369-391.p 381.

² SEC (2012). « Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act », Public Law 112-106.

مما تقدمه البنوك عادة¹. أما المنصات الشهيرة التي توفر للأشخاص أو المنظمات باستخدام هذا النوع من التمويل الجماعي في الو. م. أ. هي: Funding Circle، Upstart، Prosper، LendingClub.

1-5-5. التمويل الجماعي القائم على حقوق الملكية:

في التمويل الجماعي القائم على حقوق الملكية، يساهم المستثمرون بأموال مقابل نسبة مئوية من الإيرادات الناتجة عن المشروع أو الأعمال الممولة. غالبًا ما يستخدم هذا النموذج من قبل الشركات أو الأفراد الذين لديهم نماذج مثبتة لتوليد الإيرادات. مثل ألبومات الموسيقى أو الأفلام أو غيرها من المشاريع القائمة على الملكية الفكرية حيث يحصل المستثمرون على إتاوات من الأرباح المستقبلية. كما أن استخدام التمويل الجماعي القائم على حقوق الملكية كنموذج مبتكر لتحقيق الدخل من الملكية الفكرية مع توفير تدفق دخل يمكن التنبؤ به للمستثمرين². أما المنصات الشهيرة التي توفر للأشخاص أو المنظمات باستخدام هذا النوع من التمويل الجماعي في الو. م. أ. هي: Musicraiser وRoyalty Exchange.

1-5-6. التمويل الجماعي العقاري

هذا شكل متخصص من أشكال التمويل الجماعي حيث يقوم المستثمرون بتجميع أموالهم للاستثمار في المشاريع العقارية سواء كانت سكنية أو تجارية، غالبًا ما تركز هذه المنصات على التطوير العقاري أو العقارات التجارية أو المشاريع السكنية. مثل تمويل شراء وتطوير العقارات التجارية أو الوحدات السكنية أو المشاريع العقارية الكبيرة، ويتأثر هذا النوع من التمويل الجماعي أيضًا بقانون الوظائف، الذي يسمح للمستثمرين المعتمدين وغير المعتمدين بالمشاركة في الاستثمارات العقارية³. حيث توفر هيئة الأوراق المالية والبورصة (SEC) الإشراف على أنشطة

¹ Zohar, Y. (2019). « Peer-to-peer lending and small business financing», Review of Economics and Statistics, Vol 101, N° 04, Pp 712-724. 2019. p 718.

² Younkin, P. E. and Kogan, J. « Crowdfunding intellectual property», Business Horizons, Vol 59, N° 05, Pp 535-544. 2016. p 542.

³ Charoen, M. and Mollah, M. « The growing trend of real estate crowdfunding », Real Estate Economics, Vol 47, N° 02, Pp 404-436. 2019. p 417.

التمويل الجماعي العقاري، مما يضمن الحماية للمستثمرين مع تسهيل الفرص لغير المستثمرين. أما المنصات الشهيرة التي توفر للأشخاص أو المنظمات باستخدام هذا النوع من التمويل الجماعي في الو. م. أ. هي: Fundrise، RealtyMogul، PeerStreet.

1-5-7. التمويل الجماعي المجتمعي (القائم على المجتمع)

يركز هذا النوع من التمويل الجماعي على تعبئة المجتمعات المحلية لدعم المبادرات المحلية، سواء لتطوير الأحياء أو حدث محلي أو التغيير الاجتماعي على مستوى القاعدة. ويؤكد على المساهمات الجماعية والصغيرة الحجم لتحقيق هدف مجتمعي مشترك، وغالبًا ما يكون للداعمين صلة شخصية بالقضية أو المجتمع. مثل تمويل الحداثق المحلية أو مبادرات سلامة الأحياء أو البرامج الصحية المجتمعية. كما ثبت أن للتمويل الجماعي المجتمعي دور في تعزيز المشاركة المحلية، حيث يتم تحفيز المشاركين من خلال الروابط الاجتماعية لدعم الأهداف المشتركة.¹ أما المنصات الشهيرة التي توفر للأشخاص أو المنظمات باستخدام هذا النوع من التمويل الجماعي في الو. م. أ. هي: loby، GoFundMe (لقضايا محلية)، Patreon (لمشاركة المجتمع).

1-5-8. التمويل الجماعي غير الربحي:

يتم استخدام هذه الفئة من التمويل الجماعي من قبل المنظمات غير الربحية لجمع الأموال لأسباب خيرية أو تعليمية أو تركيز على المجتمع، وتستخدم الأموال التي يتم جمعها عادةً لدعم مهمة المنظمة أو مبادراتها الاجتماعية، مثل جمع التبرعات للخدمات الاجتماعية لمنظمة غير ربحية، أو البحوث الصحية، أو الحفاظ على البيئة. وتتم استفادة المنظمات غير الربحية من التمويل الجماعي كآلية لتوسيع قاعدة المانحين واستدامة عملياتها لأسباب غير ربحية.² أما المنصات الشهيرة

¹ Ajay Agrawal, Christian Catalini, and Avi Goldfarb (2011). « The geography of crowdfunding », NBER Working Paper No. 16820. <http://www.nber.org/papers/w16820>, Date of publication: February 2011, date of view: 12/09/2024.

² Brettel, M., Strese, S., and Flatten, T. (2012). « Crowdfunding in the nonprofit sector: The emergence of new funding sources », Nonprofit Management & Leadership, Vol 23, N° 04, Pp 381-397. 2012. p 386.

التي توفر للأشخاص أو المنظمات باستخدام هذا النوع من التمويل الجماعي في الو. م. أ. هي: GoFundMe، JustGiving، Classy.

1-6. أهم منصات التمويل الجماعي في الو. م. أ.:

هناك العديد من المنصات الرئيسية التي تتميز بمدى انتشارها وشعبيتها واستخداماتها المتنوعة في الو. م. أ. وتعمل هذه المنصات كوسيط بين رواد الأعمال وأصحاب المشاريع مع الداعمين المساهمين أصحاب رؤوس الأموال مع العمل على خفض التكاليف إلى أدنى مستوياتها، كما يمكن لهذه المنصات أن تساعد الباحثين على جمع الأموال لأنواع مختلفة من المشاريع، بما في ذلك المشاريع الإبداعية والاختراعات والابتكارات، البحث العلمي، القضايا الاجتماعية، المساعي الفنية والمشاريع الريادية. وفيما يلي بعض أهم منصات التمويل الجماعي في الو. م. أ.:

1-6-1. منصة Kickstarter:

هي واحدة من أكبر منصات التمويل الجماعي في الولايات المتحدة تابعة للشركة الأمريكية ذات منفعة عامة PBC Kickstarter مقرها في بروكلين بنيويورك 58 شارع كينت في جرين بوينت (58 in Greenpoint Kent Street)، وهي منصة تمويل جماعي عالمية تركز على الإبداع، تم إطلاق Kickstarter في 28 أبريل 2009، بواسطة Perry Chen، Yancey Stricler و Charles Adler وتمثل مهمة الشركة المعلنة في المساعدة في إحياء المشاريع الإبداعية¹.

تعتبر منصة Kickstarter واحدة من منصات التمويل الجماعي الأكثر شعبية، والمعروفة بشكل خاص بدعم المشاريع الإبداعية والاختراعات والابتكارات، حيث يمكن للباحثين عن التمويل استخدام Kickstarter لتمويل تطوير المنتجات أو المشاريع البحثية المبتكرة، وهي منصة تقوم على مبدأ "كل شيء أو لا شيء"، مما يعني أنه لا يتم جمع الأموال إلا إذا تم الوصول إلى هدف التمويل للمشروع².

¹ <https://www.kickstarter.com/> Visit the website on 27/12/2024 at 22:01 pm.

² Idem.

واعتباراً من ديسمبر 2024، تلقت Kickstarter تعهدات بقيمة قاربت 8.48554178 مليار دولار أمريكي مخصص للعمل الابداعي من 99730752 داعم لتمويل 271524 مشروعاً، وذلك لجلب المشاريع الابداعية إلى الحياة مثل الأفلام والموسيقى والعروض المسرحية والقصص المصورة والصحافة وألعاب الفيديو وألعاب الطاولة والتكنولوجيا والنشر والمشاريع المتعلقة بالأغذية¹.

حيث برزت الألعاب باعتبارها فئة المشاريع الأكثر تمويلاً على Kickstarter، حيث تمكنت من جذب 2.61 مليار دولار أمريكي من تعهدات الداعمين، وفي المقابل، يمثل الرقص الفئة الأقل تمويلاً، حيث حصل على 16.52 مليون دولار أمريكي فقط. واحتلت التكنولوجيا المرتبة الثالثة، حيث جمعت تعهدات بقيمة 1.63 مليار دولار أمريكي اعتباراً من 2024/12/03².

1-6-2. منصة Indiegogo:

Indiegogo هو موقع للتمويل الجماعي أنشأه Slava Rubing و Danae Ringelmann و Eric Schell في عام 2008، ويقع مقره الرئيسي في سان فرانسيسكو، كاليفورنيا بالو. م. أ³.

منصة التمويل الجماعي Indiegogo تشبه منصة Kickstarter ولكنها توفر المزيد من المرونة من حيث نوع المشروع وأهداف التمويل، فمنصة Kickstarter تتضمن خيارات التمويل الثابتة تحت شعار "كل شيء أو لا شيء"⁴ أما خيارات التمويل في منصة Indiegogo مرنة تحت شعار "احتفظ بكل ما يتم طرحه"⁵.

تحظى منصة Indiegogo بشعبية كبيرة في الأبحاث والمشاريع الناشئة القائمة على التكنولوجيا، والمعروفة بشكل خاص بدعم المشاريع الإبداعية، الاختراعات والابتكارات، التكنولوجيا، الصحة والتعليم. حيث يمكن للباحثين عن التمويل استخدام منصة Indiegogo لتمويل العمل الإبداعي و الابتكارات التقنية، وهي منصة تقوم على مبدأ "يمكننا أن نفعل ذلك"

¹ <https://www.kickstarter.com/>. Op. Cit,

² Kickstarter: Funding pledged by category 2024. Statista.

From: <https://www.statista.com/statistics/222455/amount-of-dollars-pledged-per-category-on-kickstarter/>. Date of publication: 2024, date of view: 28/12/2024.

³ <https://www.indiegogo.com/>. Visit the website on 28/12/2024 at 09:11:53.

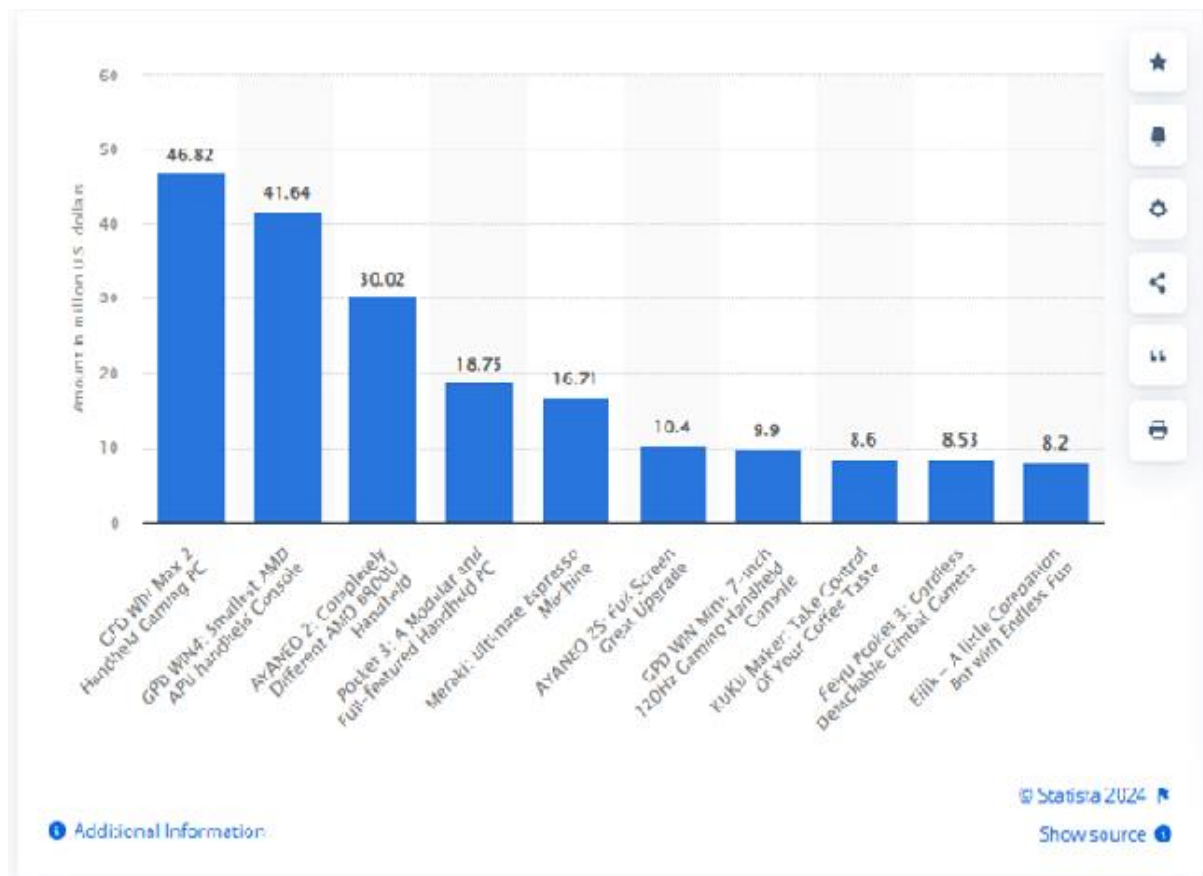
⁴ <https://www.kickstarter.com/>. Op. Cit, Visit the website on 25/12/2024 at 22:01 pm.

⁵ Idem.

تحت شعار "احتفظ بكل ما يتم طرحه"، مما يعني أنه يتم جمع الأموال حتى وإذا لم يتم الوصول إلى هدف التمويل للمشروع، وتحظى بشعبية كبيرة في الأبحاث والمشاريع الناشئة القائمة على التكنولوجيا¹.

والشكل البياني التالي يوضح أكبر حملات منصة Indiegogo في جميع أنحاء العالم لتمويل مختلف المشاريع اعتبارًا من 03 ديسمبر 2024، من حيث المبلغ الذي تم جمعه (بمليون دولار أمريكي)²:

الشكل رقم (3-6): أكبر حملات Indiegogo في جميع أنحاء العالم اعتبارًا من 03 ديسمبر 2024، من حيث المبلغ الذي تم جمعه (بمليون دولار أمريكي)



¹ <https://www.indiegogo.com/>. Op. Cit, Visit the website on 25/12/2024 at 22:40 pm.

² Indiegogo: Highest grossing campaigns 2024. Statista. from: <https://www.statista.com/statistics/620550/largest-indiegogo-campaigns-worldwide-by-amount-raised/>. Date of publication: 2024, date of view: 28/12/2024.

Source :<https://www.statista.com/statistics/620550/largest-indiegogo-campaigns-worldwide-by-amount-raised/#statisticContainer>. Date of publication: 03/12/2024. date of view: 28/12/2024.

وكانت حملة Indiegogo الأعلى ربحًا اعتبارًا من 03 ديسمبر 2024 هي لـ GPD WIN Max2، وهو جهاز كمبيوتر محمول للألعاب جمع أكثر من 46 مليون دولار أمريكي على المنصة، وتلا ذلك جهاز GPD WIN4، وهو وحدة تحكم محمولة، حيث تم جمع 41.64 مليون دولار أمريكي لتأتي بعد ذلك المشاريع الأخرى كما هو موضح في الشكل أعلاه، حيث كانت أدنى قيمة لحملة التمويل الجماعي هي 8.2 مليون دولار أمريكي.

3-6-1. منصة GoFundMe:

هي عبارة عن منصة تمويل جماعي أمريكية هادفة للربح تسمح للأشخاص والأفراد بجمع وتنظيم عمليات تحصيل الأموال لأنفسهم أو لغيرهم، بهدف تمويل مشروع أو حوادث أو رعاية طبية أو منحة دراسية، تأسست الشركة في سان دييغو - كاليفورنيا في شهر ماي من سنة 2010 من طرف Brad Damphousse و Andrew Ballester وبعد فترة كبيرة من النمو بين عامي 2010 و 2015، والتي أصبحت فيها منصة التمويل الجماعي GoFundMe الرائدة في العالم.¹

في جوان 2015 تم شراء الشركة من مؤسسها مقابل 600 مليون دولار من قبل مجموعة من المستثمرين بقيادة Partners Accel و Technology Crossover Ventures²، وفي مارس 2016، أصبحت GoFundMe أكبر منصة للتمويل الجماعي، حيث كانت مسؤولة عن جمع أكثر من ثلاث

¹ Adams, Susan. « Free Market Philanthropy: GoFundMe Is Changing The Way People Give To Causes Big And Small », 2016.

from: <https://www.forbes.com/sites/susanadams/2016/10/19/free-market-philanthropy-gofundme-is-changing-the-way-people-give-to-causes-big-and-small/> Visit the website on 28/12/2024 at 11:11:43.

² Chong, C. « A group of investors is buying GoFundMe. Business Insider », 2015, from: <https://www.businessinsider.com/a-group-of-investors-is-buying-gofundme-2015-6>, Visit the website on 29/12/2024 at 01:32:25.

مليارات دولار منذ ظهورها لأول مرة في عام 2010، وتتلقي الشركة أكثر من 140 مليون دولار من التبرعات شهرياً وحققت إيرادات بقيمة 100 مليون دولار في عام 2016.¹

تشتهر GoFundMe بجمع التبرعات الشخصية، مثل النفقات الطبية أو الاحتياجات التعليمية، ولكنه يستخدم أيضاً من قبل الباحثين لتمويل مشاريع أصغر موجهة للمجتمع أو جهود بحثية فردية. إنها أكثر مرونة من Kickstarter، مع عدم وجود موعد نهائي أو متطلبات للهدف. وهي مشهورة بتمويل القضايا الشخصية، وجمع التبرعات الخيرية والطبية، المنظمات غير الربحية، المجتمع، البحث.²

واعتباراً من فبراير 2024، قالت GoFundMe إنها ساعدت في جمع أكثر من 30 مليار دولار من التبرعات للتمويل الجماعي ولأسباب غير ربحية، كما تظهر إحصائيات Gofundme أن أكثر من 150 مليون شخص تبرعوا لحملة GoFundMe. حيث تبدأ حملة GoFundMe كل 18 ثانية تقريباً، مما يوضح عدد المرات التي يستخدم فيها الأشخاص المنصة لجمع الأموال.³

يهدف حوالي ثلث حملات جمع التبرعات في GoFundMe إلى مساعدة الأشخاص على دفع فواتيرهم الطبية ونفقات الرعاية الصحية من خلال التبرعات. وخلال هذا الوقت، يتبرع معظم الأشخاص بحوالي 50 دولاراً لحملة GoFundMe، وتتوفر حملات جمع التبرعات GoFundMe في أكثر من 19 دولة، مما يساعد الأشخاص على جمع الأموال حول العالم. وتشير GofundmeStatistics أيضاً إلى أنه في أبريل 2024، بدأت GoFundMe في تقديم خدماتها في المكسيك، وأصبحت نشطة في بلدها العشرين.⁴

اعتباراً من عام 2024، وصل تطبيق GoFundMe إلى أكثر من 10 ملايين عملية تنزيل على الأجهزة المحمولة في جميع أنحاء العالم، وأكثر من 90% من حملات GoFundMe التي تصل إلى

¹ <https://www.forbes.com/sites/susanadams/2016/10/19/free-market-philanthropy-gofundme-is-changing-the-way-people-give-to-causes-big-and-small/>. Op. Cit, Visit the website on 29/12/2024 at 01:59:08.

² <https://www.gofundme.com/>. Visit the website on 30/12/2024 at 18:33:07.

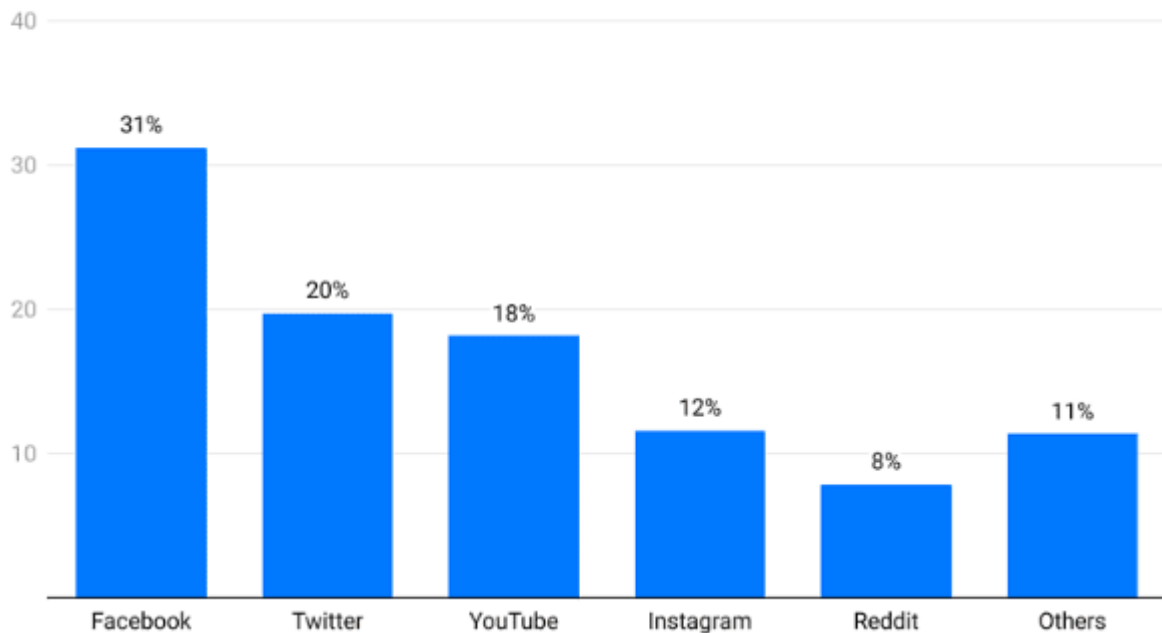
³ <https://www.gofundme.com/>. Visit the website on 30/12/2024 at 19:29:38.

⁴ <https://6sense.com/tech/crowdfunding/gofundme-market-share>. Visit the website on 30/12/2024 at 20:57:12.

التمويل الكامل وتحقق أهدافها، كما شارك الأشخاص في حملات GoFundMe أكثر من 40 مليون مرة على وسائل التواصل الاجتماعي. ووصلت GoFundMe إلى هذه النتائج بفضل انتشارها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي والشكل التالي يوضح إحصائيات الإحالة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لمنصة GoFundMe في شهر أكتوبر من سنة 2024¹:

الشكل رقم (3-7): إحصائيات أعلى معدلات الإحالة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

Highest Social Media Referral Rates



Source: <https://www.coolest-gadgets.com/gofundme-statistics/>. Date of publication: 18/11/2024. date of view: 01/01/2025.at23:08:27.

وحسب الشكل أعلاه فقد حصل Facebook و Twitter على أعلى معدلين للإحالة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مع حصة 31.21% و 19.76% على موقع Gofundme على التوالي، كما ساهم كل من YouTube و Instagram بنسبة 18.17% و 11.83% في gofundme.com على التوالي أيضا، أما في أكتوبر 2024، تبعت Reddit معدلات الإحالة إلى وسائل التواصل الاجتماعي لهذه المواقع بحصة 7.88% والشبكات الأخرى بمعدل 11.37%.

¹ <https://www.coolest-gadgets.com/gofundme-statistics/>. Date of publication: 18/11/2024. date of view: 01/01/2025.at23:08:27.

4-6-1. منصة CrowdStreet:

تأسست منصة التمويل الجماعي CrowdStreet في عام 2014 والتي يقع مقرها بـ 98 شارع سان جاسينتو الطابق الرابع أوستن، تكساس 78701 بالولايات المتحدة الأمريكية على يد Tore Steen and Darren Powderly، اللذين لاحظا أن الكثير من الناس كانوا يعتمدون بشكل مفرط على أسواق الأسهم المتداولة في البورصة خلال الانكماش الحاد في السوق في عام 2008. وقد أنشأ Tore Steen و Darren Powderly شركة CrowdStreet لمساعدة المستثمرين الأفراد على بناء محافظ استثمارية متنوعة خارج الأسهم العامة، وذلك من خلال منحهم وصولاً أفضل إلى سوق العقارات، الذي يعد ثالث أكبر فئة من الأصول في الولايات المتحدة الأمريكية.¹

حيث يمكن للمستثمرين على المنصة اختيار الاستثمار في الصفقات الفردية أو صناديق الاستثمار العقارية أو الأموال المتاحة على المنصة، كما يمكن إدارة الصناديق وصناديق الاستثمار العقارية بواسطة مستشاري CrowdStreet أو بواسطة مدير خارجي، ولكن يتم توفير تفاصيل الصفقات المختلفة للمستثمرين لاتخاذ قرار صحيح وعلى دراية تامة بشأن العقارات المختلفة. كما توفر CrowdStreet معلومات ورؤى متعمقة حول كل صفقة على المنصة، بالإضافة إلى العروض التقديمية التي يقدمها الرعاة الرسميون والافتراضات والمخاطر الرئيسية وخطط العمل والخطط المالية وهياكل العائدات وغيرها من المعلومات.²

وتتميز منصة CrowdStreet باتساع نطاق الاستثمارات العقارية، حيث توفر للمستثمرين إمكانية الوصول إلى الصفقات العقارية التجارية عبر العديد من الفئات المختلفة، بما في ذلك الضيافة والصناعة والأراضي والمكاتب الطبية والسكنية وإسكان كبار السن وتجارة التجزئة وبيوت الطلاب ومراكز البيانات ومواقف السيارات، مما يسمح للمستخدمين إنشاء محفظة عقارية متنوعة على منصة واحدة.³

¹ <https://www.crowdstreet.com>. Visit the website on 01/01/2025 at 00:36:13.

² <https://www.crowdstreet.com/how-it-works?>. Visit the website on 01/01/2025 at 01:51:10.

³ <https://www.crowdstreet.com/about/>. Visit the website on 01/01/2025 at 01:51:10.

في CrowdStreet يمكنك البدء في الاستثمار بمبلغ 25000 دولار أمريكي، بحيث أن الصفقات الفردية لا توجد بها رسوم للمستثمرين، ويدفع الرعاية رسوما تقنية بنسبة 1.5% لاستخدام المنصة، والتي قد يتم تمريرها إلى المستثمرين من قبل راعي الصفقة، وقد يفرض الرعاية أيضاً رسوماً إضافية، أما الحسابات المدارة الخاصة من مستشاري CrowdStreet تفرض رسوما استشارية على الأصول المنشورة في العام الأول من 2.0% إلى 2.5% بناء على قيمة الأصول، ورسوم سنوية بنسبة 0.25% على الأصول المنشورة بعد العام الأول.¹ واستناداً إلى بيانات CrowdStreet الداخلية اعتباراً من 2024/07/10 فقد تم تمويل أكثر من 790 صفقة. تم استثمار 4.4 مليار دولار أمريكي. 206 صفقة محققة.²

وفي الأخير فإن مشهد التمويل الجماعي في الولايات المتحدة يشمل على مجموعة متنوعة من النماذج لتلبية احتياجات أنواع المشاريع المختلفة وأهداف التمويل، فمن النماذج القائمة على التبرعات والمكافآت للمشاريع الخيرية والإبداعية، إلى النماذج القائمة على الأسهم والديون للشركات والاستثمارات العقارية، بحيث يخدم كل نوع من أنواع التمويل الجماعي غرضاً وجمهوراً ونموذج تمويل مختلف، مما يوفر مزايا فريدة للأفراد والشركات والمنظمات التي تبحث عن الدعم المالي. وقد شهدت الولايات المتحدة ابتكارات قانونية وتكنولوجية كبيرة في هذا المجال، مما أتاح مجموعة متنوعة من الفرص لتمويل أنواع مختلفة من المشاريع، كما يعد فهم الأطر القانونية والرقابة التنظيمية والمنصات النموذجية أمراً بالغ الأهمية للباحثين الذين يستكشفون تأثير وفعالية التمويل الجماعي في الولايات المتحدة.

¹ <https://www.crowdstreet.com/>. Visit the website on 01/01/2025 at 02:20:03.

² <https://app.crowdstreet.com/invexp/accounts/login/?>. Visit the website on 01/01/2025 at 02:57:25.

المبحث الثاني: دراسة حالة التمويل الجماعي في ألمانيا.

تُعد ألمانيا من البلدان الرائدة في مجال التمويل الجماعي (Crowdfunding)، وقد شهدت هذه الصناعة تطورًا ملحوظًا خلال العقدین الأخيرین، بحيث يمكن تقسيم تجربة ألمانيا في التمويل الجماعي إلى عدة مراحل رئيسية تشمل التشريعات، والابتكارات التكنولوجية، بالإضافة إلى كيفية تعامل السوق الألماني مع هذا النوع من التمويل.

كما أثبتت ألمانيا مكانتها كواحدة من اللاعبين الرئيسيين في النظام البيئي العالمي للتمويل الجماعي، من خلال إطار تنظيمي قوي ومجموعة متنوعة من نماذج التمويل الجماعي التي تلي أنواعًا مختلفة من المشاريع، بما في ذلك المؤسسات الناشئة والمؤسسات الاجتماعية والعقارات. وفيما يلي نظرة عامة مفصلة عن تجربة ألمانيا في التمويل الجماعي، بما في ذلك البيئة التنظيمية ونماذج التمويل الجماعي الرئيسية والمنصات الرئيسية والتحديات التي تواجهها.

2-1. بداية وتطور التمويل الجماعي في ألمانيا:

قبل ظهور التمويل الجماعي، كانت الأشكال التقليدية للتمويل تهيمن على المشهد التمويلي في ألمانيا، كما هو الحال في العديد من البلدان الأخرى مثل القروض المصرفية ورأس المال الاستثماري والدعم الحكومي للشركات الناشئة، بحيث لم يكن التمويل الجماعي كمفهوم قد تم استكشافه على نطاق واسع بعد. ومع ذلك فقد كانت هناك نماذج مماثلة للتمويل الجماعي موجودة في بعض القطاعات، كما هو الحال في التعاونيات وبعض الجهود غير الربحية أو الخيرية، حيث أرست هذه الممارسات غير الرسمية الأساس لظهور التمويل الجماعي بشكل أكثر رسمية فيما بعد.

كما تأثرت بدايات التمويل الجماعي وتطوره المبكر في ألمانيا بشكل كبير بالاتجاهات العالمية والحاجة إلى خيارات تمويل بديلة، خاصة للشركات الناشئة والمشاريع الإبداعية والشركات الصغيرة، وتطور التمويل الجماعي في ألمانيا بشكل ملحوظ على مدار العقد الماضي، ففي البداية كان يُنظر إليها على أنها طريقة تمويل متخصصة للشركات الناشئة والشركات الصغيرة، لكنها

تطورت لتشمل قطاعات مختلفة، بما في ذلك التكنولوجيا والعقارات وحتى المشاريع الخيرية. كما يتيح التمويل الجماعي للأفراد استثمار مبالغ صغيرة من المال مقابل الحصول على مكافآت أو أسهم أو حصة في الأرباح المحتملة للمشروع.

ولقد تطور التمويل الجماعي في ألمانيا بشكل ملحوظ منذ مراحله الأولى، حيث ظهر كآلية رئيسية لتمويل المشاريع والمؤسسات الناشئة والقضايا الاجتماعية. ويعود تاريخ التمويل الجماعي في ألمانيا إلى أوائل العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، مستوحى من النجاح العالمي لمنصات مثل Kickstarter في الولايات المتحدة. وفي ألمانيا، ظهرت أولى منصات التمويل الجماعي في الفترة ما بين 2009 و2010 تقريبًا، وكانت Startnext واحدة من أقدم وأبرز هذه المنصات، والتي تأسست في عام 2010 وسرعان ما أصبحت رائدة في مجال التمويل الجماعي الناطق باللغة الألمانية، وسمحت هذه المنصة للأفراد والمنظمات بجمع الأموال للمشاريع الإبداعية، بما في ذلك الفنون والثقافة وريادة الأعمال¹.

وفي الوقت نفسه تقريبًا، شهدت ألمانيا صعود التمويل الجماعي القائم على الأسهم، والذي تم تسهيله من خلال منصات مثل Companisto التي تم إطلاقها في عام 2012 وSeedmatch التي تأسست في عام 2011 كواحدة من أولى المنصات الرئيسية للتمويل الجماعي للأسهم في ألمانيا، والتي سمحت هذه المنصة للداعمين بالاستثمار في المؤسسات الناشئة في مقابل الأسهم أو حقوق المشاركة في الأرباح. ويعكس هذا التحول الاهتمام المتزايد بأساليب التمويل البديلة للشركات في مراحلها المبكرة، والذي حفزته الأزمة المالية العالمية في عام 2008، والتي حدثت من رأس المال الاستثماري التقليدي والإقراض المصرفي، كما تم تشكيل لوائح التمويل الجماعي في ألمانيا من خلال الإطار القانوني التقدمي للبلاد، والذي قدم مبادئ توجيهية واضحة لمثل هذه الأنشطة دون خنق الابتكار².

¹ <https://www.startnext.com/>. Visit the website on 02/09/2024 at 03:57:47 pm.

² Schäfer. H, and Kuckertz. A, « **Crowdfunding for creative projects: Insights from Germany's startnext platform**», International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, Vol 18, N° 05, Pp 432-450. 2014. p 437.

ومن المنصات الرئيسية الأخرى التي ظهرت في ألمانيا هي منصة Companisto، التي تأسست في عام 2012. وعلى غرار منصة Seedmatch، سمحت Companisto للأفراد بالاستثمار في المؤسسات الناشئة في مرحلة مبكرة مقابل الحصول على الأسهم، ولكنها سمحت أيضاً بمشاركة أوسع من قبل المستثمرين الأفراد مما أدى إلى توسيع نموذج التمويل الجماعي إلى ما هو أبعد من مجرد التمويل الجماعي إلى السوق المتخصصة. وكان لمنصة Companisto دور فعال في عرض إمكانية التمويل الجماعي لتمويل مشاريع التكنولوجيا المبتكرة في ألمانيا، والتي أصبحت سمة رئيسية لسوق التمويل الجماعي الألماني¹.

وبمرور الوقت، تطورت البيئة التنظيمية في ألمانيا لاستيعاب الشعبية المتزايدة للتمويل الجماعي. وبدأت هيئة التنظيم المالي الألماني، Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) في تقديم التوجيه بشأن منصات التمويل الجماعي، مع التركيز بشكل خاص على حماية المستثمرين وتنظيم التمويل الجماعي القائم على الأسهم. ووضع قواعد أكثر وضوحاً لمثل هذه المنصات. وقد ساهم ذلك في إضفاء الطابع الرسمي على التمويل الجماعي وتوسيعه من خلال سن قوانين في عام 2015 ليشمل جميع القطاعات الأخرى، بما في ذلك العقارات والإقراض من نظير إلى نظير. ووضحت المشهد التنظيمي للتمويل الجماعي، مما يضمن امتثال المنصات للأنظمة المالية التي تهدف إلى حماية المستثمرين والحفاظ على الشفافية².

في عام 2015، تم تعديل قانون الإشراف على الخدمات المالية ليشمل أحكاماً تتناول على وجه التحديد التمويل الجماعي، مما يوفر إطاراً قانونياً لكل من منصات التمويل الجماعي للأسهم والديون. ويتطلب هذا القانون من المنصات التأكد من استيفائها للمعايير التنظيمية، بما في ذلك تزويد المستثمرين بمعلومات شفافة وإجراء العناية الواجبة المناسبة. وكان إدخال مثل هذه

¹ Pütz, J. and Duller, S. « Equity-based crowdfunding in Germany: A comparison of crowdfunding platforms and the potential for innovation-driven startups », Venture Capital Journal, Vol 19, N° 02, Pp 81-99. 2017. p 85.

² BaFin. (2015). Guidelines for Crowdfunding and Financial Market Regulations. Federal Financial Supervisory Authority.

القواعد التنظيمية بمثابة نقطة تحول بالنسبة للتمويل الجماعي في ألمانيا، حيث ساعد في إضفاء الشرعية على القطاع وبناء الثقة بين المستثمرين¹.

وخلال الفترة ما بين سنتي 2013 و2014، توسعت منصات التمويل الجماعي إلى ما هو أبعد من النماذج القائمة على الأسهم والمكافآت، وتنوعت لتشمل قطاعات وأدوات مالية جديدة. وبدأ التمويل الجماعي العقاري، والإقراض من نظير إلى نظير (P2P)، وغير ذلك من أنواع التمويل الجماعي في اكتساب المزيد من التقدم. ومثل ظهور منصات التمويل الجماعي العقاري مثل منصة Exporo في عام 2014 حدودًا جديدة في سوق التمويل الجماعي الألماني. حيث سمحت هذه المنصات للأفراد بالاستثمار في المشاريع العقارية، وفتحت سوق الاستثمار العقاري أمام مجموعة أوسع من المستثمرين. كما ظهر التمويل الجماعي من نظير إلى نظير (P2P) من خلال ظهور منصة Auxmoney في سنة 2014، والتي اكتسبت شعبية كبيرة في ألمانيا من خلال السماح للأفراد بإقراض الأموال للشركات الصغيرة والمقترضين الآخرين. كما مثل تحولاً في ممارسات الإقراض التي مكنت الأفراد من تجاوز البنوك التقليدية والاستثمار مباشرة في القروض².

واستمر سوق التمويل الجماعي في ألمانيا في النمو، ولا يزال واحداً من أكبر الأسواق في أوروبا، وذلك بفضل منصاتها المبتكرة والبنية التحتية الرقمية القوية بالإضافة إلى الثقافة التي تدعم خوض المخاطر في ريادة الأعمال. ويستمر التمويل الجماعي في ألمانيا في الازدهار، مع معدلات نمو سنوية وتنوع أنواع المشاريع. ويُنسب هذا النجاح إلى الأطر القانونية والمالية القوية في ألمانيا، فضلاً عن الثقافة الرقمية المتنامية التي تتبنى أساليب التمويل الجماعي.

¹ Lutz, C., and Baruch, Y. « Crowdfunding in Germany: A review of the regulatory landscape and market structure. German Business Law Review », Vol 18, N° 06, Pp 619-645. 2017. p 627.

² Moritz, A., and Block, J. « The rise of peer-to-peer lending in Germany: A comprehensive analysis », Journal of Financial Intermediation, 23(4), 598-622. Vol 23, N° 04, Pp 598-622. 2016. p 604.

2-2. الإطار التنظيمي والقانوني للتمويل الجماعي في ألمانيا:

يتم تنظيم التمويل الجماعي في ألمانيا بموجب مجموعة من لوائح الاتحاد الأوروبي (EU) والقوانين الوطنية والأحكام المحددة المتعلقة بالخدمات المالية، وقد تم تصميم الإطار القانوني للتمويل الجماعي لضمان الشفافية وحماية المستثمر والاستقرار المالي، وفيما يلي المكونات الرئيسية للإطار التنظيمي والقانوني في ألمانيا:

1-2-2. اللوائح والتوجيهات التنظيمية والقانونية الأوروبية

نظرًا لأن ألمانيا جزء من الاتحاد الأوروبي، فهي تخضع للوائح وأنظمة الاتحاد الأوروبي المتعلقة بالتمويل الجماعي والتي تهدف إلى تنسيق وتوحيد ممارسات التمويل الجماعي عبر الدول الأعضاء من خلال:

• لوائح الاتحاد الأوروبي بشأن مقدمي خدمات التمويل الجماعي الأوروبيين (ECSP)¹

اعتبارًا من العاشر من شهر نوفمبر لسنة 2021، توفر هذه اللائحة إطارًا موحدًا لمقدمي خدمات التمويل الجماعي في الاتحاد الأوروبي، بما في ذلك ألمانيا، وتنطبق هذه اللائحة على المنصات التي تقدم التمويل الجماعي القائم على الاستثمار (على سبيل المثال، التمويل الجماعي على الأسهم أو الديون)، وتهدف هذه اللائحة إلى إنشاء سوق واحدة للتمويل الجماعي في جميع أنحاء أوروبا. وتشمل الجوانب الرئيسية التالية:

– ترخيص متاح لمنصات التمويل الجماعي للعمل في جميع الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي.

¹ Regulation - 2020/1503 - EN - EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2020/1503/oj/eng> Visit the website on 05/09/2024 at 22:04:51 pm.

- قواعد حماية المستثمرين، بما في ذلك متطلبات الشفافية والقيود المفروضة على المبلغ الذي يمكن أن يساهم به المستثمر الفردي خلال فترة معينة.
- متطلبات المنصات لتوفير معلومات واضحة ودقيقة حول حملات التمويل الجماعي والمخاطر المرتبطة بها.

كما تحدد وتضع لائحة الاتحاد الأوروبي عتبة وحدًا أدنى لحملات التمويل الجماعي، مما يضمن أن الحملات التي تجمع ما يصل إلى 5 ملايين يورو سنويًا تخضع لقواعد مبسطة بموجب لائحة ECSP.

• MiFID II (توجيه الاسواق في الأدوات المالية)¹

على الرغم من أن MiFID II ليس مصممًا خصيصًا للتمويل الجماعي، إلا أنه ينطبق عندما تقدم منصات التمويل الجماعي خدمات تتعلق بالأوراق المالية، فإذا عرضت منصة التمويل الجماعي استثمارًا في الأوراق المالية القابلة للتداول، مثل الأسهم أو السندات، فيجب أن تمتثل لـ MiFID II. ويشمل ذلك ضمان شفافية سوق الأوراق المالية وحماية المستثمرين، والترخيص المناسب للمنصات من قبل الهيئات التنظيمية الوطنية.

2-2-2. اللوائح الوطنية التنظيمية والقانونية في ألمانيا

يتأثر الإطار القانوني للتمويل الجماعي في ألمانيا بلوائح الاتحاد الأوروبي وقوانينها الوطنية، التي تنظم جوانب الخدمات المالية والأوراق المالية وحماية المستهلك، وتتمثل القوانين الوطنية الألمانية الرئيسية هي:

¹ Directive - 2014/6 - EN-Mifid Ii-EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/65/oj/eng>
Visit the website on 06/09/2024 at 22:11:58 pm.

• قانون البنوك الألماني (KWG) Kreditwesengesetz

تنظم هيئة الخدمات المصرفية والمالية (KWG) في ألمانيا، ويجب أن تكون منصات التمويل الجماعي التي تسهل التمويل الجماعي القائم على الديون (أي الإقراض من نظير إلى نظير) مرخصة بموجب هيئة تنظيم الخدمات المصرفية والمالية (KWG). كما تخضع المنصات التي تسهل الإقراض أو تقدم المشورة الاستثمارية المتعلقة بالقروض لإشراف هيئة الرقابة المالية الفيدرالية في ألمانيا (BaFin)¹.

• قانون الأصول الاستثمارية (VermAnlG) Vermögensanlagegesetz

تنظم هيئة تنظيم سوق الأوراق المالية (VermAnlG) العروض العامة للمنتجات المالية، وإذا كانت حملة التمويل الجماعي تتضمن إصدار أوراق مالية (مثل الأسهم أو السندات)، فإن هيئة تنظيم سوق الأوراق المالية (VermAnlG) تفرض التزامات معينة بالإفصاح، بما في ذلك تقديم نشرة الاكتتاب ما لم يكن العرض صغيراً أو محدوداً (أقل من عتبات محددة)، ويحمي هذا القانون المستثمرين من خلال ضمان الشفافية في العروض².

• الالتزام بنشرة الإصدار (Prospektpflicht)

إذا كانت حملة التمويل الجماعي تتضمن طرح أسهم أو سندات، فقد يخضع العرض لمتطلبات نشرة الاكتتاب وفقاً لقانون نشرة الأوراق المالية (Wertpapierprospektgesetz)، بحيث

¹ BaFin, "Licensing Requirements for Financial Services under the KWG" https://www.bafin.de/EN/Aufsicht/BankenFinanzdienstleister/Markteintritt/Finanzdienstleistungen/finanzdienstleistungen_node_en.html. Visit the website on 06/09/2024 at 23:14:07 pm.

² VermAnlG Vermögensanlagegesetz, <https://www.buzer.de/VermAnlG.htm>. Visit the website on 06/09/2024 at 23:58:10 pm.

يلزم تقديم نشرة الاكتتاب لأي عرض للأوراق المالية يتجاوز 8 ملايين يورو. ومع ذلك، قد يتم إعفاء العروض الأصغر من هذا الشرط في ظل ظروف معينة¹.

• إشراف هيئة الرقابة المالية (BaFin)

تلعب الهيئة الفيدرالية للرقابة المالية (BaFin) دورًا محوريًا في تنظيم أنشطة التمويل الجماعي والإشراف عليها في ألمانيا، فيجب على منصات التمويل الجماعي التسجيل لدى الهيئة الفيدرالية للرقابة المالية (BaFin) إذا كانت تقدم خدمات مالية مثل الاستثمار أو الإقراض. كما تضمن BaFin امثال المنصات للقوانين المالية، بما في ذلك تلك المتعلقة بالشفافية وحماية المستهلك والاستقرار المالي².

فقد تم تصميم الإطار التنظيمي للتمويل الجماعي في ألمانيا لتعزيز الابتكار مع ضمان حماية المستثمر والاستقرار المالي، لذلك فهو يجمع بين اللوائح على المستوى الأوروبي مثل ECSP والقوانين الوطنية مثل KWG وVermAnlG، كما يجب كذلك على منصات التمويل الجماعي في ألمانيا أن تتنقل في هذه البيئة التنظيمية بعناية وتحت إشراف هيئة الرقابة المالية الفيدرالية (BaFin) والسلطات الأخرى.

2-3. واقع التمويل الجماعي في ألمانيا:

برز التمويل الجماعي في ألمانيا كنموذج تمويل بديل من البدائل المهمة والمتنامية، خاصة في عام 2023. وهو بمثابة آلية حيوية لتمويل مجموعة واسعة من المشاريع، بما في ذلك المؤسسات الناشئة، التطوير العقاري، المشاريع الإبداعية والقضايا الاجتماعية. ويرتكز هذا القطاع على إطار

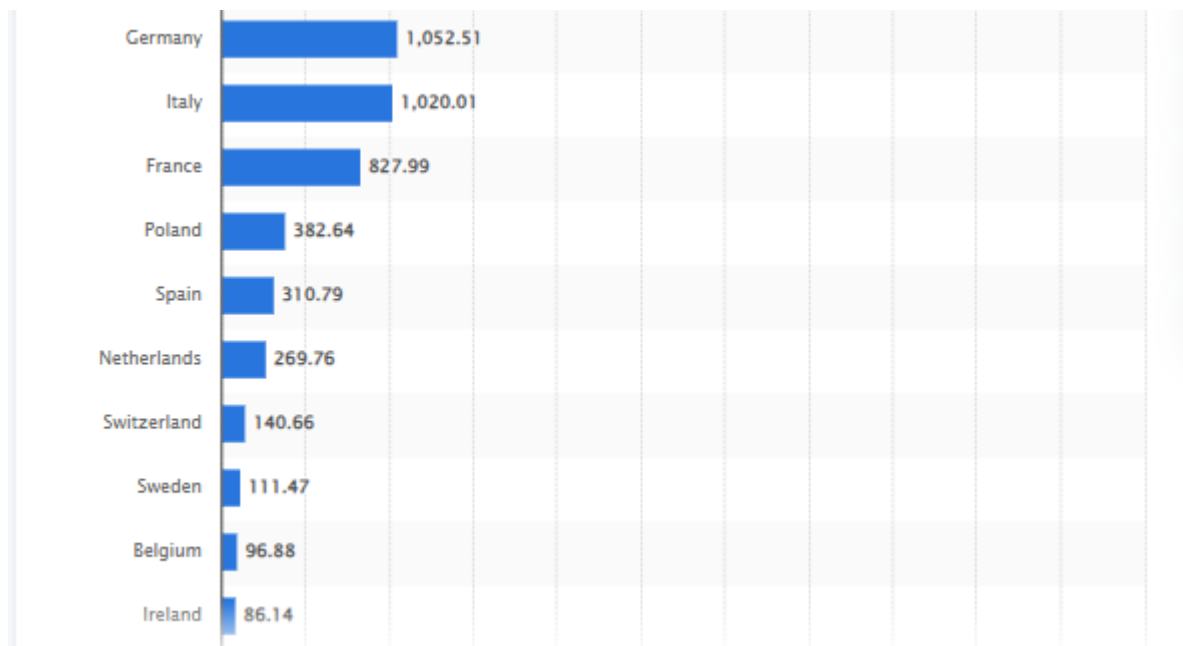
¹ Prospektpflicht https://www.bafin.de/DE/Aufsicht/Prospekte/Wertpapiere/Prospektpflicht/prospektpflicht_artikel.html. website on 07/09/2024 at 02:39:26 pm

² Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), "Crowdfunding", https://www.bafin.de/DE/Verbraucher/GeldanlageWertpapiere/GrauerKapitalmarkt/Crowdfunding/crowdfunding_node.html. website on 07/09/2024 at 03:28:43 pm.

تنظيمي قوي بالاضافة إلى الابتكار التكنولوجي والاهتمام المتزايد من المستثمرين الأفراد والمؤسسات.

ففي عام 2023 حققت ألمانيا أعلى قيمة للأموال التي تم جمعها من خلال نماذج جمع رأس المال الرقمي بإجمالي يبلغ حوالي 1.05 مليار دولار أمريكي. وكان هذا أعلى مبلغ من أي دولة أخرى في الاتحاد الأوروبي. وتبعتها إيطاليا وفرنسا بمبلغ 1.02 مليار دولار أمريكي و827 مليون دولار أمريكي على التوالي، وبعدها تأتي باقي الدول بمبالغ مالية أقل من 382.5 مليون دولار أمريكي، تشمل هذه الأرقام رأس المال الذي تم جمعه من خلال الإقراض الجماعي، الاستثمار الجماعي، التمويل الجماعي القائم على المكافآت والإقراض في السوق¹. والشكل التالي يوضح ما تمت مناقشته:

الشكل رقم (3-8): القيمة الإجمالية لرأس المال الرقمي الذي تم جمعه في أوروبا في عام 2023، حسب الدولة.



Source: <https://www.statista.com/statistics/1081271/europe-digital-capital-raising-by-country/#statisticContainer>. Date of publication: October 24. 2024, date of view: 12/11/2024 at 23:30:14.

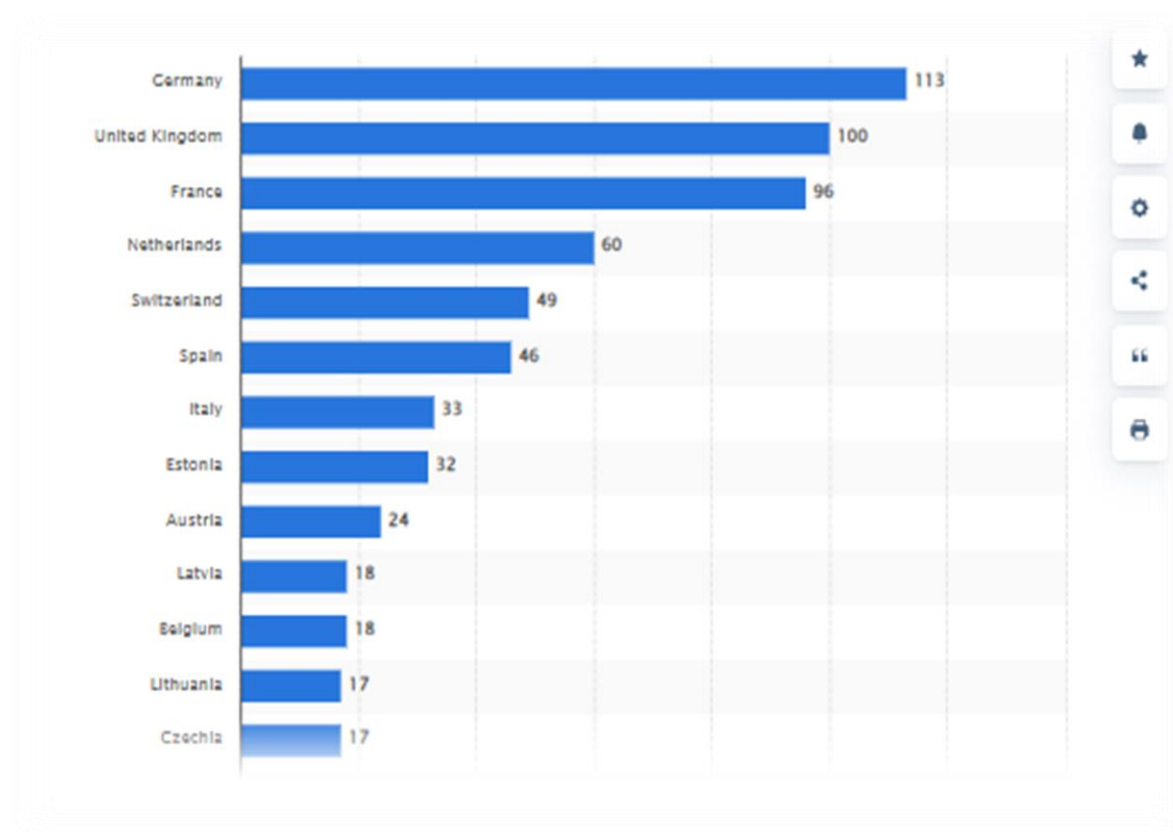
¹ <https://www.statista.com/statistics/1081271/europe-digital-capital-raising-by-country/#statisticContainer>. Date of publication: October 24. 2024, date of view: 12/11/2024 at 23:30:14

واستحواذ ألمانيا على أعلى حصة سوقية بالاتحاد الأوروبي في عام 2023، جاء نتيجة التطور المبكر للتمويل الجماعي في ألمانيا من عام 2010 إلى عام 2015، بظهور العديد من المنصات الرئيسية، وإنشاء إطار قانوني، وتنويع نماذج التمويل الجماعي. ولعبت منصات مثل Seedmatch، وCompanisto، وStartnext أدوارا محورية في تشكيل مشهد التمويل الجماعي، في حين وفرت التطورات التنظيمية البنية القانونية اللازمة لنمو القطاع.

ومع نضوج التمويل الجماعي في ألمانيا، أصبح خيار تمويل معترف به ومشروعاً للشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمشاريع الإبداعية والاستثمارات العقارية. وتميزت فترة التطوير المبكرة بالابتكار والتجريب وإنشاء نظام بيئي مستقر ومنظم للتمويل الجماعي، وإنشاء العديد من منصات التمويل الجماعي المعتمدة حيث احتلت ألمانيا صدارة دول الاتحاد الأوروبي في عدد منصات التمويل الجماعي التي وصلت إلى 113 منصة معتمدة، وتأتي في المرتبة الثانية المملكة المتحدة بصفحتها دولة أوروبية بـ 100 منصة معتمدة، تليها فرنسا بـ 96 منصة معتمدة، وبعدها تأتي باقي دول الاتحاد الأوروبي بأقل من 60 منصة معتمدة¹. والشكل التالي يوضح عدد منصات التمويل الجماعي العاملة في أوروبا حسب كل دولة:

الشكل رقم (3-9): عدد منصات التمويل الجماعي العاملة في أوروبا اعتباراً من مارس 2023 حسب البلد.

¹ <https://www.statista.com/statistics/1427104/europe-number-of-crowdfunding-platforms-by-country/#statisticContainer>..Date of publication: Aug 20, 2024,date of view: 12/10/2024.at 03:59:38 pm.

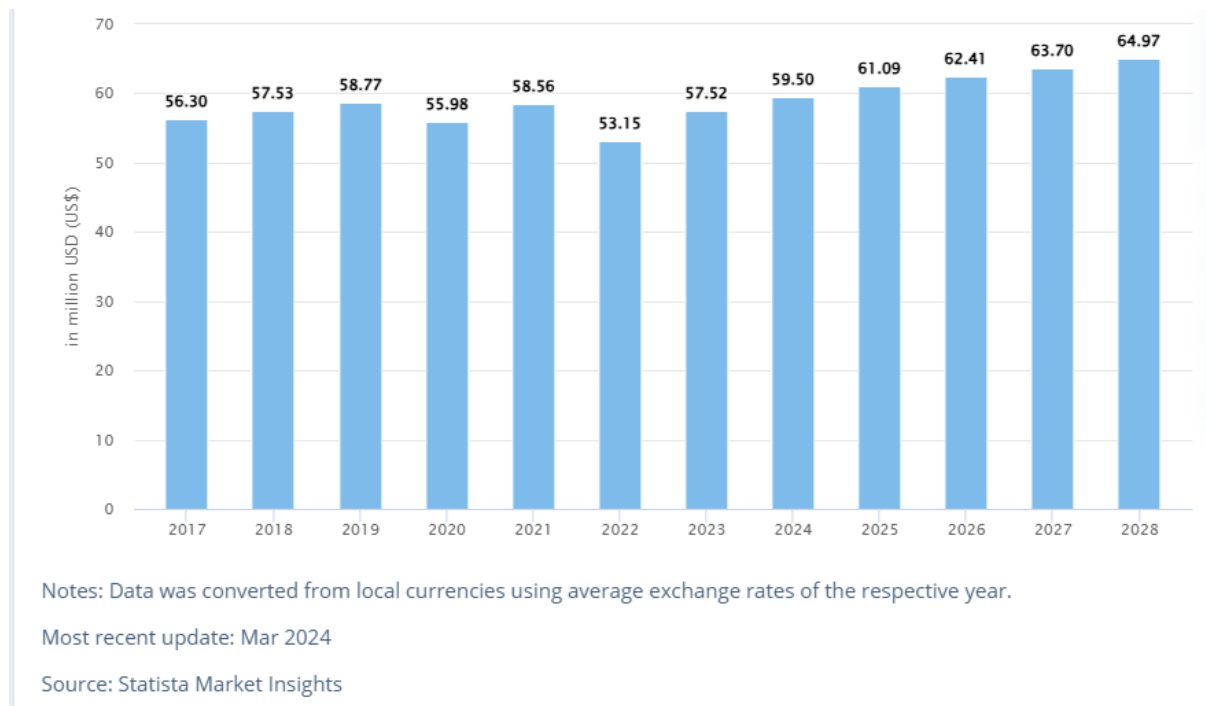


Source : <https://www.statista.com/statistics/1427104/europe-number-of-crowdfunding-platforms-by-country/#statisticContainer>. Date of publication: Aug 20, 2024, date of view: 12/10/2024 at 03:59:38 pm.

وفي عام 2023، واصل التمويل الجماعي في ألمانيا مساره التصاعدي حيث بلغ إجمالي حجم الأموال التي تم جمعها عبر منصات التمويل الجماعي في ألمانيا 57.52 مليون دولار أمريكي عبر جميع النماذج (الأسهم، والإقراض، والقائمة على المكافآت، والتبرعات). وبعد مرحلة التذبذب في معدل النمو في سنوات جائحة كوفيد 19، بدا بالرجوع إلى حالته الطبيعية خلال سنة 2023، بحيث من المتوقع أن تصل قيمة المعاملات في سوق التمويل الجماعي إلى 59.50 مليون دولار أمريكي في عام 2024، ومن المتوقع أن تظهر قيمة المعاملات في سوق التمويل الجماعي معدل نمو سنوي مركب

(CAGR) (2028-2024) بنسبة 2.07% مما يؤدي إلى مبلغ إجمالي متوقع قدره 64.97 مليون دولار أمريكي بحلول عام 2028¹. والشكل التالي يوضح ما تم التطرق إليه:

الشكل رقم (3-10): قيمة رأس المال المجمع والمتوقع عن طريق التمويل الجماعي في ألمانيا (2017-2028) الوحدة مليون دولار أمريكي.



Source: <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-capital-raising/crowdfunding/germany>. Date of publication: Mars 2024, date of view: 09/10/2024 at 11:42:15 pm.

4-2. أنواع التمويل الجماعي في ألمانيا:

أصبح التمويل الجماعي آلية تمويل رئيسية في ألمانيا، حيث يوفر فرصًا متنوعة لكل من رواد الأعمال والمستثمرين، ويتم تصنيف طريقة جمع رأس المال هذه إلى التمويل الجماعي القائم على المكافآت، والتمويل الجماعي القائم على الأسهم، والتمويل الجماعي القائم على الديون، والتمويل

¹ <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-capital-raising/crowdfunding/germany>. Date of publication: Mars 2024, date of view: 09/10/2024 at 01:10:15 pm.

الجماعي القائم على التبرعات، بحيث يتم دعم كل فئة بواسطة منصات محددة وتخضع لأطر قانونية وتنظيمية لضمان الشفافية والأمان، وفيما يلي الأنواع الرئيسية للتمويل الجماعي في ألمانيا:

2-4-1. التمويل الجماعي على أساس المكافأة:

يتم العمل بهذا النموذج من التمويل الجماعي عن طريق قيام الأفراد أو الشركات بجمع الأموال من خلال تقديم مكافآت أو تجارب ملموسة في المقابل، ويمكن أن تتراوح هذه من الطلبات المسبقة للمنتج إلى التجارب الحصرية أو البضائع ذات العلامات التجارية، وتحظى بشعبية خاصة بالنسبة للمشاريع الإبداعية مثل ألبومات الموسيقى والأفلام والأدوات التقنية. أما المنصات الرئيسية التي تتبنى هذا النوع من التمويل الجماعي في ألمانيا هي: المنصة الدولية Kickstarter والمنصة الألمانية Startnex.¹

2-4-2. التمويل الجماعي للأسهم:

في هذا النوع من التمويل الجماعي يقدم المستثمرون رأس المال للشركات مقابل حصص الملكية (الأسهم)، وهذا ما يسمح للشركات بالحصول على التمويل دون الذهاب إلى المستثمرين التقليديين مثل البنوك أو أصحاب رؤوس الأموال، غالبًا ما يتم استخدامه من قبل المؤسسات الناشئة التي تتطلع إلى التوسع. أما المنصات الرئيسية التي تتبنى هذا النوع من التمويل الجماعي في ألمانيا هي: منصة Seedmatch والتي تعد من أولى منصات التمويل الجماعي للأسهم في ألمانيا، والمرتبطة بالشركات ذات النمو المرتفع (المؤسسات الناشئة). بالإضافة إلى منصة Companisto والتي تعد لاعبا أساسيا في التمويل الجماعي للأسهم في ألمانيا، بحيث تسمح منصة Companisto لكل من المستثمرين المحترفين والأفراد العاديين بالاستثمار في المؤسسات الناشئة في مرحلة مبكرة مقابل الحصول على الأسهم.²

¹ Michal Galkiewicz, « Overfunding In Crowdfunding On Startnext And Kickstarter Platforms – Are Product Offerings More Successful Than Other Projects? », EMAN 2019 Selected Papers, The 3rd Conference on Economics and Management, DOI: <https://doi.org/10.31410/EMAN.S.P.2019.193>. Pp 193- 199. 2019. p 193.

² Saul Estrin, Susanna Khavul, Alexander S. Kritikos, Jonas Löher, « Access to Digital Finance: Equity Crowdfunding across Countries and Platforms », DIW Berlin German

2-4-3. التمويل الجماعي القائم على الديون (القائم على الإقراض)

في هذا النموذج، يمكن للمقترضين الحصول على القروض لتلبية الاحتياجات الشخصية أو التجارية أو المتعلقة بالمشروع، في حين يمكن للمستثمرين كسب عوائد عن طريق إقراض الأموال. يقوم الأفراد أو المؤسسات بإقراض الأموال للشركات أو الأفراد، متوقعين استرداد رأس المال مع الفائدة، والمعروف أيضاً باسم الإقراض من نظير إلى نظير (P2P)، والذي نما بشكل كبير في ألمانيا، مما يوفر خيار تمويل بديل للأفراد والشركات. هذا شكل من أشكال الإقراض غالباً ما تستخدمه الشركات التي تحتاج إلى رأس المال دون إضعاف حقوق الملكية، والمنصات الرئيسية التي توفر هذا النوع من التمويل الجماعي: منصة FundingCircle على الرغم من كونها أكثر بروزاً في المملكة المتحدة، إلا أن FundingCircle تعمل أيضاً في ألمانيا، حيث توفر للشركات إمكانية الوصول إلى القروض الممولة من قبل المستثمرين الأفراد، إضافة إلى منصة Kapilendo والتي تركز على الشركات الصغيرة والمتوسطة الألمانية، وتقدم القروض للشركات مقابل عوائد ثابتة، والمنصات الأخرى مثل Auxmoney و Bondora بحيث يعتبر خياراً للشركات التي تحتاج إلى التمويل ولكنها لا تريد التخلي عن حقوق الملكية. كما تتطلب اللوائح الألمانية من المنصات الالتزام بالأطر القانونية الصارمة، بما في ذلك قانون البنوك الألماني (KWG)¹.

2-4-4. التمويل الجماعي القائم على التبرع

يسمح التمويل الجماعي القائم على التبرعات في ألمانيا للأفراد والمنظمات بجمع الأموال لأسباب اجتماعية أو خيرية أو شخصية دون تقديم عوائد مالية للمساهمين. وتشمل المنصات الرئيسية موقع Betterplace.org، الذي يركز على المشاريع الخيرية، و GoFundMe، الذي يستخدم على نطاق واسع في القضايا الشخصية وحالات الطوارئ، إضافة إلى منصة Betterplace التي تعتبر أكبر منصة قائمة على التبرعات في ألمانيا، وتركز Betterplace على دعم المنظمات غير الربحية

Institute for Economic Research Mohrenstr. 58 10117 Berlin, ISSN electronic edition 1619-4535, <https://www.ssrn.com/link/DIW-Berlin-German-Inst-Econ-Res.html>. Pp 1-29. 2023. P 06.

¹ Renner, Moritz, « Peer-to-Peer Lending in Germany », Journal of European Consumer and Market Law (EuCML), 5 (2016), 224-226, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3213523>. Pp 1-7. 2018.

ومشاريع التأثير الاجتماعي، مما يسمح للمانحين بدعم أسباب تتراوح بين الإغاثة في حالات الكوارث إلى التعليم. كما تعتبر منصة Leetchi التي هي في الاصل منصة فرنسية وتعمل أيضاً في ألمانيا وهي من أهم المنصات التي تتيح للمستخدمين جمع الأموال لأسباب شخصية، مثل حالات الطوارئ الطبية أو أعياد الميلاد أو المساعي الخيرية¹.

وتمكن هذه المنصات الأفراد من طلب الدعم للمبادرات الإنسانية والأزمات الصحية والمشاريع المجتمعية، في حين أن ألمانيا تتمتع ببيئة قانونية مواتية لمثل هذه المنصات، فإن التبرعات عادة ما تكون معفاة من الضرائب إذا تم استخدامها لأغراض خيرية، على النحو المبين في قانون الضرائب الألماني (AO).

ولقد تم تصنيف التمويل الجماعي في ألمانيا إلى أربعة أنواع رئيسية: التمويل الجماعي القائم على المكافآت، و القائم على الأسهم، والقائم على الديون، والقائم على التبرعات، ويتضمن التمويل الجماعي القائم على المكافآت جمع الأموال للمشاريع مقابل الحصول على مكافآت، مع منصات مثل Kickstarter و Startnext الرائدة في السوق، كما يسمح التمويل الجماعي للأسهم للمستثمرين بالحصول على حصص ملكية في الشركات، حيث تعد منصات Seedmatch و Companisto لاعبين رئيسيين في هذا النوع من التمويل. ويتضمن التمويل الجماعي القائم على الديون من خلال منصات أخرى مثل FundingCircle و Kapilendo إقراض الأموال لسدادها مع الفوائد، ويدعم التمويل الجماعي القائم على التبرعات القضايا الخيرية، حيث تعد Betterplace و Leetchi منصتين شائعتين لهذا النوع من التمويل. بحيث يتم تنظيم كل نوع من خلال القوانين والاطر القانونية التي أنشأتها ألمانيا لتنظيم أنشطة التمويل الجماعي، وخاصة فيما يتعلق بالنماذج القائمة على الأسهم والإقراض، فعلى سبيل المثال، تحكم هيئة التمويل الجماعي (VermAnIG) عروض الأوراق المالية، وتنظم هيئة الائتمان (KWG) منصات الإقراض. وتعمل هذه الأطر القانونية على تعزيز نمو

¹ Bellini, F. and Weber, M. (2021). « **Donation-based Crowdfunding in Germany: A Study on Betterplace.org** », Journal of Social Entrepreneurship, Vol 12, N° 03, Pp 67-89. 2021. p 72.

التمويل الجماعي مع ضمان امتثاله القانوني، مما يضمن حماية المستثمر مع تعزيز الابتكار والنمو الاقتصادي¹.

2-5. أهم منصات التمويل الجماعي في ألمانيا:

لقد أصبح التمويل الجماعي وسيلة هامة لتمويل المشاريع والمؤسسات الناشئة والابتكارات في مختلف القطاعات على مستوى العالم، وألمانيا ليست استثناء، وفيما يلي نظرة عامة على بعض أهم منصات التمويل الجماعي في ألمانيا، بالإضافة إلى ميزاتها الرئيسية.

2-5-1. منصة Kickstarter الألمانية:

قامت Kickstarter، وهي في الأصل منصة مقرها الولايات المتحدة، بتوسيع نطاق انتشارها عالمياً، بما في ذلك ألمانيا. وتركز في المقام الأول وبشكل أساسي على المشاريع الإبداعية، مثل التكنولوجيا والفن والتصميم والإعلام، حيث توفر النسخة الألمانية من Kickstarter للمبدعين فرصة الوصول إلى الجمهور الأوروبي، والاستفادة من سمعة المنصة الراسخة وقاعدة المستخدمين الكبيرة².

2-5-2. منصة Startnexus:

تعتبر Startnexus من أكبر منصات التمويل الجماعي في ألمانيا تم إطلاقها في عام 2010، تأسست شركة Startnexus على يد Denis Bartelt وTino Kreßner. يقع المقر الرئيسي لها في Grundstraße 01326,1 Dresden، بألمانيا.

تعمل منصة Startnexus بالبدا بمبلغ أدنى ثابت تحت شعار (حملة الكل أو لا شيء) أو بدون تحديد المبلغ تحت شعار (حملة مرنة)، ومع التركيز على مجموعة واسعة من المشاريع، خاصة من المبادرات الاجتماعية إلى المؤسسات الناشئة، فهي تسمح للأفراد بجمع الأموال للمساعي الإبداعية

¹ https://www.bafin.de/EN/DieBaFin/diebaFin_node_en.html, Visit the website on 13/10/2024 at 02:01:22 pm.

² <https://www.kickstarter.com/fulfillment>. Visit the website on 13/10/2024 at 03:04:46 pm.

والاجتماعية وريادة الأعمال، كما تقدم المنصة نماذج التمويل الجماعي القائمة على المكافآت و جمع التبرعات وحملات التبرع للمشاريع والمؤسسات الناشئة، وأن دعم Startnext في المقام الأول للمشاريع الإبداعية والاجتماعية والمبتكرة يمكّن رواد الأعمال من جمع الأموال من خلال تقديم مكافآت مقابل الدعم، بدلاً من الأسهم أو الديون مما يجعلها خياراً شائعاً لرواد الأعمال الألمان. كما تركز Startnext على إطلاق مشاريع من ألمانيا والنمسا وسويسرا وليختنشتاين وبلجيكا وإيطاليا ولوكسمبورغ على Startnext¹.

وكانت من أهم إنجازات Startnext مشروع Flutwein أحد أكبر حملات الإنقاذ في تاريخ التمويل الجماعي وقد جمع 4,400,000 يورو. يعد مشروع أولمبيا 2020/06/12 أحد أكبر المشاريع الديمقراطية وقد جمع ما يزيد عن 2,000,000 يورو. من خلال حملة الإغاثة من فيروس كورونا، دعم جمهورنا المشهد الثقافي بأكثر من 16,600,000 يورو. بلغ إجمالي التمويل المشترك من خلال Startnext حوالي 500000 يورو².

وحسب إحصائيات Startnext فقد تمكنت من جمع مبلغ 153,690,712 يورو بتمويل من الحشد لتمويل 16713 مشروع ناجح من قبل 2100.000 مستخدم للمنصة³.

3-5-2. منصة Seedmatch:

تأسست منصة Seedmatch في شهر أوت من سنة 2011، على يد Jens-Uwe Sauer، والتي يقع مقرها الرئيسي في مقاطعة دريسدن HRB 27674، ساكسونيا، ألمانيا (Germany SachsenDresden)⁴.

¹ <https://www.startnext.com/start-project.html>. Visit the website on 13/10/2024 at 03:04:46 pm.

² Startnext (2021). Annual Report. Date of publication: Aug.2024. <https://startnextwork.org/learn-change/resources/library/annual-report-2021>. Visit the website on 14/10/2024 at 17:52:17 pm.

³ <https://www.startnext.com/start-project.html>. Visit the website on 13/10/2024 at 03:34:48 pm.

⁴ <https://www.crunchbase.com/organization/seedmatch-gmbh>. Visit the website on 15/10/2024 at 18:17:35 pm.

Seedmatch هي إحدى منصات التمويل الجماعي الرائدة للاستثمار الجماعي والقائمة على الأسهم في ألمانيا، وهي تقدم خدماتها للشركات الناشئة الديناميكية والشركات ذات النمو المرتفع الموجودة في السوق ورواد الأعمال في مراحلها المبكرة، بحيث تمكن المستثمرين من دعم المؤسسات الناشئة عن طريق شراء الأسهم، ومنذ إنشائها سنة 2011 اشتهرت Seedmatch بتمويل الشركات المبتكرة التي تعتمد على التكنولوجيا، لا سيما في مجالات مثل الوسائط الرقمية والطاقة والتنقل.¹

كما تمكنت منصة Seedmatch منذ إنشائها في عام 2011، من تمويل أكثر من 200 مؤسسة ناشئة بحجم تمويل إجمالي يتجاوز 62 مليون يورو، حيث اكتسب أكثر من 73.500 مستخدم مسجل بالفعل خبرة في هذا النوع من الاستثمار واستثمروا ما يقرب من 62.000.000 يورو من رأس المال في أفكار مبتكرة، والشركات الرائدة في الاستثمار الجماعي، واستحوذت شركات مثل erdbär، وXLETIX، وLottohelden، وLeaseRad، وVolocopter، وCloud&Heat، وatalanda، وSugarShape، وPicawood، وSoFlow على رأس مال استثماري. وكان متوسط التمويل لكل حملة عادةً ما بين 300000 يورو إلى 1.5 مليون يورو لكل مؤسسة ناشئة، ليحقق معدل النجاح: 70% من الحملات على Seedmatch التي نجحت في تحقيق أهدافها التمويلية.²

2-5-4. منصة Companisto:

تأسست شركة Companisto على يد المحامين David Rhotert and Tamo Zwinge في يونيو 2012 في برلين، ويقع مقرها الرئيسي كومبانيسكو جي إم بي إتش كوبينيك 154 10997 برلين، ألمانيا (Companisto GmbH Köpenicker Str. 154 10997 Berlin, Germany).³

يمكن للجميع أن يكونوا مستثمرين سواء كانوا من داخل ألمانيا أو خارجها، بالمساهمة في استثمارات بدء التشغيل ابتداء من 250 أورو، كما تمنح كذلك الفرصة للمستثمرين الاقوياء تحت شعار نادي الملاك ابتداء من 25000 أورو. وكان إجمالي التمويل الذي تم جمعه للمشاريع الناجحة في تحقيق مبلغ التمويل الكامل الى غاية سنة 2024 هو 118,962,987 أورو من أصل التزامات

¹ <https://www.seedmatch.de/>. Visit the website on 15/10/2024 at 21:42:29 pm.

² <https://fintech-consult.com/fintech/seedmatch-onecrowd-loans>. Visit the website on 15/10/2024 at 23:54:09 pm.

³ <https://www.companisto.com/en>. Visit the website on 16/10/2024 at 18:12:51 pm.

المستثمرين التي بلغت 263,700,911 أورو، في 383 جولة تمويل. وفي عام 2024، حصلت HERO، الشركة الرائدة في مجال توفير الحلول البرمجية للشركات الحرفية، على تمويل كبير من سلسلة التمويل الاستثنائية يصل إلى 40 مليون يورو وتؤكد جولة التمويل هذه، والتي يقودها مستثمرون دوليون بارزون مثل Eight Roads و Federated Hermes، على الثقة في رؤية HERO وإمكانات النمو.¹

Companisto هي منصة أخرى بارزة للتمويل الجماعي القائم على الأسهم في ألمانيا، وهو يركز على فرص الاستثمار في المؤسسات الناشئة، مما يتيح للمستثمرين فرصة الحصول على أسهم في الشركات في مرحلة مبكرة، قامت شركة Companisto بتمويل العديد من المؤسسات الناشئة رفيعة المستوى في ألمانيا وهي معروفة بمجتمعها القوي من المستثمرين ورجال الأعمال، ويستهدف عادةً الشركات في قطاعات التكنولوجيا والبرمجيات والصحة.²

ساهمت منصات التمويل الجماعي هذه بشكل كبير في نظام التمويل الجماعي في ألمانيا، سواء كان الأمر يتعلق بالمساعي الإبداعية أو الاستثمار في المؤسسات الناشئة أو الأسباب الاجتماعية، تقدم كل منصة خدمات فريدة مصممة خصيصًا لأنواع مختلفة من المشاريع والمجتمعات، كما يتيح تنوع الخيارات في ألمانيا للمبدعين ورجال الأعمال والمبتكرين الاجتماعيين العثور على المنصة التي تناسب احتياجاتهم بشكل أفضل.

وفي الأخير فإن تجربة ألمانيا في مجال التمويل الجماعي تسلط الضوء على إمكاناتها وتحدياتها، حيث طورت الدولة إطارًا تنظيميًا قويًا ونظامًا بيئيًا مزدهرًا للمنصة ومجتمعًا متزايدًا من الداعمين ورجال الأعمال، وعلى الرغم من أن المنصات المحلية تواجه منافسة من المنصات الدولية، فإن تركيز ألمانيا على المشاريع المتخصصة والموجهة نحو التأثير والتي تركز على المجتمع يمهد الطريق لاستمرار النجاح، كما يبدو أن مستقبل التمويل الجماعي في ألمانيا واعد مع زيادة التكامل في جميع أنحاء أوروبا والتحول نحو نماذج التمويل المستدامة.

¹ <https://www.companisto.com/en/success-stories-leading-portfolio>. Visit the website on 16/10/2024 at 22:57:13pm.

² <https://www.companisto.com>. Visit the website on 16/10/2024 at 21:17:28 pm

المبحث الثالث: دراسة حالة التمويل الجماعي في الامارات العربية المتحدة.

برزت الإمارات العربية المتحدة كدولة رائدة إقليمياً في التمويل الجماعي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا خلال تسعة أشهر الأولى من عام 2024، حيث استفادت من بنيتها التحتية المالية القوية والبيئة التنظيمية للتفكير إلى الأمام لدعم مجموعة واسعة من التقنيات المالية المبتكرة. وازدهر التمويل بالإمارات العربية المتحدة بما في ذلك التمويل الجماعي، حيث وصلت قيمة معاملات سوق التمويل الجماعي لدولة الإمارات العربية المتحدة إلى قيمة معاملة تبلغ حوالي 29.3 مليون دولار أمريكي. وهذا ما يضع دولة الإمارات العربية المتحدة كسوق رائدة للتمويل الجماعي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، واحتلت هذه المرتبة بسبب استثماراتها الاستراتيجية في قطاع التكنولوجيا. في السنوات الأخيرة، مما يعكس بنيتها التحتية المالية القوية والبيئة التنظيمية الداعمة¹.

1-3. المراحل الرئيسية لتطور التمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة:

لقد تطور التمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة على عدة مراحل رئيسية، تميزت كل منها بنمو المنصات والتغييرات التنظيمية التي تعكس كل من الطموحات المحلية واتجاهات التمويل العالمي. فقد سيطرت المصادر التقليدية لرأس المال إلى حد كبير على القطاع المالي في الإمارات العربية المتحدة، مثل القروض المصرفية والأسهم الخاصة. ومع ذلك، فإن دفع الإمارات العربية المتحدة للتنوع الاقتصادي من خلال مبادرات مثل الإمارات العربية المتحدة رؤية 2021، حفزت الحاجة إلى حلول تمويل بديلة، وخاصة في القطاعات الناشئة مثل التكنولوجيا المالية والتكنولوجيا وريادة الأعمال. وبدأ هذا التحول يتبلور في عام 2011، وعندما تحول الاهتمام العالمي نحو التمويل الجماعي كحل قابل للتطبيق لجمع رأس المال، تم إطلاق منصة Eureka في عام 2013، وهي أول منصات التمويل الجماعي للأسهم في دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث سمحت للشركات بجمع رأس المال من خلال عرض حصص الأسهم لمجموعة واسعة من

¹ <https://www.statista.com/outlook/fmo/capital-raising/digital-capital-raising/crowdfunding/united-arab-emirates>. Date of publication: October 24, 2024, date of view: 18/11/2024 at 21:18:14.

المستثمرين، مما يضيف على الوصول إلى التمويل وتوفير بديل لرأس المال الاستثماري التقليدي¹.

وبحلول عام 2016، بدأت حكومة الإمارات العربية المتحدة، من خلال هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA)، في صياغة الأطر التنظيمية لتوفير الوضوح والشرعية لنماذج التمويل الجماعي والاقراض من نظير إلى نظير. وقد شهدت هذه الفترة مرحلة تطوير حاسمة حيث ظهرت منصات مثل Beehive والتي تأسست في عام 2014، حيث تقدم حلول الإقراض من نظير إلى نظير مصممة خصيصًا للشركات الصغيرة والمتوسطة، والتي غالباً ما لا تحظى بالتمويل الكافي من قبل المؤسسات المالية التقليدية. حيث ملأت هذه المنصات الفجوة للشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم التي تسعى للحصول على تمويل للتوسع، و أصبحت Beehive واحدة من أولى منصات الإقراض من نظير إلى نظير في المنطقة².

وخلال السنوات الموالية، نضج المشهد التنظيمي للتمويل الجماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة، مع وجود إشراف ورقابة أقوى وإرشادات أكثر وضوحاً، مما عزز ثقة المستثمرين. وبدأت منصات مثل Yallacrowd التي تم إطلاقها في عام 2017، ومنصة Dubai Next التي تأسست سنة 2021 من طرف حكومة دبي، حيث تقدم نماذج تمويل جماعي متنوعة، بما في ذلك التمويل الجماعي القائم على الأسهم والمكافآت، وبالتالي تلبية احتياجات المستثمرين ورجال الأعمال. ومثلت هذه المنصات التنوع المتزايد لنظام التمويل الجماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة، مما يوسع الفرص لكل من المؤسسات الناشئة والمستثمرين في القطاعات التي تتجاوز الصناعات التقليدية³.

هذا التسلسل الزمني على المراحل الرئيسية لتطوير التمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة، يوضح كيف تطورت المنصات إلى جانب التطورات التنظيمية وجهود التنوع الاقتصادي الأوسع في دولة الإمارات العربية المتحدة.

¹ <https://u.ae/en/crowdfunding.com>. Visit the website on 19/09/2024 at 04:44 pm.

² <https://www.beehive.ae/about/>. Visit the website on 19/09/2024 at 06:05 pm.

³ <https://www.dubainext.ae/>. Visit the website on 19/10/2024 at 21:19 pm.

2-3. الإطار التنظيمي والقانوني للتمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة

لعبت حكومة الإمارات العربية المتحدة دورًا مهمًا في تشكيل مشهد التمويل الجماعي، وذلك من خلال وضع لوائح واضحة لدعم نمو التمويل الجماعي، وآليات التمويل البديلة الأخرى. حيث تم تصميم الإطار التنظيمي لتحقيق توازن بين تعزيز الابتكار في القطاع المالي مع وجود ضمانات لحماية المستثمرين والمستهلكين، ويقود تطوير هذا الإطار هيئات تنظيمية مالية متعددة، بما في ذلك هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA)، وهيئة الخدمات المالية في دبي (DFSA)، وسوق أبو ظبي العالمي (ADGM).

1-2-3. دور هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA)

هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA) هي السلطة التنظيمية الرئيسية المسؤولة عن الإشراف على أسواق رأس المال في الإمارات العربية المتحدة، بما في ذلك تنظيم منصات التمويل الجماعي. ففي عام 2020 أصدرت الأوراق المالية والسلع إطارًا يهدف على وجه التحديد إلى تنظيم التمويل الجماعي للأسهم في الإمارات العربية المتحدة، والتي كانت خطوة أساسية في تطوير التمويل الجماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتركز هذه اللائحة على ضمان الشفافية وحماية المستثمرين ومنع الاحتيال مع تمكين الشركات من جمع الأموال من خلال منصات التمويل الجماعي¹.

وتتضمن الجوانب الرئيسية لإطار عمل هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA) ما يلي²:

- **معايير الأهلية للمنصات والجهات المُصدرة:** بحيث يجب أن تحصل المنصات على ترخيص من قبل هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA)، ولا يسمح إلا لبعض أنواع معينة من الشركات عادة ما تكون المؤسسات الناشئة (Startup) والصغيرة والمتوسطة الحجم (SMEs)، بجمع رأس المال من خلال التمويل الجماعي.

¹ <https://www.sca.gov.ae/en/about-us.aspx>. Visit the website on 20/10/2024 at 19:12 pm.

² <https://www.sca.gov.ae/assets/1ee8a9a8/the-cabinet-resolution-no-36-of-2022-concerning-regulating-activity-of-the-crowdfunding-platform.aspx>. Visit the website on 20/10/2024 at 21:50 pm.

- إجراءات وتدابير حماية المستثمرين: تفرض هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA) متطلبات الكشف والإفصاح عن الجهات المُصدرة، مما يضمن حصول المستثمرين المحتملين على معلومات دقيقة حول الشركات التي يستثمرون فيها، كما تضع الهيئة حدودًا للمبلغ الذي يمكن للمستثمرين الأفراد المساهمة به لتقليل التعرض للمخاطر.
- حدود الاستثمار: تحدد هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA) حدودا قصوى لكل من المبلغ الإجمالي الذي يمكن للشركة جمعه والمبلغ الذي يمكن أن يساهم به المستثمر الفردي، مما يخلق بيئة خاضعة للرقابة تقلل من مخاطر تكهنات السوق.

2-2-3. دور سلطة دبي للخدمات المالية (DFSA)

تتولى سلطة دبي للخدمات المالية (DFSA) إدارة الأسواق المالية داخل مركز دبي المالي العالمي (DIFC)، وهو مركز مالي يخدم كل من الشركات المحلية والدولية. وقد طورت DFSA مجموعة من اللوائح وعلى وجه التحديد تلك التي تستهدف التمويل الجماعي والإقراض من نظير إلى نظير داخل مركز دبي المالي العالمي (DIFC)، والذي يعد موطنًا للعديد من شركات التكنولوجيا المالية والمؤسسات الناشئة، ففي عام 2017، نشرت DFSA لوائحها الخاصة بالتمويل الجماعي، والتي أسست إطارًا قانونيًا وتنظيميًا شاملاً للتمويل الجماعي للأسهم، والتمويل الجماعي للديون (الإقراض من نظير إلى نظير)، وغيرها من أشكال التمويل الجماعي، حيث كانت هذه اللوائح من بين الأولى في الشرق الأوسط التي تناولت هذا النوع من التمويل على وجه التحديد، مما وضع دبي في مكانة رائدة إقليميًا في مجال التكنولوجيا المالية والتمويل الجماعي¹.

وتتضمن الميزات الرئيسية لأنظمة التمويل الجماعي لسلطة دبي للخدمات المالية (DFSA) ما

يلي²:

¹ <https://www.dfsa.ae/>. Visit the website on 20/10/2024 at 23:04 pm.

² <https://www.dfsa.ae/news/dfsa-launches-crowdfunding-framework>. Visit the website on 20/10/2024 at 01:18 pm.

- متطلبات الترخيص لمنصات التمويل الجماعي: يجب ان تحصل جميع منصات التمويل الجماعي العاملة في مركز دبي المالي العالمي (DIFC) على ترخيص سلطة دبي للخدمات المالية (DFSA) مما يضمن أن المنصات تخضع للمعايير اللازمة من أجل التشغيل والحوكمة.
 - قواعد ممارسة الأعمال: يتعين على المنصات إجراء أنشطتها بشفافية، بما في ذلك إدارة الأموال والاستثمارات، مما يضمن أن جميع المعاملات واضحة وعادلة لجميع الأطراف المعنية.
 - الضمانات للمستثمرين الأفراد: وضعت سلطة دبي للخدمات المالية (DFSA) قيودًا على أنواع المستثمرين الذين يمكنهم المشاركة في بعض أنشطة التمويل الجماعي، مع أحكام محددة لحماية المستثمرين الأفراد الأقل خبرة، كما تلزم سلطة دبي بإجراء تقييمات لملاءمة المستثمرين والإفصاح المناسب عن المخاطر.
- ومن خلال هذه التدابير، تهدف سلطة دبي للخدمات المالية (DFSA) إلى تعزيز بيئة تدعم الابتكار مع الحفاظ على سلامة السوق.

3-2-3. دور سوق أبو ظبي العالمي (ADGM)

يعد سوق أبو ظبي العالمي (ADGM) لاعبا رئيسيا آخر في المشهد التنظيمي المالي في دولة الإمارات العربية المتحدة، ويعد ADGM مركزا ماليا دوليا يقع في أبو ظبي، ويوفر إطارًا تنظيميًا مصممًا لتلبية احتياجات المؤسسات الناشئة العالمية في مجال التكنولوجيا المالية، ففي عام 2017، قدم ADGM إطاره التنظيمي للتمويل الجماعي المصمم خصيصًا لدعم كل من أنشطة التمويل الجماعي للديون والأسهم¹.

وتؤكد لوائح سوق أبو ظبي العالمي (ADGM) على أهمية حماية المستثمرين والشفافية، والجدير بالذكر أن الإطار التنظيمي لـ ADGM يتضمن²:

¹ <https://www.adgm.com/>. Visit the website on 21/10/2024 at 18:31 pm.

² <https://www.adgm.com/financial-services-regulatory-authority>. <https://www.adgm.com/>. Visit the website on 21/10/2024 at 22:36 pm.

- متطلبات التسجيل والترخيص لمنصات التمويل الجماعي: يجب أن تكون منصات التمويل الجماعي العاملة ضمن سوق أبو ظبي العالمي مرخصة مع وجوب الالتزام بمجموعة صارمة من المعايير التشغيلية والحوكمة.
 - الإفصاح عن المخاطر: يجب على منصات التمويل الجماعي تقديم إفصاحات واضحة وشاملة عن المخاطر للمستثمرين، مع ضمان التواصل بشكل مناسب وكاف بشأن جميع المخاطر المحتملة قبل إجراء الاستثمارات.
 - تنظيم الإقراض من نظير إلى نظير: يوفر ADGM أيضًا بيئة تنظيمية لمنصات الإقراض من نظير إلى نظير، مما يضمن معاملة المقرضين والمقترضين على حد سواء بشكل عادل وشفاف.
- ومن خلال توفير هيكل تنظيمي واضح وشامل، نجح سوق أبو ظبي العالمي في جعل دولة الإمارات العربية المتحدة بيئة مواتية لشركات التكنولوجيا المالية التي تتطلع إلى تقديم حلول تمويلية بديلة.

4-2-3. التكامل مع المعايير الدولية ومستقبل التنظيم

بالإضافة إلى الهيئات التنظيمية المحلية، أبدت الإمارات العربية المتحدة أيضًا التزامها بمواءمة لوائح التمويل الجماعي مع المعايير الدولية، وهذا مهم بشكل خاص لأن الإمارات العربية المتحدة تسعى إلى وضع نفسها كمركز إقليمي للتكنولوجيا المالية وجذب الاستثمار العالمي. وقد شاركت دولة الامارات في مبادرات هيئات عالمية مثل المنظمة الدولية لهيئات الأوراق المالية (IOSCO) لضمان أن تكون لوائحها متوافقة مع أفضل الممارسات لحماية المستثمرين وسلامة السوق¹.

وبالنظر إلى المستقبل، فمن المرجح أن يتطور الإطار التنظيمي للتمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة لمعالجة التقنيات الناشئة مثل blockchain، والعملات المشفرة، والتمويل

¹ https://www.iosco.org/annual_reports/2021/pdf/annualReport2021.pdf. Visit the website on 21/10/2024 at 24:47 pm.

اللامركزي (DEFI)، وعندما تصبح هذه التقنيات أكثر انتشاراً، من المتوقع أن تقوم الهيئات التنظيمية مثل هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA) وسلطة دبي للخدمات المالية (DFSA) وسوق أبوظبي العالمي (ADGM) بتحديث سياساتها لاستيعاب نماذج جديدة من التمويل الجماعي، مما يضمن بقاء الإمارات العربية المتحدة بيئة تنافسية وأمنة للابتكار المالي¹.

3-3. أنواع التمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة

ينقسم التمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة إلى أربعة نماذج أساسية: القائم على التبرعات، والقائم على المكافآت، والقائم على الأسهم، والقائم على أساس الديون، بحيث يخدم كل نموذج أغراضاً مختلفة، كما تلبي المنصات التي تدعم هذه الأنواع احتياجات مختلفة، وفيما يلي الأنواع الرئيسية للتمويل الجماعي في دولة الإمارات العربية المتحدة:

3-3-1. التمويل الجماعي القائم على التبرعات

يتيح هذا النوع من التمويل الجماعي للأفراد أو المنظمات جمع الأموال للأغراض الخيرية أو النفقات الطبية أو جهود الإغاثة من الكوارث الطبيعية والانسانية، ويستخدم الكثير من الأشخاص في الإمارات العربية المتحدة التمويل الجماعي القائم على التبرعات لدعم مختلف المبادرات الاجتماعية². كما تتيح منصات مثل YallaGive للأفراد المساهمة بشكل مباشر في القضايا الخيرية³، كما يحظى هذا النموذج بشعبية خاصة في الإمارات العربية المتحدة بسبب تقاليدها الخيرية الإسلامية⁴. ومن بين النقاط الرئيسية لهذا النوع من التمويل ما يلي:

- يركز على الأعمال الخيرية والإنسانية.

- ارتفاع معدلات المشاركة بسبب الدعم الثقافي للجمعيات الخيرية في الإمارات العربية المتحدة.

¹ Al-Mazrouei, K. The Future of Crowdfunding and Blockchain Regulation in the UAE. UAE Journal of Financial Regulation, Vol 33, N° 02, 2023. Pp 112-129. p 116.

² www.emiratesrc.ae. Visit the website on 24/10/2024 at 11:50 pm.

³ www.yallagive.com. Visit the website on 24/10/2024 at 13:28 pm.

⁴ www.gofundme.com. Visit the website on 24/10/2024 at 15:39 pm.

- تسهيل منصات مثل YallaGive على الأفراد جمع التبرعات للقضايا الخيرية.

2-3-3. التمويل الجماعي القائم على المكافآت

يتيح التمويل الجماعي القائم على المكافآت للمبدعين جمع الأموال للمشاريع أو المنتجات أو الخدمات من خلال تقديم مكافآت لداعميهم، مثل الوصول المبكر إلى المنتجات أو البضائع ذات العلامات التجارية. واكتسب هذا النوع من التمويل الجماعي زخماً في الإمارات العربية المتحدة، وخاصة في الصناعات الإبداعية والتقنية، حيث يبحث الأفراد والمؤسسات الناشئة عن طرق لاختبار الأفكار والحصول على الدعم قبل إطلاق المشاريع الابتكارية¹، وعلى سبيل المثال، كما قد يتم بيع المنتجات على منصات Kickstarter أو Indiegogo مسبقاً من خلال الحملات القائمة على المكافآت². أما النقاط الرئيسية لهذا النوع من التمويل تتمثل في ما يلي:

- مناسب للمشاريع الإبداعية والمبتكرة، بما في ذلك المنتجات التقنية والفنية.
- الداعمون عادة ليسوا مستثمرين بل مؤيدين للأفكار الإبداعية والابتكارية.
- تزايد عدد الحملات الناجحة في الإمارات العربية المتحدة، وخاصة في التكنولوجيا والفن.

3-3-3. التمويل الجماعي القائم على الأسهم

يسمح التمويل الجماعي القائم على الأسهم للأفراد بالاستثمار في المؤسسات الناشئة مقابل حقوق الملكية، وأصبح هذا النوع شائعاً بشكل خاص في الإمارات العربية المتحدة بسبب نظام التكنولوجيا المالية لبدء التشغيل المزدهر، وخاصة في قطاعات مثل التكنولوجيا والتكنولوجيا المالية³. كما تتيح المنصات مثل Eureeca و Seedrs المؤسسات الناشئة المستندة إلى دولة الإمارات

¹ Dubai Future Foundation. (2021). Crowdfunding in the UAE: A catalyst for innovation and entrepreneurship. <https://www.dubaifuture.ae/>. Visit the website on 26/10/2024 at 22:36 pm.

² <https://www.kickstarter.com/>. <https://www.indiegogo.com/>. Visit the website on 26/10/2024 at 00:39 pm.

³ Fintech News Middle East (2021). The Growth of Equity Crowdfunding in the UAE. www.fintechnews.ae. Visit the website on 27/10/2024 at 09:27 pm.

العربية المتحدة للوصول إلى التمويل من مجموعة كبيرة من المستثمرين، وكانت حكومة الإمارات العربية المتحدة تدعم التمويل الجماعي للأسهم كجزء من استراتيجية التوسع المنتهجة لوضع الإمارات العربية المتحدة كمركز أعمال عالمي¹. وتتمثل النقاط الرئيسية لهذا النوع من التمويل في ما يلي:

- يتلقى المستثمرون أسهم في الشركة مقابل التمويل.
- يحظى بشعبية كبيرة بين المؤسسات الناشئة في مجال التكنولوجيا والشركات الصغيرة التي تسعى إلى التوسع.
- خاضع لتنظيمات وقوانين صارمة لحماية كل من المستثمرين ورجال الأعمال.

3-3-4. التمويل الجماعي القائم على الديون (إقراض نظير إلى نظير)

إن التمويل الجماعي القائم على الديون أو الإقراض من نظير إلى نظير (P2P)، يسمح للأفراد بإقراض الأموال للشركات أو الأفراد مقابل الفائدة. كما حقق هذا النموذج نموا في الإمارات العربية المتحدة، وخاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) التي تسعى إلى الحصول على رأس المال، وأصبحت منصات مثل Beehive² و Funding Souq³ أساسية لهذا النوع من التمويل، حيث توفر طرقا ووسائل أكثر سهولة لتمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة مقارنة بالقروض المصرفية التقليدية. ولهذا النوع من التمويل نقاطا أساسية يجب ذكرها تتمثل في ما يلي:

- يكسب المقرضون عوائد من خلال الفائدة على القروض.
- يشتهر بتمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة والقروض قصيرة الأجل.

¹ Dubai International Financial Centre (DIFC) (2022). "Equity Crowdfunding in the UAE: Opportunities and Challenges.". www.difc.ae. Visit the website on 27/10/2024 at 10:09 pm.

² Beehive (2022). Debt-based Crowdfunding: An Alternative Funding Source for SMEs in the UAE. www.beehive.ae. Visit the website on 27/10/2024 at 18:23 pm.

³ Funding Souq (2021). Peer-to-Peer Lending in the UAE: Opportunities for Small Businesses. www.fundingsouq.com. Visit the website on 27/10/2024 at 20:47 pm.

- يجب أن تمتثل وتلتزم المنصات بأنظمة الترخيص الصادرة من البنك المركزي لدولة الامارات العربية المتحدة.

4-3. أهم منصات التمويل الجماعي في دولة الامارات العربية المتحدة:

تنشط العديد من المنصات في الإمارات العربية المتحدة، حيث تقدم كل واحدة منها نماذج مختلفة للتمويل الجماعي، مما يسمح للشركات الناشئة استخدام خيارات التمويل البديلة التي تسمح لها بالنمو دون الاعتماد فقط على المؤسسات المالية التقليدية، كما تلعب كل منصة دوراً مهماً في تعزيز الابتكار ونشاط ريادة الأعمال في القطاعات الرئيسية مثل التكنولوجيا والاستدامة والتكنولوجيا المالية لرؤية دولة الإمارات العربية المتحدة على المدى الطويل، وفي ما يلي سرد لأهم منصات التمويل الجماعي في الامارات العربية والتي تتمثل في:

1-4-3. منصة Eureeca:

Eureeca هي منصة رائدة في مجال التمويل الجماعي القائم على الأسهم التي تأسست في عام 2013 بهدف تمكين الشركات والمستثمرين من الوصول إلى مصادر جديدة لرأس المال والاستثمار، شارك في تأسيس المنصة كل من Chris Thomas و Sam Quawasmis الذين سعوا إلى سد الفجوة بين رواد الأعمال في الشرق الأوسط والمستثمرين المحتملين، وخلق بيئة تمويل أكثر شمولاً وتنوعاً. ويقع مقرها الرئيسي في دبي بالإمارات العربية المتحدة، كما تعمل Eureeca بشكل أساسي عبر الإنترنت وهي مسجلة في المركز الدولي لدبي المالي (DIFC)، وهو مركز مالي عالمي في دبي بالإمارات العربية المتحدة، وهي حاصلة على ترخيص سلطة دبي للخدمات المالية¹ (DFSA).

وتخدم Eureeca في المقام الأول المؤسسات الناشئة والشركات في مرحلة النمو، مما يتيح لهم جمع الأموال من خلال تقديم حصص الأسهم مقابل رأس المال، هذا النوع من التمويل الجماعي جذاب للشركات لأنه يسمح لهم برفع رأس المال دون الحاجة إلى القروض المصرفية التقليدية أو

¹ <https://eureeca.com/static/about-us> . Visit the website on 29/10/2024 at 21:57 pm.

رأس المال الاستثماري، بينما يكتسب المستثمرون الذين يرغبون في الحصول على حصة أسهم حقوق الملكية في الشركات المرتفعة النمو¹.

نمت منصة Eureka بشكل كبير على مر السنين، مع التركيز على الصناعات مثل التكنولوجيا والرعاية الصحية والسلع الاستهلاكية والعقارات. اعتبارًا من عام 2024، تمكنت Eureka من تحقيق نسبة نجاح تقدر بـ 82% من جولات التمويل المسجلة، حيث يشارك أكثر من 45000 مستثمر مسجل من بلدان متعددة، وبحلول نهاية عام 2024، جمعت المنصة أكثر من 10 مليون دولار لمختلف المؤسسات الناشئة، مما زاد من ترسيخ موقعها كمنصة رائدة للتمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة ومنطقة الشرق الأوسط. أما فيما يتعلق بتأثيرها، فقد ساعدت Eureka في ربط الشركات من مختلف الصناعات بمجموعة واسعة من المستثمرين المحليين والدوليين باعتبارها منصة دولية تنشط في 72 دولة بخمس عملات دولية، مما ساهم في سمعة الإمارات العربية المتحدة باعتبارها مركزًا للتكنولوجيا المالية، كما تقدم المنصة مجموعة شاملة من الخدمات، بما في ذلك علاقات المستثمرين واستراتيجيات التسويق لضمان نجاح حملاتها. أما القطاعات الرئيسية التي تدعمها منصة Eureka تتمثل في: التكنولوجيا، الرعاية الصحية، السلع الاستهلاكية، التكنولوجيا المالية².

كما تعمل منصة Eureka بموجب الإطار التنظيمي لهيئة الأوراق المالية والسلع الإماراتية (SCA)، والتي توفر بيئة آمنة ومنظمة لكل من المستثمرين ورجال الأعمال، وتستفيد Eureka أيضًا من دور دبي كمركز مالي عالمي، حيث يتيح الوصول إلى مجموعة متزايدة من المستثمرين الإقليميين والدوليين. مع استمرار دولة الإمارات العربية المتحدة في إعطاء الأولوية للابتكار وريادة الأعمال، فإن Eureka في وضع جيد لمواصلة لعب دور حيوي في مشهد التمويل الجماعي للأسهم في المنطقة، مما يتيح المؤسسات الناشئة من تأمين التمويل الأساسي للنمو والتوسع.

¹ <https://eureka.com/home>. Visit the website on 29/10/2024 at 23:03 pm.

² <https://eureka.com/home>. Visit the website on 30/10/2024 at 18:27 pm.

2-4-3. منصة Beehive:

Beehive هي أول منصة رائدة في مجال التمويل الجماعي القائم على الاقتراض من نظير إلى نظير (P2P) في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا منذ تأسيسها عام 2014. واتخذت Beehive من دبي مقراً لها، وتحديداً في مركز دبي الدولي المالي (DIFC).

تتيح منصة Beehive للمستثمرين العالميين الحصول على عوائد جذابة من خلال الاستثمار المباشر في الشركات القوية والجدارية الائتمانية من خلال الاقتراض من نظير إلى نظير (P2P)، وذلك بالسماح للشركات بجمع ورفع رأس المال عن طريق الاقتراض من حشود المستثمرين، مما يوفر لهم عائداً ثابتاً على الاستثمار، وتركز على التمويل الجماعي القائم على الديون بدلاً من الأسهم، مما يوفر للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم (SMEs) بديلاً للقروض المصرفية التقليدية¹.

كما تهدف منصة Beehive إلى إحداث ثورة في مشهد الاقتراض من نظير إلى نظير (P2P) في الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية وعمان باستخدام التكنولوجيا المبتكرة لربط الشركات التي تسعى إلى الحصول على تمويل سريع ويمكن الوصول إليه مباشرة مع المستثمرين الذين يمكنهم المساعدة في تمويل نموها².

منذ إنشائها، قامت Beehive بتمويل أكثر من 20.000 طلب تمويل من 1500 شركة مستثمرة. وحتى 09 أوت 2024 ساعدت Beehive الشركات الصغيرة والمتوسطة في الوصول إلى 2.5 مليار درهم إماراتي. كما نجحت Beehive في تسهيل أكثر من 100 مليون دولار أمريكي لتمويل الشركات في جميع أنحاء الإمارات العربية المتحدة خلال عام 2023، وقامت بتمويل أكثر من 100 شركة صغيرة ومتوسطة الحجم بإجمالي 20 مليون دولار أمريكي تم جمعها من خلال إقراض P2P، بالإضافة إلى اعتماد المنصة على نظام أساسي على معدل تخلف عن السداد منخفض يبلغ حوالي 2 %، مما يشير إلى ممارسات قوية لإدارة المخاطر، كما تقدم Beehive عوائد سنوية تتراوح من 8

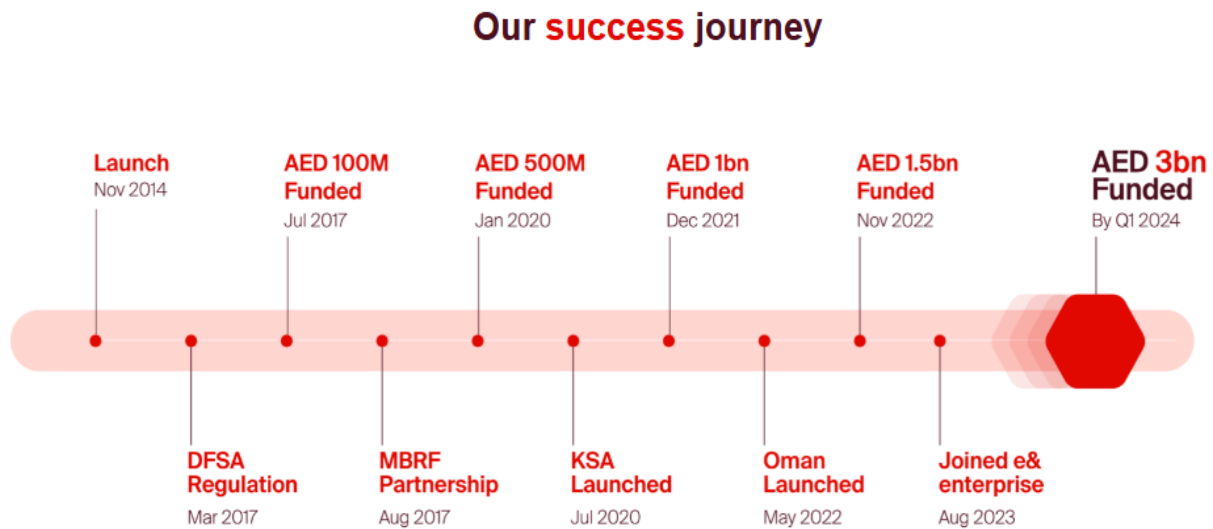
¹ <https://www.beehive.ae/about/>. Visit the website on 30/10/2024 at 22:07 pm.

² <https://www.beehive.ae/about/>. Visit the website on 30/10/2024 at 23:41 pm.

إلى 10 % للمستثمرين، مما يجعلها فرصة استثمارية جذابة للراغبين في الإقراض للشركات الصغيرة والمتوسطة¹.

والشكل التالي يوضح رحلة نجاح منصة Beehive منذ تأسيسها في نوفمبر 2014 لتمويل مختلف المشاريع إلى غاية 2024، من حيث المبلغ الذي تم جمعه (مليار درهم إماراتي)، وكذلك سنوات انطلاقها ف بعض دول الخليج المتمثلة في إطلاقها بالمملكة العربية السعودية في جويلية 2020، وفي عمان في شهر ماي من سنة 2022²:

الشكل رقم (3-11): رحلة نجاح منصة Beehive منذ تأسيسها في نوفمبر 2014



Source: <https://www.beehive.ae/about/>. Date of publication: 03/05/2024. date of view: 01/11/2024 at 19:48 pm.

3-4-3. منصة Dubai Next:

Dubai Next هي منصة للتمويل الجماعي الرقمي من حكومة دبي، تأسست هذه المنصة سنة 2021 من طرف حكومة دبي، وهي مبادرة مدعومة بالحكومة طورتها وزارة الاقتصاد والسياحة في

¹ <https://www.beehive.ae/p2p-lending-moves-fast-and-breaks-tradition/>. Visit the website on 30/10/2024 at 01:24 pm.

² <https://www.beehive.ae/about/>. Date of publication: 03/05/2024. date of view: 01/11/2024 at 19:48 pm.

دبي لدعم نمو المؤسسات الناشئة في المنطقة، تعمل Dubai Next في إطار وزارة الاقتصاد والسياحة في دبي، وبينما تعمل بشكل أساسي عبر الإنترنت، تتم إدارتها رسميًا من قبل مكتب الاقتصاد في دبي بالإمارات العربية المتحدة¹.

تتبنى منصة Dubai Next التمويل الجماعي للأسهم والتمويل الجماعي القائم على المكافآت، حيث تقدم Dubai Next كلا من التمويل الجماعي للأسهم من خلال السماح للمستثمرين شراء الأسهم في المؤسسات الناشئة، والتمويل الجماعي القائم على المكافآت من خلال تلقي المؤيدون حوافز غير مالية مثل المنتجات أو الخدمات أو التجارب في مقابل دعمهم المالي. بالإضافة الى ذلك تم إطلاق هذه المنصة لربط رواد الأعمال بالمستثمرين مع دعم الابتكار في القطاعات الرئيسية مثل التكنولوجيا والاستدامة والتجارة الإلكترونية والسياحة. كما تركز منصة Dubai Next وتستهدف على وجه التحديد المؤسسات الناشئة والشركات الصغيرة في الإمارات العربية المتحدة، مع التركيز على النمو المحلي والإقليمي بما يتماشى مع أجندة الابتكار في دبي².

كما تعتمد منصة Dubai Next على مبدأ 'All-Or-Nothing' الكل أو لا شيء، حيث يحدد أحد الناشطين هدفًا لجمع التبرعات، لكنه لا يحتفظ بأي شيء ما لم يتم تحقيق الهدف. بعد أن يحقق الناشط هدف التمويل، سيتم إصدار المبلغ له من خلال مؤسسة دبي لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة في دبي. وإذا لم تصل الحملة إلى الهدف الممول، فسيتم رد المبلغ المساهم إلى المساهمين³.

نجحت منصة Dubai Next بعد ذلك في جمع أكثر من 10 ملايين دولار اعتبارًا من عام 2023، منذ نشأتها في سنة 2021 من خلال حملات التمويل الجماعي المتعددة للشركات الناشئة في مختلف الصناعات، وسهلت المنصة التمويل الجماعي لأكثر من 40 مشروعًا في عام 2023 بمبلغ تمويل إجمالي قدره 4 مليون دولار تم جمعه في هذا العام.

¹ <https://sme.ae/Default/en>. Visit the website on 01/11/2024 at 20:26 pm.

² <https://www.dubainext.ae/>. Visit the website on 01/11/2024 at 21:12 pm.

³ <https://www.dubainext.ae/>. Visit the website on 01/11/2024 at 23:31 pm.

كما تمكنت منصة Dubai Next من جذب المستثمرين المحليين والأجانب، حيث وصل عددهم إلى أكثر من 2000 مستثمر في أكتوبر 2024، من المستثمرين الملاك، أصحاب رأس المال الاستثماري والمؤيدين الأفراد، حيث كان في المقام الأول المستثمرين من منطقة الإمارات العربية المتحدة ودول مجلس التعاون الخليجي، بالاضافة الى المستثمرين من مختلف دول العالم¹.

كما قامت أكثر من 50 مؤسسة ناشئة برفع رأس المال من خلال التمويل الجماعي عن طريق منصة Dubai Next منذ إطلاقها في عام 2021، فكانت في المقام الأول المؤسسات الناشئة الناشطة في مجال قطاعات التكنولوجيا والاستدامة، السياحة والابتكار، بما يتوافق مع أهداف دبي الطويلة الأجل، ويتوقع المستثمرون عادةً عوائد تتراوح بين 8% و12% سنوياً، اعتماداً على نجاح المؤسسات الناشئة الممولة².

تهدف منصة دبي نكست إلى تشجيع الشباب والمؤسسات الناشئة على الحصول على دعم المجتمع من خلال التمويل الجماعي. إنه يتصور تمكين جيل قادر على الابتكار للنجاح في بيئة تجارية تنافسية، مما يعزز الدور الأساسي للشركات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية.

دبي نكست هو إضافة بارزة إلى منظومة التمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة، حيث يوفر رابطاً حيوياً بين المؤسسات الناشئة والمستثمرين المحتملين. تم إطلاقه في عام 2021 بدعم من حكومة دبي، وقد تطور بسرعة ليصبح لاعباً رئيسياً في تعزيز الابتكار وريادة الأعمال. من خلال تقديم تمويل جماعي قائم على الأسهم والمكافآت، يوفر فرصاً متنوعة للمستثمرين ورواد الأعمال، مما يساعد على تنويع اقتصاد الإمارات من خلال دعم مجموعة واسعة من القطاعات المبتكرة. في عام 2023، جمع "دبي نكست" ملايين الدولارات لتمويل المؤسسات الناشئة المعتمدة على التكنولوجيا، مما يعزز هدف دبي في أن تصبح مركزاً عالمياً للتكنولوجيا المالية والمشاريع الريادية.

¹ <https://www.dubainext.ae/>. Visit the website on 01/11/2024 at 01:44 pm.

² <https://www.dubainext.ae/>. Visit the website on 01/11/2024 at 02:35 pm.

وفي الأخير برز التمويل الجماعي كأداة تمويل متعدد الاستخدامات في دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث تم اكتساب أربعة نماذج أساسية تتمثل في التمويل الجماعي القائم على التبرع، والقائم على المكافآت، والقائم على الأسهم، والقائم على الديون. بالإضافة الى ان كل نموذج يخدم أغراضا مختلفة، من دعم القضايا الخيرية والمشاريع الإبداعية إلى تمكين الاستثمار في المؤسسات الناشئة وتوفير التمويل البديل للشركات الصغيرة والمتوسطة. كما ساعد الإطار القانوني والتنظيمي القويين في دولة الإمارات العربية المتحدة ونظام التكنولوجيا المالية المبتكر في تعزيز نمو منصات التمويل الجماعي، مما يجعل التمويل الجماعي جزءاً حيوياً من المشهد المالي في دولة الامارات العربية المتحدة، ومع نضوج السوق يستمر تنوع خيارات التمويل الجماعي في توفير فرص مهمة وكبيرة لرواد الاعمال والمستثمرين والمبادرات الاجتماعية على حد سواء.

المبحث الرابع: تجربة الجزائر في المؤسسات الناشئة

يُعدّ فهم السياق المحلي أحد المرتكزات الأساسية لتقييم قابلية تطبيق التمويل الجماعي كآلية بديلة لدعم المؤسسات الناشئة في الجزائر، فبينما كشفت التجارب الدولية السابقة عن عوامل نجاح متميزة، فإن نقل تلك التجارب إلى البيئة الجزائرية يتطلب تحليلاً عميقاً للواقع الاقتصادي والاجتماعي والتشريعي والتكنولوجي المحلي.

ولا تزال الجزائر، رغم المبادرات الحكومية المتزايدة لدعم ريادة الأعمال، تواجه تحديات هيكلية تعيق تبني آليات تمويل بديلة، وفي مقدّمها التمويل الجماعي. وتتمثل أبرز هذه التحديات في ضعف الثقافة المالية الرقمية، غياب إطار قانوني منظم للتمويل الجماعي، محدودية انتشار المنصات الرقمية المتخصصة، فضلاً عن ضعف الثقة المجتمعية في الأدوات التمويلية غير التقليدية.

وبناءً على ما سبق، يهدف هذا المبحث إلى تقديم تشخيص شامل لمناخ التمويل الجماعي في الجزائر، من خلال تحليل البيئة التنظيمية والتشريعية، ومناقشة واقع المؤسسات الناشئة واحتياجاتها التمويلية، مع تسليط الضوء على أبرز الفرص والتحديات التي تؤثر على اعتماد هذا النمط التمويلي، كما سيتم تدعيم هذا التحليل بنتائج الدراسة الميدانية التي تم إجراؤها على عينة من رواد الأعمال الجزائريين، من أجل الوقوف على تصوراتهم ومواقفهم تجاه التمويل الجماعي، ومدى استعدادهم لتبنيه ضمن استراتيجياتهم التمويلية.

4-1. المؤسسات الناشئة في الجزائر التعريف والخصائص

مع تزايد الاهتمام العالمي بريادة الأعمال والابتكار، أولت الجزائر أهمية متزايدة لدعم المؤسسات الناشئة باعتبارها محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي والتحول الرقمي، وفي هذا السياق، وضعت الهيئات الرسمية تعريفاً دقيقاً لهذه الفئة من المؤسسات، يحدد ملامحها الرئيسية ومعايير تصنيفها، بما ينسجم مع التوجهات الحديثة لدعم الابتكار وريادة الأعمال.

4-1-1. تعريف المؤسسة الناشئة في الجزائر:

تُعرف وزارة الاقتصاد والمعرفة الجزائرية المؤسسة الناشئة بأنها¹:

"شركة حديثة النشأة تعتمد على الابتكار التكنولوجي أو نموذج أعمال مبتكر، تتميز بإمكانيات نمو سريعة، وتستوفي معايير محددة تتعلق بالعمر القانوني، عدد العمال وحجم الإيرادات، مع اعتماد نسبة معتبرة من رأس مالها على استثمارات خاصة أو صناديق معتمدة".

وفي ظل التغيرات الاقتصادية العالمية، أصبحت المؤسسات الناشئة تمثل ركيزة أساسية لدفع عجلة الابتكار والتنمية الاقتصادية، لا سيما في الدول الساعية لتعزيز قدراتها التنافسية. وفي الجزائر، برز هذا النوع من المؤسسات كفاعل اقتصادي ناشئ، يتمتع بخصائص مميزة وشروط تنظيمية خاصة تهدف إلى ضمان حيويته واستدامته. وفيما يلي عرض لأبرز الخصائص والمعايير التي تحدد طبيعة المؤسسات الناشئة في السياق الجزائري.

4-1-2. الخصائص الرئيسية للمؤسسات الناشئة في الجزائر:

تتجلى أبرز ملامح المؤسسات الناشئة في الجزائر في مجموعة من الخصائص الاستراتيجية التي تعكس ديناميكية هذا القطاع وقدرته على التكيف مع المتغيرات الاقتصادية الحديثة، وقد أسهمت المبادرات الحكومية، الدعم المؤسسي والتحول التكنولوجي، في إرساء بيئة خصبة لنمو هذه المؤسسات، ويمكن تلخيص أهم هذه الخصائص فيما يلي²:

- **الابتكار والتكنولوجيا:** تعتمد معظم المؤسسات الناشئة في الجزائر على تقديم منتجات أو خدمات مبتكرة، أو تبني نماذج أعمال غير تقليدية، مع تركيز خاص على الحلول

¹ وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، 2024 رابط الموقع الرسمي: <https://mdme.gov.dz>

² المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 27 محرم 1442 الموافق 15 سبتمبر 2020 المتعلق بإنشاء اللجنة الوطنية لتصنيف "الشركات الناشئة"، و"المشاريع المبتكرة" و"الحاضنات" وتحديد مهامها وتركيباتها وطريقة عملها.

الرقمية، تطوير البرمجيات والخدمات المعتمدة على التكنولوجيا الحديثة، مما يمنحها ميزة تنافسية متقدمة.

- **إمكانية التوسع والنمو السريع** : تسعى المؤسسات الناشئة إلى تحقيق توسع سريع في الأسواق المحلية والإقليمية والدولية، مع الالتزام بمعايير محددة، مثل ألا تتجاوز الإيرادات السنوية سقفًا معينًا تحدده الهيئات المختصة، مما يحافظ على صفتها كمؤسسة ناشئة.
- **البيئة الريادية الداعمة** : يشهد قطاع ريادة الأعمال في الجزائر تطورًا مستمرًا، مدفوعًا بتزايد مبادرات الجامعات وحاضنات ومسرّعات الأعمال، إلى جانب البرامج الحكومية التي تهدف إلى تعزيز ثقافة الابتكار والمبادرة لدى الشباب.
- **هيكل الملكية والاستقلالية** : تشترط المعايير التنظيمية أن يكون 50% على الأقل من رأس مال المؤسسة مملوكًا لأفراد أو لصناديق استثمار معتمدة، مما يعزز من استقلالية القرار الاستثماري ويزيد من فرص التمويل الذاتي والنمو المستدام.
- **حجم المؤسسة وعدد العاملين** : يجب أن تكون المؤسسة قد أسست منذ أقل من ثماني سنوات، وألا يتجاوز عدد موظفيها 250 موظفًا، مما يحافظ على الطابع المرن والديناميكي للمؤسسات الناشئة ويُمكنها من التكيف السريع مع تحديات السوق.

وإجمالًا، فإن الخصائص والمعايير التي تميز المؤسسات الناشئة في الجزائر تعكس توجهًا واضحًا نحو بناء بيئة أعمال قائمة على الابتكار والمرونة والاستدامة، ولضمان تنظيم هذا القطاع ودعمه، تم إصدار جملة من النصوص القانونية التي تحدد الإطار التشريعي لهذه المؤسسات، ومن أبرزها المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 27 محرم 1442 الموافق 15 سبتمبر 2020، الذي جاء ليؤسس لإطار تنظيمي واضح يساهم في تصنيف ودعم المؤسسات الناشئة والمشاريع المبتكرة والحاضنات، من خلال تحديد المعايير الأساسية وشروط الاستفادة من برامج الدعم والتصنيف. ويعد هذا النص التشريعي خطوة محورية لترسيخ بيئة ريادية فعّالة وتعزيز الابتكار في الجزائر.

2-4. الإطار القانوني لتصنيف المؤسسات الناشئة والمشاريع المبتكرة والحاضنات في الجزائر

تعد المؤسسات الناشئة والمشاريع المبتكرة والحاضنات جزءًا لا يتجزأ من المنظومة الريادية الحديثة في الجزائر، ولتنظيم هذا القطاع وضمان تطوره بشكل ممنهج، تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 20-254 الذي يحدد المعايير القانونية والإجرائية لمنح التصنيفات المختلفة، إلى جانب تحديد آليات الدعم المقدمة لهذه الهياكل. وفيما يلي استعراض لشروط التصنيف وإجراءات الدعم التي يقرها هذا النص التشريعي¹:

1-2-4. شروط منح تصنيف "مؤسسة ناشئة"

حددت اللجنة الوطنية لتصنيف المؤسسات الناشئة مجموعة من المعايير التي يجب أن تستوفيها المؤسسة للحصول على تصنيف "مؤسسة ناشئة"، من بينها ألا يتجاوز عمر الشركة ثماني سنوات، وأن تعتمد على نموذج عمل مبتكر، بالإضافة إلى ضرورة ألا تتجاوز مبيعاتها السنوية سقفًا ماليًا محددًا. ويُمنح هذا التصنيف لمدة أربع (04) سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة.

2-2-4. شروط منح تصنيف "مشروع مبتكر"

يمكن للأفراد أو المجموعات التقدم للحصول على تصنيف "مشروع مبتكر"، بشرط امتلاك مشروع يتسم بالابتكار، ويتم تقديم الطلب عبر بوابة إلكترونية مخصصة لهذا الغرض، مع الالتزام بالإجابة على الطلبات خلال مدة لا تتجاوز ثلاثين (30) يومًا.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 27 محرم 1442 الموافق 15 سبتمبر 2020 مرجع سابق.

3-2-4. شروط منح تصنيف "حاضنة"

تُعد الحاضنات هياكل أساسية لدعم المؤسسات الناشئة، من خلال توفير الإقامة، التدريب، الاستشارات وأحياناً التمويل، وللحصول على تصنيف "حاضنة"، يجب استيفاء معايير دقيقة وتقديم مجموعة من الوثائق الرسمية التي تثبت قدرة الحاضنة على تأدية وظائفها بفعالية.

4-2-4. إجراءات وآليات الدعم للمؤسسات المصنفة

تحظى الحاضنات والمؤسسات المصنفة بدعم ومساعدات متنوعة من طرف الدولة، سواء من خلال تسهيلات مالية، أو عبر برامج مرافقة تهدف إلى تعزيز قدراتها على احتضان المشاريع الناشئة والمبتكرة.

ومن خلال المرسوم التنفيذي رقم 20-254، تم وضع إطار تنظيمي شامل ومُنظم لدعم ريادة الأعمال في الجزائر، من خلال تحديد معايير وشروط تصنيف المؤسسات الناشئة، المشاريع المبتكرة والحاضنات. هذه الشروط التي تشمل معايير مثل الابتكار، عمر الشركة وحجم المبيعات، تسهم في تعزيز قدرة المؤسسات الناشئة على التوسع والنمو بشكل مستدام. كما أن الإجراءات المتعلقة بتصنيف "المشاريع المبتكرة" و"الحاضنات" تسهم بشكل كبير في دعم البيئة الريادية، مما يعزز من فرص النمو والابتكار في القطاع الخاص الجزائري.

3-4. الدعم الحكومي والمؤسسي للمؤسسات الناشئة في الجزائر

انطلاقاً من التحولات الاقتصادية العالمية، وإدراكاً للدور المحوري للمؤسسات الناشئة في بناء اقتصاد المعرفة، تبنت الجزائر منذ بداية العقد الثالث من القرن الحادي والعشرين سياسة مؤسسية واضحة لدعم ريادة الأعمال والابتكار، وقد جسدت الحكومة هذا التوجه عبر جملة من البرامج والمبادرات، التي يشرف على تنسيقها عدة هيئات رسمية، من بينها:

1-3-4. وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة¹

إن تأسيس هذه الوزارة سنة 2020 لم يكن مجرد خطوة إدارية، بل كان توجهًا استراتيجيًا يرمي إلى إحداث قطيعة مع نموذج اقتصادي تقليدي يعتمد على الريع النفطي، نحو اقتصاد تنافسي مركّز على الابتكار، الرقمنة والريادة.

وتضطلع الوزارة بمهام محورية، منها:

- وضع السياسات واللوائح التنظيمية الداعمة لاقتصاد المعرفة.
- تنسيق الجهود الحكومية فيما يخص التحول الرقمي ودعم المؤسسات الناشئة.
- خلق بيئة محفزة للبحث العلمي التطبيقي وريادة الأعمال التكنولوجية.
- تسهيل الشراكات بين القطاعين العام والخاص لتسريع الابتكار.

كما خصصت الحكومة عبر الوزارة ما يقارب 1.2 % من الميزانية الوطنية السنوية لدعم الاقتصاد الرقمي، وهو ما انعكس في زيادة عدد المؤسسات الناشئة الرقمية بنسبة 30% خلال ثلاث سنوات فقط.

2-3-4. الوكالة الوطنية لترقية البحث وتطوير التكنولوجيا

(ANPRT)

تعد الوكالة الوطنية لترقية البحث وتطوير التكنولوجيا (ANPRT) الذراع التنفيذي لتعزيز البحث التطبيقي وربطه بالصناعة الوطنية. أنشئت سنة 2007، استجابة لحاجة ملحة لتجسير الفجوة بين مخرجات البحث العلمي واحتياجات السوق.

وتشمل أهم أدوار الوكالة:

¹ وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، 2024 رابط الموقع الرسمي: <https://mdme.gov.dz>

- تمويل المشاريع الابتكارية والتكنولوجية ذات القيمة المضافة العالية.
- دعم إنشاء مؤسسات ناشئة قائمة على نتائج البحث العلمي.
- بناء شبكات تعاون مع مؤسسات بحثية وصناعية عالمية.

في عام 2023، استثمرت الوكالة 8 مليار دينار جزائري لدعم أكثر من 200 مشروع بحثي، وأسهمت في تأسيس 45 مؤسسة ناشئة متخصصة في التكنولوجيا الحديثة.¹

3-3-4. النظام البيئي للمؤسسات الناشئة: الحاضنات والمسرعات

كجزء من الاستراتيجية الشاملة لدعم المؤسسات الناشئة، تم العمل على إنشاء نظام بيئي متكامل يشمل الحاضنات والمسرعات، وقد أصبح هذا النظام يشكل دعامة أساسية لتسريع نمو المؤسسات الناشئة، لا سيما في مجالات:

- التكنولوجيا الرقمية.
- الطاقة المتجددة.
- الخدمات الذكية.

وتتضمن الحاضنات الرائدة الوطنية حاضنة الجزائر الوطنية (ANI) ومبادرات مثل Techno Park، التي تقدم:

- الإرشاد المهني.
- الدعم المالي الأولي.
- شبكات تواصل وفرص استثمار.

¹ تقارير ANPRT السنوية، 2023.

تشير التقارير الرسمية إلى إنشاء أكثر من 1200 مؤسسة ناشئة منذ 2018، بمعدل نمو سنوي يبلغ 25%، مما أدى إلى خلق أكثر من 15,000 وظيفة مباشرة وغير مباشرة في القطاعات التكنولوجية¹.

4-3-4. المجلس الوطني لتقييم المؤسسات الناشئة (CNEIE)

كما استُحدث المجلس الوطني لتقييم المؤسسات الناشئة (CNEIE) كآلية رقابية واستشرافية مكملة لديناميكية النظام البيئي، حيث يكلف بـ:

- تقييم أداء المؤسسات الناشئة وتصنيفها وفق معايير محددة.
- إصدار توصيات تهدف إلى تحسين التنافسية والكفاءة التشغيلية.

في سنة 2023، أشرف المجلس على تقييم أكثر من 30 مؤسسة ناشئة عبر قطاعات متعددة، مما مكن من رفع كفاءتها التشغيلية بنسبة 20% خلال سنة واحدة فقط².

4-4. تطور عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر (2018-2024)

شهدت الجزائر خلال السنوات الأخيرة نموًا ملحوظًا في عدد المؤسسات الناشئة، نتيجة السياسات الحكومية الداعمة والبيئة المؤسسية المحفزة للابتكار وريادة الأعمال، وتشير البيانات المستقاة من تقارير وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة (2024) إلى أن عدد المؤسسات الناشئة قد تضاعف بوتيرة سنوية، مدفوعًا بإنشاء منظومة حاضنات متخصصة وبرامج دعم مالي وفني. والجدول التالي يوضح تطور عدد المؤسسات الناشئة من سنة 2018 إلى 2024 :

¹ Startup Eco system Reports 2023

² CNEIE Evaluation Reports 2023.

الجدول رقم (2-3): جدول تطور عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر (2018-2024)

عدد المؤسسات الناشئة	السنة
250	2018
320	2019
400	2020
500	2021
625	2022
800	2023
1000	2024

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نمو سنوي يقدر بـ 25% حسب التقارير الرسمية لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة الجزائرية.

5-4. التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر

على الرغم من التقدم الملحوظ الذي شهدته البيئة الريادية في الجزائر خلال السنوات الأخيرة، إلا أن المؤسسات الناشئة ما تزال تواجه مجموعة من التحديات البنيوية والوظيفية التي تحد من نموها وقدرتها التنافسية. ويمكن إبراز أهم هذه التحديات كما يلي:

1-5-4. العقبات البيروقراطية

تُعد البيروقراطية إحدى أبرز العقبات التي تعيق تطور المؤسسات الناشئة في الجزائر، حيث رغم الجهود الحكومية المبذولة لتبسيط الإجراءات الإدارية وتحسين مناخ الأعمال، إلا أن رواد الأعمال لا يزالون يواجهون صعوبات تتعلق بتعقيد عملية تسجيل المؤسسات الناشئة، والحصول على التصاريح، والامتثال للوائح الضريبية والعمالية، وقد أشارت عدة تقارير إلى أن البطء الإداري، وعدم اتساق تطبيق القوانين، وضعف الشفافية الإجرائية يؤدي إلى إطالة مدة إنشاء المؤسسات الناشئة وزيادة التكاليف التشغيلية. كما أن غياب الأدوات الرقمية الحديثة يزيد من اعتماد رواد

الأعمال على الإجراءات التقليدية، مما يعمق من مشكلات البيروقراطية ويعيق جهود التحول الرقمي الضروري لدعم الابتكار والنمو السريع للمؤسسات الناشئة¹.

2-5-4. محدودية الوصول إلى رأس المال الاستثماري

يعاني النظام البيئي لريادة الأعمال في الجزائر من ضعف الوصول إلى التمويل، لا سيما في المراحل المبكرة من عمر المؤسسات الناشئة، وقد أكد تقرير البنك الدولي أن سوق رأس المال المغامر في الجزائر لا يزال ناشئاً مقارنة بالبلدان الأخرى، وتعاني المؤسسات الناشئة من نقص في وجود المستثمرين الملائكيين، وشركات الأسهم الخاصة، وصناديق التمويل الحكومية ذات الفاعلية العالية، ونتيجة لذلك، يضطر العديد من رواد الأعمال للاعتماد على التمويل الذاتي أو التمويل غير الرسمي، وهي موارد غالباً لا تكفي لدعم مشاريع تنشد الابتكار والنمو السريع، ويؤدي هذا الوضع إلى فجوة تمويلية تعرقل تحويل الأفكار الابتكارية إلى مشاريع تجارية ناجحة².

3-5-4. الحواجز الثقافية

تشكل العوامل الثقافية إحدى العوائق غير المادية أمام ريادة الأعمال في الجزائر، حيث يفضل جزء كبير من السكان، خاصة الشباب، الوظائف الحكومية المستقرة عوض خوض غمار ريادة الأعمال التي ترتبط في الثقافة المحلية بالمخاطرة وعدم الأمان الوظيفي، كما أن الخوف من الفشل، والنظرة السلبية للفشل التجاري باعتباره نقيصة اجتماعية، يثبطان العديد من المبادرات الريادية. بالإضافة إلى ذلك، فإن محدودية الإرشاد الريادي ونقص نماذج القدوة الناجحة يساهمان في إضعاف ثقافة الابتكار وريادة الأعمال³.

¹ World Bank. (2023). Algeria Startup Ecosystem Report.

² World Bank. (2023). Op.Cit

³ Idem

4-5-4. الحواجز التجارية الدولية

تعاني المؤسسات الناشئة الجزائرية من صعوبات كبيرة في اختراق الأسواق العالمية بسبب القيود التجارية، الرسوم الجمركية المرتفعة وتعقيد إجراءات الاستيراد والتصدير، كما أن ضعف شبكة الاتفاقيات التجارية الدولية، وعدم الانخراط الفعال في شبكات الأعمال العابرة للحدود، يحدان من فرص الشراكات الأجنبية ونقل التكنولوجيا، مما يضعف من القدرة التنافسية للشركات الناشئة على المستوى الدولي¹.

4-5-5. دور التكنولوجيا والابتكار

رغم هذه التحديات، إلا أن الثورة الرقمية قد أسهمت في تعزيز مكانة بعض المؤسسات الناشئة الجزائرية، خصوصاً في قطاعات التجارة الإلكترونية، التكنولوجيا المالية والطاقة المتجددة. فقد سجلت منصة "جوميا" نموًا ملحوظًا بإيرادات تجاوزت 1.5 مليار دولار أمريكي سنة 2023²، مما يدل على تزايد الإقبال على الاقتصاد الرقمي. كما شهد قطاع التكنولوجيا المالية بروز شركات مثل "إلبايان" و"إنستاباي" التي تقدم حلول دفع رقمية مبتكرة. وفي مجال الطاقة المتجددة، استطاعت أكثر من 30 مؤسسة ناشئة جمع استثمارات بقيمة 50 مليون دولار أمريكي سنة 2022 بدعم من مستثمرين أوروبيين وعرب، مما ينسجم مع أهداف الجزائر الاستراتيجية لرفع مساهمة الطاقات المتجددة إلى 27% من إجمالي إنتاج الكهرباء بحلول عام 2030³.

ومن خلال ما سبق فقد أحرزت الجزائر تقدماً ملموساً في تحسين مناخ ريادة الأعمال عبر إصلاحات قانونية ومبادرات دعم متعددة، إلا أن معالجة التحديات المتعلقة بالبيروقراطية، وتوسيع قاعدة التمويل الاستثماري، وتعزيز الثقافة الريادية والانفتاح التجاري الدولي، تبقى شروطاً أساسية لضمان استدامة نمو المؤسسات الناشئة وتعزيز تنافسيتها على الصعيدين المحلي والعالمي.

¹ World Bank. (2023). Algeria Startup Ecosystem Report.

² Jumia. (2023). Annual Financial Report.

³ Statista. (2023). "E-commerce and Digital Markets in Algeria".

4-6. الفرص المستقبلية أمام المؤسسات الناشئة في الجزائر

رغم التحديات الكبيرة التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر، إلا أن المشهد الاقتصادي والريادي يحمل العديد من الفرص الواعدة التي يمكن أن تُستثمر لدفع عجلة الابتكار والنمو الاقتصادي.

4-6-1. التحول الرقمي المتسارع

تشكل الطفرة الرقمية الجارية في الجزائر أرضية خصبة لنمو المؤسسات الناشئة، خاصة في مجالات التجارة الإلكترونية، التكنولوجيا المالية، والصناعات الإبداعية. فحسب تقرير Statista (2023)، من المتوقع أن ينمو سوق التجارة الإلكترونية بمعدل سنوي مركب يبلغ 15% حتى عام 2025، مما يفتح آفاقًا واسعة أمام رواد الأعمال لابتكار حلول رقمية جديدة تلبي احتياجات المستهلكين المحليين والإقليميين¹.

4-6-2. الإصلاحات الحكومية ودعم ريادة الأعمال

تواصل الحكومة الجزائرية تنفيذ حزمة من الإصلاحات لتحسين مناخ الأعمال، تشمل تبسيط إجراءات تأسيس الشركات، وتوسيع برامج الدعم المالي مثل الصندوق الوطني للاستثمار وصناديق دعم الابتكار. كما أن إنشاء "المسرعات" و"الحاضنات" في الجامعات والمراكز التكنولوجية يمثل مبادرات حيوية لتعزيز بيئة ريادة محفزة².

4-6-3. إمكانات سوق الطاقة المتجددة

تُعد الاستراتيجية الوطنية للطاقة 2030، التي تهدف إلى رفع مساهمة الطاقات المتجددة إلى 27% من إجمالي الكهرباء المنتج، فرصة ذهبية للشركات الناشئة المتخصصة في التقنيات الخضراء

¹ Statista. (2023). "E-commerce and Digital Markets in Algeria".

² Ministry of Startups and Knowledge Economy, Algeria. (2024). "National Strategy for Startups".

والطاقة الشمسية والابتكارات البيئية. هذا التوجه يفتح المجال لشركات دولية وتمويلات مخصصة لدعم الابتكار في هذا القطاع¹.

4-6-4. الموقع الجغرافي الاستراتيجي للجزائر

تمثل الجزائر بوابة هامة للأسواق الإفريقية والأوروبية على حد سواء، وهو ما يمكن أن تستفيد منه المؤسسات الناشئة عبر تطوير حلول تتماشى مع احتياجات أسواق الجوار الإفريقي وأسواق جنوب أوروبا، وانخراط الجزائر المتوقع في منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية (AfCFTA) سيمكن المؤسسات الناشئة من الوصول إلى سوق يضم أكثر من 1.2 مليار مستهلك².

5-6-4. رأس المال البشري الشاب والمبدع

يشكل الشباب الجزائري، الذي يمثل أكثر من 60% من السكان، موردًا بشريًا هائلًا لدفع الابتكار التكنولوجي، خاصة وأن شريحة واسعة من هؤلاء الشباب متعلمة ومتمرسة في استخدام التكنولوجيا الحديثة. واستغلال هذا الرصيد الديموغرافي يمكن أن يساهم في بناء مؤسسات ناشئة قادرة على المنافسة إقليميًا وعالميًا³.

ومن خلال ما سبق فإن اغتنام الفرص المستقبلية يتطلب من الجزائر مواصلة تنفيذ إصلاحات هيكلية، وتحسين بيئة الاستثمار، وتشجيع ثقافة ريادة الأعمال والابتكار. وإذا ما تم التعامل بجدية مع هذه الرهانات، فإن المؤسسات الناشئة الجزائرية يمكن أن تلعب دورًا محوريًا في دفع الاقتصاد الوطني نحو التنوع والابتكار، وتحقيق مكانة تنافسية إقليمية وعالمية مستحقة.

¹ وزارة الطاقة الجزائرية (2023). "مشاريع الطاقة المتجددة في الجزائر".

² African Union. (2022). AfCFTA Implementation Report.

³ World Bank. (2023). Algeria Economic Update.

المبحث الخامس: التمويل الجماعي في الجزائر: التحديات والفرص من منظور مقارن مع تجارب الو.م.أ.، ألمانيا والإمارات العربية المتحدة

في هذا المبحث، تنطلق الدراسة من الفرضية الأولى التي مفادها: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتوفر البيئة التشريعية والتنظيمية على قابلية المؤسسات الناشئة في الجزائر لاعتماد التمويل الجماعي كمصدر بديل للتمويل". وتستند هذه الفرضية إلى معطيات أولية تم رصدها خلال المرحلة الاستكشافية من الدراسة، وتشكل مرجعية تحليلية لقراءة التحديات والفرص المعروضة في هذا المبحث.

كما يهدف هذا المبحث إلى تحليل واقع التمويل الجماعي في الجزائر من خلال التطرق إلى التحديات والفرص التي تواجه المؤسسات الناشئة، وذلك من خلال منظور مقارن مع تجارب الدول الرائدة في هذا المجال مثل الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا والإمارات العربية المتحدة. كما سيتم التركيز على كيفية استفادة الجزائر من هذه التجارب وتكييفها مع بيئتها المحلية لتحقيق أكبر استفادة ممكنة في ظل الظروف الحالية.

1-5. المشهد العام للتمويل الجماعي في الجزائر

1-1-5. تطور التمويل الجماعي في الجزائر

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة تحولاً نحو تبني نماذج التمويل البديلة، بما في ذلك التمويل الجماعي، ورغم أن السوق ما يزال في مرحلة النشوء مقارنةً بالولايات المتحدة، ألمانيا والإمارات العربية المتحدة، فإن هناك اهتماماً متزايداً من قبل المؤسسات الناشئة ورواد الأعمال في الجزائر للاستفادة من هذا النوع من التمويل. ففي الولايات المتحدة، يتم استخدام التمويل الجماعي بشكل واسع من خلال منصات مثل Kickstarter وIndiegogo، التي تدعم المشاريع المبتكرة في مختلف الصناعات. أما في ألمانيا، فقد تم تنظيم التمويل الجماعي من خلال قوانين محكمة تساهم في حماية المستثمرين وتعزز من قدرة المشاريع على الحصول على الدعم. وفي

الإمارات العربية المتحدة، تعد منصات التمويل الجماعي مدعومة من خلال سياسات حكومية تدعم الابتكار والريادة، مما يساهم في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة بشكل كبير.

2-1-5. تحديات التمويل الجماعي في الجزائر

رغم الإمكانيات، تواجه الجزائر العديد من التحديات التي تتعلق بالغياب الواضح للإطار القانوني لتنظيم التمويل الجماعي، وهو ما يحد من نمو هذا القطاع¹. ففي ألمانيا والولايات المتحدة، تم وضع أطر قانونية واضحة تدعم منصات التمويل الجماعي وتضمن حقوق جميع الأطراف المعنية، بينما في الإمارات العربية المتحدة، تميزت البيئة التنظيمية بالمرونة والتشجيع المستمر للمشاريع الناشئة من خلال سياسات حكومية موجهة². ومن جهة أخرى، الجزائر بحاجة إلى مزيد من الإصلاحات التشريعية لتفعيل التمويل الجماعي بشكل فعال.

2-5. التحديات التنظيمية والقانونية

1-2-5. غياب الإطار القانوني للتمويل الجماعي

يعتبر الغياب الواضح للإطار القانوني في الجزائر أحد أبرز العوامل التي تعرقل نمو التمويل الجماعي. على العكس في الولايات المتحدة، أين تم تأسيس قانون JOBS منذ عام 2012، الذي يتيح للمستثمرين المشاركة في تمويل المؤسسات الناشئة عبر منصات التمويل الجماعي بشكل قانوني³. وفي ألمانيا، توجد قوانين واضحة تُنظّم التمويل الجماعي، مما يجعلها واحدة من الدول الرائدة في هذا المجال على مستوى الاتحاد الأوروبي⁴.

¹ <https://www.mf.gov.dz/>. Visit the website on 03/11/2024 at 19:01:22 pm.

² UAE Crowdfunding Regulation, 2023. <https://uaelegislation.gov.ae/>. Visit the website on 03/11/2024 at 21:13:34 pm.

³ <https://www.sec.gov/rules-regulations/jumpstart-our-business-startups-jobs-act>. Visit the website on 04/11/2024 at 18:21:09 pm.

⁴ Germany Crowdfunding Act, 2020. German Federal Financial Supervisory Authority (BaFin). <https://www.bafin.de/>. Visit the website on 04/11/2024 at 21:53:28 pm.

أما في الإمارات، فقد تم وضع قوانين مرنة تدعم الابتكار وتسهّل الإجراءات القانونية للمستثمرين والمؤسسات الناشئة¹.

2-2-5. التحديات القانونية الأخرى

تتمثل إحدى التحديات الكبرى في الجزائر في غياب قوانين لحماية حقوق المستثمرين في التمويل الجماعي، الأمر الذي يقلل من جاذبية القطاع للمستثمرين المحليين والدوليين. بالمقابل، في الولايات المتحدة² وألمانيا³، هناك قوانين محكمة توفر حماية شاملة للمستثمرين، مما يعزز الثقة في منصات التمويل الجماعي، كما أن الإمارات تتمتع بقوانين متقدمة في هذا المجال، مما يسهل على الشركات الحصول على تمويل جماعي ويحمي الحقوق المالية والتجارية لجميع الأطراف⁴.

3-2-5. ضعف الوعي بالتمويل الجماعي

بحسب دراسة أجريت في 2021، فإن الوعي بمفهوم التمويل الجماعي في الجزائر لا يزال محدودًا، حيث يجهل كثير من رواد الأعمال في الجزائر كيفية الوصول إلى هذه المنصات (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الجزائر، 2021). أما في الولايات المتحدة وألمانيا، يتمتع الأفراد بوعي عالٍ بهذا النوع من التمويل نظرًا لدوره الكبير في دعم المشاريع الناشئة⁵. وفي الإمارات، يُعد التمويل

¹ UAE Crowdfunding Regulation, 2022. <https://u.ae/en/information-and-services/business/public-private-people-partnership/pppp/crowdfunding>. Visit the website on 04/11/2024 at 23:12:47 pm.

² U.S. SEC, 2021. [U.S. Securities and Exchange Commission. https://equilend.com/services/sec-rule-10c-1a](https://equilend.com/services/sec-rule-10c-1a). Visit the website on 05/11/2024 at 18:56:04 pm.

³ Germany Crowdfunding Law, 2020. German Federal Financial Supervisory Authority (BaFin). <https://www.bafin.de/>. Visit the website on 05/11/2024 at 21:18:16 pm.

⁴ UAE Crowdfunding Regulation, 2022. <https://u.ae/en/information-and-services/business/public-private-people-partnership/pppp/crowdfunding>. Visit the website on 05/11/2024 at 23:42:57 pm.

⁵ U.S. Small Business Administration, 2021. <https://www.sba.gov/>. Visit the website on 08/11/2024 at 18:59:11 pm.

الجماعي أحد الأدوات الرئيسية التي يتم تسليط الضوء عليها في الحملات الترويجية الحكومية، مما يعزز من ثقافة الاستثمار في هذا المجال¹.

3-5. المبادرات الناشئة في التمويل الجماعي

1-3-5. منصات التمويل الجماعي المحلية

بدأت الجزائر في إطلاق بعض منصات التمويل الجماعي المحلية غير المرخصة قانونًا، مثل التمويل الجماعي الجزائري، تويزا (Toiza)، Echamaa، Algerian Funding، CrowdInvest DZ، Platform و Arga، وعلى الرغم من دور هذه المنصات في رفع الوعي حول أهمية التمويل الجماعي، إلا أنها لم تكن مرخصة أو خاضعة للإشراف الحكومي، ما جعلها تعمل خارج الأطر القانونية المحددة. هذا الفراغ التنظيمي خلق بيئة محفوفة بالمخاطر للمستثمرين وأصحاب المشاريع الناشئة، إذ يفتقرون إلى الحماية القانونية وضمانات الأمان المالي، ورغم هذه المبادرات، فإن تأثير هذه المنصات يظل محدودًا في الجزائر، مما يبرز الحاجة الملحة إلى تأسيس إطار قانوني وتنظيمي فعال لضمان استدامة هذه الأنشطة وتحقيق نتائج إيجابية².

في المقابل، في الولايات المتحدة، تُعد منصات مثل³ Kickstarter و⁴ Indiegogo من أبرز المنصات التي تجمع الأموال للمشاريع المبتكرة، مدفوعة بتوافر بيئة قانونية وتنظيمية داعمة. أما في ألمانيا، فتعتبر منصات مثل⁵ Seedmatch و⁶ Companisto من المنصات الرائدة التي تساهم في تمويل المشاريع الناشئة، خاصة في القطاع التكنولوجي، مما يعكس التقدم الملحوظ في تنظيم التمويل الجماعي. وفي الإمارات، توفر منصات مثل⁷ Yallacompare فرصًا للرواد لجمع الأموال

¹ UAE Government, 2022. <https://u.ae/en/>. Visit the website on 08/11/2024 at 22:17:43 pm .

² <https://www.mpt.gov.dz/>. Visit the website on 11/11/2024 at 21:38:17 pm .

³ <https://www.kickstarter.com/>. Visit the website on 11/11/2024 at 22:55:49 pm .

⁴ <https://www.indiegogo.com/>. Visit the website on 11/11/2024 at 00:03:24 pm .

⁵ <https://onecrowd.de/>. Visit the website on 11/11/2024 at 00:54:09 pm .

⁶ <https://www.companisto.com/en/version-b>. Visit the website on 11/11/2024 at 01:37:21 pm .

⁷ <https://yallacompate.com/uae/en/>. Visit the website on 11/11/2024 at 02:29:18 pm .

لتمويل أفكارهم التجارية، مما يعكس تطوراً مستمراً في مجال التمويل الجماعي في بيئة قانونية مرنة.

2-3-5. المبادرات الحكومية

في الجزائر، على الرغم من إطلاق الحكومة لصندوق "تمويل المؤسسات الناشئة"، إلا أن هذا الصندوق لا يزال يعاني من تحديات في الوصول إلى الأسواق والمستثمرين¹ (وزارة الصناعة الجزائرية، 2020). بالمقارنة، نجد في الإمارات، صندوق دعم المؤسسات الناشئة يدعم بشكل مستمر هذه المؤسسات من خلال تقديم منح وقروض ميسرة بالإضافة إلى الدعم اللوجستي والمالي للمشروعات الصغيرة². وفي الولايات المتحدة³ وألمانيا⁴، تدعم الحكومة المبادرات الخاصة بمنصات التمويل الجماعي من خلال برامج تحفيزية وتسهيلات قانونية لجذب الاستثمارات.

3-3-5. دعم القطاع الخاص

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة تنامياً تدريجياً في مساهمة القطاع الخاص بتمويل المشاريع الناشئة، من خلال المستثمرين الملاك وصناديق رأس المال المخاطر، خصوصاً في مجالات التكنولوجيا والطاقة المتجددة، وقد رافق هذا التحول اهتمام متزايد من بعض المؤسسات الاقتصادية الكبرى بإنشاء صناديق استثمارية، أو دعم الحاضنات والمسرعات، في إطار شراكات محلية ودولية، كما تم التأكيد على أن مثل هذه المبادرات تعد خطوة نحو بناء منظومة تمويلية هجينة، تُزاوج بين الدعم العمومي والمبادرات الخاصة. ومع ذلك، لا تزال هذه الجهود متركزة في المدن الكبرى، في ظل غياب إطار تنظيمي مرن يُحفّز تعميم الاستثمار الخاص على المستوى الوطني (مجلس رجال الأعمال الجزائري 2022).

¹ <https://www.mip.gov.dz/>. Visit the website on 13/11/2024 at 17:48:52 pm .

² UAE Government, 2023. <https://gouvernement.ae/>. Visit the website on 13/11/2024 at 19:33:09 pm .

³ U.S. SBA, 2021. <https://www.sba.gov/>. Visit the website on 13/11/2024 at 20:56:37 pm .

⁴ Germany Crowdfunding Act, 2020. <https://www.bafin.de/>. Visit the website on 13/11/2024 at 23:29:13 pm .

4-5. مقارنة الجزائر مع الدول الرائدة في التمويل الجماعي: أمريكا، ألمانيا والإمارات العربية المتحدة

1-4-5. الإطار التشريعي والتنظيمي

- الجزائر : كما ذكرنا سابقًا، تواجه الجزائر تحديات كبيرة في مجال التمويل الجماعي، حيث لا يزال الإطار التشريعي غير مكتمل أو مفصل، مما يعوق تقدم هذا القطاع بشكل فعال، بالرغم من أن قانون المؤسسات الناشئة الجزائري يوفر بعض الحوافز الضريبية، لكنه لا يحدد بوضوح كيفية إدارة منصات التمويل الجماعي أو حماية حقوق المستثمرين في هذا المجال¹.

- الولايات المتحدة الأمريكية : في الولايات المتحدة، يعتبر التمويل الجماعي صناعة متطورة جدًا، ويعتمد على قانون "JOBS Act" الذي تم إقراره في 2012، والذي قدم إطارًا تنظيميًا واضحًا للتمويل الجماعي، بما في ذلك التمويل عبر الأسهم والقروض، حيث يمكن للمستثمرين الأفراد المساهمة في المشاريع الناشئة بسهولة عبر منصات مثل Kickstarter و Indiegogo، والتمويل عبر الأسهم عبر منصات مثل SeedInvest و Crowdcube. بالإضافة إلى أن القانون يوفر حماية جيدة للمستثمرين ويحدد ضوابط واضحة بشأن الحد الأقصى للمساهمات وحماية حقوق المستثمرين².

- ألمانيا : في ألمانيا، يعتبر التمويل الجماعي جزءًا من النظام المالي التكنولوجي الأوسع ويخضع للقوانين الأوروبية التي تنظم الأسواق المالية، كما تم تبني التشريعات الخاصة بالتمويل الجماعي في إطار الأنظمة الأوروبية الموحدة، مع ضمان الشفافية وحماية المستثمرين، حيث يُسمح بالتمويل

¹ مرسوم تنفيذي رقم 21-170 مؤرخ في 16 رمضان عام 1442 الموافق 28 ابريل سنة 2021، يحدد شروط وكيفية الحصول على المزايا الجبائية الممنوحة للمؤسسات التي تحمل علامة مؤسسة ناشئة أو علامة حاضنة.

² Securities and Exchange Commission, 2012. Jumpstart Our Business Startups Act (JOBS Act). SEC. www.sec.gov . Visit the website on 16/11/2024 at 18:02:04 pm .

الجماعي عبر الأسهم أو القروض وفقاً لقوانين محددة، مما يخلق بيئة قانونية مستدامة لمثل هذه الأنماط من التمويل¹.

- الإمارات العربية المتحدة: في الإمارات، بدأ التمويل الجماعي يأخذ مكانته بشكل متزايد في السنوات الأخيرة، ويُعتبر قطاعاً واعداً لتطوير المؤسسات الناشئة. ففي 2020، أطلقت الإمارات قانوناً خاصاً بالتمويل الجماعي عبر منصات التكنولوجيا المالية (FinTech) مما يسمح للشركات الناشئة بالاستفادة من أدوات التمويل الحديثة مثل القروض الجماعية والأسهم، وتعتبر الإمارات بيئة قانونية مرنة، مما يشجع رواد الأعمال على الاعتماد على هذا النموذج².

2-4-5. البيئة الثقافية والوعي العام بالتمويل الجماعي

- الجزائر: كما أشير سابقاً، يعاني المجتمع الجزائري من ضعف الوعي حول مفهوم التمويل الجماعي، وتعتمد معظم المؤسسات الناشئة في الجزائر على التمويل التقليدي (الأسرة والأصدقاء) أو القروض المصرفية، مما يعيق قبول نماذج التمويل الحديثة³.

- الولايات المتحدة الأمريكية: في الولايات المتحدة، يعد التمويل الجماعي جزءاً من الثقافة العامة، مع وجود الكثير من منصات التمويل الجماعي المعروفة عالمياً مثل Kickstarter و Indiegogo. نظراً لانتشار الوعي بالتمويل الجماعي، ويثق العديد من المستثمرين الأمريكيين في فكرة التمويل الجماعي كأداة فعالة لدعم المؤسسات الناشئة⁴.

- ألمانيا: يشهد التمويل الجماعي في ألمانيا أيضاً قبولاً ثقافياً جيداً، حيث أظهرت دراسة أجريت في 2020 أن حوالي 25% من الألمان كانوا قد استثمروا في مشاريع عبر منصات التمويل

¹ European Commission, 2020. European Crowdfunding Regulation. European Union. <https://european-union.europa.eu>. Visit the website on 16/11/2024 at 21:33:47 pm .

² UAE Financial Regulatory Authority, 2020. Crowdfunding and Financial Technology. UAE Government. www.uae.gov.ae. Visit the website on 16/11/2024 at 23:49:18 pm .

³ المعهد الاقتصادي الوطني، 2021. تحليل مدى قبول التمويل الجماعي في الجزائر. www.ine.dz. زيارة الموقع في 2024/11/18 على الساعة 12:38:17.

⁴ National Crowdfunding Association, 2021. Crowdfunding Trends in the US. www.ncfa.org. Visit the website on 18/11/2024 at 19:28:46 pm .

الجماعي، وهناك دعم ثقافي قوي لهذا النوع من التمويل، حيث يعتبر الكثيرون التمويل الجماعي فرصة لدعم الابتكار والتكنولوجيا¹

-الإمارات العربية المتحدة: في الإمارات، بدأ التمويل الجماعي يكتسب قبولاً كبيراً في السنوات الأخيرة، خاصة مع زيادة اهتمام المؤسسات الناشئة في الاستفادة من هذا النوع من التمويل، كما تشهد هذه البيئة تغيراً سريعاً نحو قبول التمويل الجماعي، خاصة في قطاعات التكنولوجيا والابتكار.²

3-4-5. الدعم الحكومي والتمويل المؤسسي

-الجزائر: في الجزائر، توفر الحكومة بعض الدعم من خلال صناديق التمويل مثل "صندوق دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة"، لكن هذه المبادرات لا تشمل تمويل المشاريع عبر منصات التمويل الجماعي، ويقتصر الدعم الحكومي على القروض والتسهيلات المالية التقليدية.³

-الولايات المتحدة الأمريكية: تقدم الولايات المتحدة دعماً قوياً عبر برامج حكومية مثل (Small Business Administration) "SBA"، بالإضافة إلى صناديق رأس المال المغامر التي تدعم التمويل الجماعي، كما توفر منصات التمويل الجماعي دعماً مالياً من خلال برامج حكومية تشجع ريادة الأعمال.⁴

¹ Bundesverband Crowdfunding, 2020. Crowdfunding in Germany. www.crowdfunding.de. Visit the website on 18/11/2024 at 22:09:25 pm

² UAE Government, 2022. Financing Startups in UAE. www.uae.gov.ae. Visit the website on 18/11/2024 at 23:53:44 pm

³ وزارة المالية الجزائرية. www.sba.gov. زيارة الموقع في 2024/11/22 على الساعة 11:54:17.

⁴ Small Business Administration, 2020. SBA Programs for Entrepreneurs. www.sba.gov. Visit the website on 22/11/2024 at 19:33:08 pm.

-ألمانيا: في ألمانيا، تدعم الحكومة الألمانية التمويل الجماعي من خلال تشريعات تشجع هذا النوع من التمويل عبر منصات متخصصة، كما توفر أيضًا صناديق دعم حكومية للمشاريع المبتكرة في مجالات التكنولوجيا، ويشمل هذا الدعم تمويلًا منخفض الفائدة وبرامج تحفيزية¹.

-الإمارات العربية المتحدة: توفر الإمارات دعمًا قويًا للمشاريع الناشئة من خلال مجموعة من المبادرات الحكومية مثل "مبادرة 1000 مؤسسة ناشئة" التي تشجع رواد الأعمال على استخدام منصات التمويل الجماعي، بالإضافة إلى ذلك، تقدم البنوك الإماراتية قروضًا ميسرة للمشاريع الناشئة التي تركز على الابتكار².

4-4-5. تجارب عملية وحالات دراسية

-الجزائر: رغم التحديات التنظيمية، بدأت بعض التجارب الناشئة في الجزائر في استخدام منصات التمويل الجماعي غير الرسمية، مثل التمويل الجماعي الجزائري، تويزا (Toiza)، Echamaa، CrowdInvest DZ، Platform Algerian Funding و Arga، لكن التمويل الجماعي في الجزائر لا يزال في مرحلة النمو.

-الولايات المتحدة الأمريكية: مثال بارز هو منصة "Kickstarter" التي تمكنت من جمع أكثر من 5.6 مليار دولار لدعم المشاريع المبتكرة، وتشير بعض الدراسات إلى أن تمويل المشاريع عبر هذه المنصة ساعد في تحفيز النمو الاقتصادي وزيادة الفرص التجارية³.

¹ Germany Trade and Invest, 2020. Government Support for Crowdfunding. www.gtai.de. Visit the website on 22/11/2024 at 22:14:27 pm.

² UAE Ministry of Economy, 2021. Startup Ecosystem Support. www.economy.gov.ae. Visit the website on 24/11/2024 at 18:08:39 pm.

³ Kickstarter, 2021. Annual Impact Report. www.kickstarter.com. Visit the website on 24/11/2024 at 20:57:15 pm.

-ألمانيا : في ألمانيا، قامت العديد من المؤسسات الناشئة بجمع التمويل عبر منصات مثل "Seedmatch" و "Companisto" على سبيل المثال، نجحت شركة "Lilium" للطائرات الكهربائية في جمع تمويل جماعي بقيمة 10 مليون يورو لتطوير مشاريعها التقنية¹.

- الإمارات العربية المتحدة : في الإمارات، تم دعم العديد من المشاريع الناشئة عبر منصات تمويل جماعي مثل "BeYOU" التي تهتم بتوفير حلول تمويلية للشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع الابتكار. واحدة من أبرز التجارب هي جمع التمويل لمشروع "Fetchr" الذي قدم حلولاً لوجستية مبتكرة باستخدام التمويل الجماعي².

5-5. الفرص والآفاق المستقبلية

5-5-1. دور الشباب والتكنولوجيا في توسيع نطاق التمويل الجماعي

رغم ما تشهده الجزائر من تطور تدريجي في البنية التحتية التكنولوجية، إلا أن استثمار هذه التطورات في خدمة التمويل الجماعي لا يزال محدوداً مقارنة بما تحقق في تجارب دولية رائدة على غرار الولايات المتحدة، الإمارات العربية المتحدة وألمانيا، التي وظفت التكنولوجيا الرقمية والمنصات الذكية لتوسيع قاعدة المشاركين وتعزيز الشفافية والثقة (U.S. SBA, 2021; Germany Crowdfunding Law, 2020). وفي السياق الجزائري، يشكل الشباب رافعة أساسية لهذا التحول، نظراً لما يتمتعون به من كفاءة رقمية وروح ريادية، مما يتيح فرصة حقيقية لتسريع اعتماد هذا النمط التمويلي، شريطة توفير الدعم المؤسسي وتسهيل الوصول إلى الأدوات التكنولوجية اللازمة.

¹ Seedmatch, 2020. Successful Crowdfunding Campaigns in Germany. www.seedmatch.de Visit the website on 24/11/2024 at 22:18:46 pm.

² BeYOU, 2021. Crowdfunding Projects in UAE. www.beyou.ae Visit the website on 24/11/2024 at 00:33:04 pm.

5-5-2. ضرورة الإصلاحات القانونية لتعزيز البيئة التمكينية

يمثل الإطار القانوني أحد الركائز الأساسية لنجاح التمويل الجماعي، حيث كشفت التجارب المقارنة، لا سيما في الولايات المتحدة والإمارات العربية المتحدة، عن الأثر الإيجابي للإصلاحات التشريعية الموجهة نحو دعم هذا النموذج، من خلال اعتماد قوانين مرنة وشفافة مثل قانون U.S. JOBS Act لعام 2012 وتنظيم UAE Crowdfunding Regulation لسنة 2022. وفي هذا السياق، تبدو الحاجة ملحة في الجزائر إلى مراجعة شاملة للإطار القانوني الحالي، بما يضمن تهيئة بيئة تنظيمية محفزة وآمنة تواكب التطورات التكنولوجية وتستجيب لخصوصيات السوق المحلية، وهو ما من شأنه أن يعزز ثقة المستثمرين ويدفع نحو توسيع قاعدة المستخدمين.

ويُعزّز هذا التوجه بما تطرحه الفرضية الأولى من الدراسة، التي تفترض أن البيئة القانونية والتنظيمية تشكل عاملاً حاسماً في تحديد قابلية اعتماد التمويل الجماعي في الجزائر، وهو ما يُحتم مراجعة السياسات الحالية بما يتماشى مع متطلبات النموذج الاقتصادي الرقمي.

5-6. التمويل الجماعي في الجزائر: تحليل مقارن مع التجارب الدولية

واستخلاص الدروس

في ختام هذا المبحث، وبعد التطرق إلى واقع التمويل الجماعي في الجزائر من حيث التحديات والفرص، واستعراض التجارب الرائدة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا والإمارات العربية المتحدة، تبرز الحاجة إلى تقديم مقارنة تحليلية مركزة تُمكن من إبراز أوجه التشابه والاختلاف بين هذه التجارب الأربع، وتسهم في استخلاص الدروس التطبيقية الممكن استلهاها لتعزيز بيئة التمويل الجماعي في الجزائر.

وتهدف هذه المقارنة إلى تحديد مكان القوة والقصور في التجربة الجزائرية، واستلها عناصر النجاح من النماذج الدولية الرائدة. وفي هذا السياق، يُقدم الجدول الآتي مقارنة ممنهجة

بين الجزائر والدول الثلاث الرائدة، وفقًا لمجموعة من المحاور الجوهرية ذات الصلة بالبنية التشريعية، الثقافية، التقنية، والدعم المؤسسي:

الجدول رقم (3-3): جدول التمويل الجماعي في الجزائر مقارنة بالدول الرائدة

المحور	الولايات المتحدة الأمريكية	ألمانيا	الإمارات العربية المتحدة	الجزائر
الإطار التشريعي والتنظيمي	قانون JOBS Act (2012)، تنظيم شامل للتمويل عبر الأسهم والديون	تنظيم تحت إطار أوروبي صارم (ECSP) وقوانين وطنية داعمة	قانون خاص بالتمويل الجماعي (2020)، تنظيم مرن ضمن بيئة التكنولوجيا المالية	غياب قانون مخصص، لا يوجد ترخيص رسمي للمنصات
الوعي المجتمعي والثقافة الريادية	وعي مرتفع جدًا، التمويل الجماعي جزء من الثقافة الريادية	وعي متزايد، يشمل شريحة مهمة من المستثمرين والمجتمع	وعي متنامٍ مدعوم بحملات حكومية وثقافة الابتكار	وعي ضعيف، سيطرة النماذج التمويلية التقليدية
منصات التمويل الجماعي	منصات عالمية قوية (Kickstarter، Indiegogo، GoFundMe، SeedInvest)	منصات ناضجة ومهيكلية (Seedmatch، Companisto، Startnext)	منصات مدعومة رسميًا (Beehive، Eureeca، DubaiNext، YallaCrowd)	منصات ناشئة وغير مرخصة (مثل Toiza، CrowdInvest DZ)
دعم الحكومة والقطاع العام	برامج حكومية عبر SBA، دعم مباشر للمنصات والمشاريع	دعم حكومي وبرامج تحفيزية للابتكار عبر التمويل الجماعي	مبادرات استراتيجية حكومية لتسريع تبني التمويل الجماعي	دعم غير مباشر من خلال صناديق ناشئة، لا يشمل التمويل الجماعي تحديدًا

دور القطاع الخاص	قطاع خاص نشط، شركات استثمار مغامر وملاك على نطاق واسع	مساهمة قوية للقطاع الخاص وشركات مستدامة مع الحكومة	شركات بين بنوك، مستثمرين، وحاضنات لدعم التمويل الجماعي	مساهمة محدودة وفي مدن كبرى فقط، بدون محفزات قانونية واضحة
حجم السوق والتطور التقني	سوق ناشج، الأكبر عالمياً، بأكثر من 36 مليار دولار سنة 2023	سوق مستقر ومتكامل داخل المنظومة الأوروبية	سوق إقليمي صاعد، الأكبر في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا	سوق ناشئ، محدود، مع فرص مستقبلية واسعة في ظل التحول الرقمي الجاري
أبرز التحديات	المنافسة بين المنصات، قضايا تنظيمية ثانوية	تحديات تنظيمية أوروبية موحدة أحياناً تحد من المرونة	تحديات قانونية في المناطق الحرة وتعدد المرجعييات التنظيمية	ضعف الإطار القانوني، ضعف الثقة، قلة الوعي، غياب الحوافز
الفرص المستقبلية	تنوع المستثمرين، تطور التكنولوجيا المالية	تطور المنظومة الأوروبية، دعم الابتكار المحلي	تبني حكومي للتمويل الجماعي كأداة استراتيجية في الاقتصاد الرقمي	إمكانات رقمية عالية، رأس مال بشري شاب، تحوّل حكومي نحو الرقمنة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على ما تم التوصل إليه في عرض التجارب الدولية وتجربة الجزائر.

1-6-5. خلاصة تحليلية: دروس مستفادة من المقارنة الدولية

يوضح هذا الجدول بجلاء أن التقدم المحرز في الدول الرائدة في التمويل الجماعي لا يعود فقط إلى النضج القانوني والتقني، وإنما أيضاً إلى توفر رؤية استراتيجية واضحة تحسن توظيف هذا النمط التمويلي في خدمة الابتكار وريادة الأعمال، وبالمقابل، فإن الجزائر، وإن كانت لا تزال في مرحلة التأسيس، إلا أنها تمتلك عناصر قوة واعدة، أبرزها: الكثافة الشبابية، التوسع الرقمي، وتنامي ثقافة ريادة الأعمال.

غير أن استغلال هذه العناصر يقتضي الإسراع في وضع إطار قانوني منظم للتمويل الجماعي، وتعزيز التكامل بين القطاعين العام والخاص، وتحفيز البيئة الثقافية والمجتمعية لتبني هذا النوع من التمويل، خاصة في أوساط المؤسسات الناشئة. ومن خلال استيعاب التجارب الدولية وتكييفها مع السياق الجزائري، يمكن للتمويل الجماعي أن يتحول إلى أداة استراتيجية فعالة تسهم في تمويل الابتكار وتعزيز الاقتصاد المبني على المعرفة في الجزائر.

5-6-2. دروس مستفادة من المقارنة الدولية

يُظهر التحليل المقارن أن الدول الرائدة في مجال التمويل الجماعي تتشارك في توفير بيئة تشريعية واضحة، دعم حكومي مباشر وثقافة مجتمعية تحتضن الابتكار والمخاطرة، فالولايات المتحدة تتميز بتعدد الآليات والمنصات وتنوع التشريعات، في حين تمثل ألمانيا نموذجًا صارمًا ومنضبطًا من خلال التشريعات الأوروبية، أما الإمارات، فقد قدمت نموذجًا عربيًا مرئيًا وفعاليًا يُراعي الخصوصيات المحلية. في المقابل، تحتاج الجزائر إلى تبني إصلاحات عميقة تشمل تقنين التمويل الجماعي، تحفيز مشاركة القطاع الخاص وبناء وعي مجتمعي وثقافي يحتضن هذا النمط التمويلي الجديد. وأن استيعاب هذه الدروس وتكييفها مع الواقع الوطني من شأنه أن يعزز قدرة المؤسسات الناشئة الجزائرية على استغلال التمويل الجماعي كأداة استراتيجية للنمو والابتكار.

وبعد أن تم استعراض الإطار العام للتمويل الجماعي في الجزائر، التحديات والفرص التي يواجهها هذا النوع من التمويل في سياق المقارنة مع تجارب الدول المتقدمة، ننتقل في هذا الفصل إلى دراسة أكثر تخصصًا وعمقًا حول قابلية المؤسسات الناشئة في الجزائر لاعتماد التمويل الجماعي كمصدر رئيسي لتمويل مشاريعها. هذه الدراسة تعتمد على تحليل نتائج استبيان تم توزيعه على 209 مؤسسة من المؤسسات الناشئة في الجزائر، بهدف استكشاف تصورات هذه المؤسسات حول فعالية التمويل الجماعي في تلبية احتياجاتها المالية، ومدى استعدادها لاستخدامه كأداة دعم لتمويل مشاريعها الابتكارية. سيتم في هذا الفصل تقديم التحليل للنتائج المستخلصة من الاستبيان، مع التركيز على تحديد العوامل التي تؤثر في اتخاذ هذه المؤسسات قرار اعتماد التمويل الجماعي، سواء كانت عوامل تشريعية، اقتصادية، ثقافية، أو حتى تكنولوجية

المبحث السادس: قابلية اعتماد التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر: دراسة عينة من المؤسسات الناشئة

تمهيد

في إطار السعي لفهم العوامل المؤثرة في اعتماد آليات التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر، واستنادًا إلى الخلفية النظرية التي تم تناولها في الفصول السابقة، جاءت هذه الدراسة التطبيقية لتقدم معالجة ميدانية معمقة تستند إلى بيانات فعلية تم جمعها من عينة من المؤسسات الناشئة الجزائرية.

وتكتسي هذه الدراسة التطبيقية أهمية خاصة بالنظر إلى حداثة موضوع التمويل الجماعي في الجزائر، وقلة الدراسات الميدانية التي تعالج هذا الموضوع في بيئة الأعمال المحلية، إذ تهدف هذه الدراسة إلى اختبار مدى مطابقة الفرضيات النظرية المستخلصة من الدراسات السابقة والتجارب الدولية الرائدة (كالولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا الاتحادية، والإمارات العربية المتحدة) على الواقع الجزائري، بما يسمح بفهم التحديات والفرص التي تواجه اعتماد التمويل الجماعي كآلية بديلة ومستدامة لتمويل المؤسسات الناشئة.

ولهذا الغرض، تم تصميم استبيان علمي دقيق شمل مجموعة من المحاور المتعلقة بمدى وعي رواد الأعمال الجزائريين بالتمويل الجماعي، وكفاءتهم الذاتية في التعامل مع المنصات الرقمية، إضافة إلى دراسة التأثيرات الاجتماعية والإدراكية المرتبطة بثقافة المخاطرة والثقة بالتقنيات الرقمية الحديثة. كما تم التركيز على تحليل السلوك المتوقع للمؤسسات الناشئة تجاه منصات التمويل الجماعي، والمخاطر المتصورة التي قد تعيق تبني هذه الآلية.

وقد تم اختيار عينة الدراسة بعناية لتشمل مؤسسات ناشئة من قطاعات ومناطق مختلفة داخل الجزائر، مما يسمح برصد اتجاهات التبني عبر تنوعات قطاعية وجغرافية وديموغرافية. وتم الاعتماد على المنهج الكمي باستخدام الأدوات الإحصائية الملائمة لتحليل البيانات، بما في ذلك

الإحصاء الوصفي وتحليل الارتباط والتباين، بغية الكشف عن العلاقات بين المتغيرات المدروسة والتحقق من صحة الفرضيات المقترحة.

وبذلك، تهدف هذه الدراسة التطبيقية إلى تقديم رؤية شاملة حول واقع قابلية اعتماد التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة الجزائرية، كأداة تمويلية جديدة، وتحليل مدى استعداد البيئة المحلية لتبني هذه الآلية في ضوء التجارب الدولية، تمهيداً لتقديم توصيات عملية قابلة للتنفيذ على مستوى السياسات العامة والدعم المؤسسي والابتكار التمويلي.

1-5. الإطار المنهجي للدراسة

1-1-5. المنهج المعتمد في الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره الأنسب لتحليل الظاهرة موضوع البحث، والمتمثلة في مدى قابلية المؤسسات الناشئة في الجزائر لاعتماد التمويل الجماعي كآلية تمويل بديلة. إذ يُمكن هذا المنهج من رصد خصائص الظاهرة كما هي في الواقع، وتحليل علاقاتها الداخلية، من خلال الجمع بين التوصيف الكمي والتحليل التفسيري.

2-1-5. أداة الدراسة

تم استخدام استبيان منظم كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية، وقد صُمم هذا الاستبيان بناءً على نموذج نظري يستند إلى الأدبيات الحديثة في مجال التمويل الجماعي وريادة الأعمال بحيث يقيس عدداً من المتغيرات المحورية كما هي مبينة في الملحق رقم (01).

ولأجل صياغة أداة الدراسة في شكلها النهائي، تم تصميم الاستبيان وفقاً لمنهجية علمية دقيقة، تستند إلى أسس البحث الكمي، وتراعي متطلبات البحث العلمي، بهدف قياس مدى قابلية اعتماد التمويل الجماعي من طرف المؤسسات الناشئة في الجزائر.

3-1-5. مراحل إعداد الاستبيان

مرت عملية إعداد الاستبيان عبر أربع مراحل رئيسية متكاملة، على النحو الآتي:

1- مرحلة الإعداد الأولي

في هذه المرحلة، تم الشروع في بناء الاستبيان من خلال الاعتماد على الأساس النظري للدراسة وإشكالياتها الأساسية، حيث تمت مراجعة الأدبيات العلمية ذات الصلة بمجال التمويل الجماعي وريادة الأعمال، وذلك لفهم الأبعاد المفاهيمية المتكررة في الدراسات السابقة. كما تم تحليل الفرضيات المطروحة في الدراسة وتحويلها إلى محاور قابلة للقياس الميداني.

وقد شملت هذه المرحلة الاطلاع على مجموعة من النماذج الاستبائية المعتمدة دوليًا، خاصة تلك المطبقة في سياقات مشابهة (الولايات المتحدة، ألمانيا، الإمارات)، مع إجراء مواءمة للسياق الجزائري من حيث اللغة، والخلفية الثقافية، والبنية المؤسسية.

2- مرحلة التصميم والصياغة

بعد تحديد المحاور الأساسية، تم الانتقال إلى مرحلة الصياغة العملية لفقرات الاستبيان، وذلك وفق الخطوات الآتية:

- تحويل المتغيرات النظرية إلى مؤشرات كمية باستخدام مقياس ليكرت الخماسي الذي يتيح لأفراد العينة التعبير عن درجة الموافقة على الفقرة بدرجات متدرجة من "أوافق بشدة" إلى "لا أوافق بشدة"، وهو ما يساهم في قياس التوجهات بدقة.
- كتابة الفقرات بلغة عربية فصيحة وواضحة، مع تجنب الغموض، التكرار أو الأسئلة الطويلة، بما يضمن موضوعية الاستجابة وفهمًا موحدًا لمضمون الفقرات من طرف جميع أفراد العينة.
- تنظيم الاستبيان في بنية منطقية متسلسلة، حيث تم تخصيص قسم أول للبيانات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، مجال النشاط...)، ثم خمسة محاور

رئيسية تغطي: الوعي بالتمويل الجماعي، الكفاءة الذاتية، التأثير الاجتماعي، السلوك المتوقع، والمخاطر المتصورة.

3- مرحلة التحكيم والتجريب الأولي

بغرض التأكد من صلاحية الأداة وملاءمتها للسياق البحثي، تم إخضاع النسخة الأولى من الاستبيان لتحكيم علمي من طرف نخبة من الأساتذة والخبراء في مجالات التمويل، الاقتصاد الرقمي، والإحصاء التطبيقي. وقد تم تقديم الاستبيان إلى سبعة محكمين، طُلب منهم تقييم مدى ملاءمة الفقرات لمضمون كل محور، دقة الصياغة، وانسجام الأداة مع أهداف البحث.

عقب التحكيم، أُدخلت التعديلات المقترحة، ثم أُجري اختبار تجريبي أولي على عينة مكونة من 20 مؤسسة ناشئة، لا تدخل ضمن العينة النهائية، وذلك بغرض:

- رصد أي صعوبات لغوية أو فنية في فهم الفقرات.
- تقدير الزمن المتوسط اللازم لاستكمال الاستبيان.
- التحقق المبدئي من سلامة البنية الإحصائية.

وقد أظهرت نتائج الاختبار التجريبي مؤشرات جيدة على مستوى الفهم وسهولة التفاعل مع الفقرات، كما تم احتساب معامل الثبات الداخلي (ألفا كرونباخ)، الذي تجاوز في كل المحاور القيمة المرجعية المقبولة (0.70)، مما يعكس موثوقية الاستبيان.

4- مرحلة التوزيع وجمع البيانات

تم في هذه المرحلة الشروع في نشر الاستبيان على العينة الأساسية، والمكونة من 209 مؤسسة ناشئة جزائرية، موزعة جغرافيًا عبر مختلف ولايات الوطن، تم اختيارها وفق معايير تتعلق بالتنوع القطاعي، ومرحلة النمو، والطابع الابتكاري للمشروع.

واعتمدت الدراسة آلية توزيع مزدوجة، تشمل:

- استبيان إلكتروني تم نشره عبر المنصات الرقمية وشبكات التواصل الخاصة بزيادة الأعمال.
- استبيان ورقي وُزِعَ في إطار الملتقيات الوطنية والفعاليات الجامعية المتخصصة في المؤسسات الناشئة.

وقد أخذ بعين الاعتبار أثناء عملية التوزيع مبادئ أخلاقيات البحث العلمي، حيث تم إعلام أفراد العينة بطبيعة الدراسة، وأهدافها، وضمان سرية بياناتهم وحقوقهم في الانسحاب دون أي تبعات.

بعد جمع الاستثمارات، تم تنفيذ عملية فرز دقيقة للتحقق من اكتمال الاستجابات، تلاها ترميز البيانات رقميًا باستخدام برنامج SPSS25، تمهيدًا لإجراء التحليلات الإحصائية المناسبة (الوصفية، اختبار الفرضيات، تحليل الارتباط...الخ)

4-1-5 عينة الدراسة

تم استهداف عينة مكوّنة من مؤسسات ناشئة جزائرية، تم اختيارها وفق معايير منهجية تضمن التنوع من حيث:

- القطاع الاقتصادي (تكنولوجيا، خدمات، صحة، طاقة...).
- المرحلة التطويرية (مرحلة مبكرة، مرحلة النمو).
- الموقع الجغرافي (ولايات مختلفة من الجزائر).
- الخلفية الديموغرافية للمؤسس (العمر، الجنس، المستوى التعليمي...).

وقد بلغ حجم العينة المستجوبة 209 مؤسسة ناشئة، تم التواصل معها عبر استبيان إلكتروني وورقي.

وقد تم توزيع الاستبيان ميدانيًا خلال عدد من الملتقيات الوطنية واللقاءات التي جمعت أصحاب المؤسسات الناشئة في مختلف ولايات الوطن، كما تم تعزيزه بنشر النسخة الإلكترونية على نطاق واسع بين طلبة الجامعات الجزائرية، بهدف ضمان تمثيل متنوع وشامل يعكس الطيف الواسع للمؤسسات الناشئة والمشاريع الابتكارية في الجزائر.

5-1-5. أساليب التحليل الإحصائي

لتحليل البيانات تم الاعتماد على أدوات التحليل الإحصائي باستخدام البرامج الإحصائية الملائمة، وفقًا لما يلي:

- الإحصاء الوصفي : لقياس الاتجاهات العامة وتوزيع المتغيرات (المتوسطات، الانحراف المعياري....).

- تحليل الارتباط (Correlation Analysis) : لدراسة العلاقات بين المتغيرات المستقلة والتابعة.

- اختبارات الفرضيات : للتحقق من صحة الفرضيات المطروحة باستخدام اختبارات إحصائية مناسبة مثل اختبار T وتحليل التباين ANOVA.

- تحليل الانحدار الخطي : لفحص تأثير المتغيرات المستقلة مثل الوعي والكفاءة الذاتية على التبنّي المتوقع للتمويل الجماعي.

5-1-6. حدود الدراسة

اقتصرت هذه الدراسة على المؤسسات الناشئة في الجزائر فقط ومجالاً محدوداً في الزمن، و لم تتناول الممولين، ما قد يُحد من تعميم النتائج على بقية دول المنطقة، كما أن استخدام الاستبيان كأداة وحيدة قد لا يعكس بعض الأبعاد النوعية المتعلقة بتجارب رواد الأعمال.

2-5. متغيرات الدراسة

من أجل القيام بدراستنا وفهم العلاقة بين متغيراتها، يجب علينا القيام بتحديد المتغيرات الرئيسية المكوّنة لنموذجها التحليلي، من خلال تصنيفها إلى متغيرات مستقلة تمثل العوامل المؤثرة، ومتغير تابع يعكس مستوى قابلية اعتماد التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر. ويتيح هذا التصنيف فهم طبيعة العلاقة بين المتغيرات وتحليل أثر كل مكوّن من مكونات المتغير المستقل على المتغير التابع، استنادًا إلى الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة.

1-2-5. المتغيرات المستقلة

وهي المتغيرات التي يُفترض أن تؤثر على قرار المؤسسات الناشئة باعتماد التمويل الجماعي، وتشمل:

1- الوعي بالتمويل الجماعي

يقيس هذا المتغير مستوى إدراك ومعرفة رواد الأعمال بمفهوم التمويل الجماعي، أنواعه، آلياته وأبرز المنصات المتاحة، بالإضافة إلى مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها لاكتساب هذا الوعي. ويعكس هذا المتغير مدى انفتاح رواد الأعمال على المفاهيم التمويلية الحديثة، وقدرتهم على التمييز بين نماذج التمويل الجماعي (الاستثماري، الإقراضي، التبرعي، والمكافآت).

2- الكفاءة الذاتية

يمثل هذا المتغير إدراك رائد الأعمال لقدرته الشخصية على استخدام منصات التمويل الجماعي بكفاءة، وتشغيل الحملات التمويلية بفعالية، ويتعلق بالثقة في المهارات التكنولوجية، والقدرة على التسويق الرقمي وإدارة التواصل مع الممولين، وهو مؤشر أساسي على مدى استعداد الأفراد لاستخدام هذه الآلية التمويلية بشكل عملي ومستقل.

3- التأثير الاجتماعي

يقيس هذا المتغير مدى تأثير قرار رواد الأعمال بآراء ودعم المحيطين بهم، من أصدقاء، شركاء، أفراد العائلة وزملاء العمل. كما يعكس مدى انتشار ثقافة التمويل الجماعي داخل المجتمع الريادي، ودور شبكات العلاقات الاجتماعية في تشجيع أو تثبيط استخدام هذه المنصات.

4- المخاطر المتصورة

يعبر هذا المتغير عن مدى إدراك رواد الأعمال للمخاطر المرتبطة باستخدام منصات التمويل الجماعي، سواء كانت مخاطر تقنية (مثل اختراق الخصوصية)، أو قانونية (ضعف التشريعات)، أو استراتيجية (سرقة فكرة المشروع أو تقليد نموذج العمل). ويُعد هذا المتغير من المحددات الحاسمة في قرار تبني التمويل الجماعي من عدمه.

5- القدرات التقنية والرقمية للمؤسسة الناشئة

يشير إلى مدى امتلاك المؤسسة الناشئة لمهارات وأدوات تقنية تؤهلها لإطلاق وإدارة حملة تمويل جماعي، بما في ذلك الكفاءة الرقمية لرائد الأعمال، والقدرة على استخدام الوسائط الحديثة للترويج وجذب المساهمين.

6- الثقة في منصات التمويل الجماعي

يشير هذا المتغير إلى مدى شعور رواد الأعمال بالأمان والاطمئنان عند التعامل مع منصات التمويل الجماعي، ويعكس إدراكهم لشفافية العمليات، ضمان خصوصية البيانات وفعالية الأنظمة التقنية في حماية المعلومات والمعاملات، بحيث أنه كلما ارتفعت مستويات الثقة، زادت احتمالية الإقبال على استخدام هذه المنصات.

7- أداء منصات التمويل الجماعي

يقيس هذا المتغير مدى كفاءة وجودة الخدمات التي تقدمها منصات التمويل الجماعي، من حيث سهولة الاستخدام، فعالية أنظمة الدفع، مستوى الدعم الفني وآليات التواصل بين صاحب المشروع والممولين، ويُعتبر الأداء الجيد عاملاً مشجعاً على تبني هذه الآلية التمويلية.

8- الخصائص الديموغرافية للمؤسس أو القائم على المؤسسة

وتشمل مجموعة من الصفات الشخصية مثل: الجنس، العمر، المستوى التعليمي والخبرة السابقة في مجال ريادة الأعمال، والتي قد تؤثر في توجهات الأفراد نحو تبني مصادر تمويل بديلة وغير تقليدية.

5-2-2. المتغير التابع: السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي

تم اختيار السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي كمتغير تابع للدراسة، انسجاماً مع فرضيات نظرية السلوك المخطط¹ (Ajzen, 1991) التي تؤكد على دور النية السلوكية في تحديد السلوك المستقبلي. وبما أن منصات التمويل الجماعي لم تبدأ العمل رسمياً بعد في الجزائر، رغم أن لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها منحت رخصة اعتماد مستشار الاستثمار التساهمي على مستوى البورصة لمؤسسة SARL Yinvesty، اعتماد تحت رقم 2024/02 بتاريخ 2024/04/18 بصفتها مستشار استثمار تساهمي²، إلا أن هذه الشركة لم تبدأ العمل بعد إلى يومنا هذا ولم تقم بأي حملة تمويل تساهمي، وتظهر عبارة ترقبونا في أول حملة تمويل تساهمي قريباً في موقعها الرسمي³ تحت شعار أول منصة تمويل جماعي في الجزائر، لذلك فإن قياس السلوك الفعلي يصبح غير ممكن في هذه المرحلة، مما يُبرّر الاعتماد على مؤشر مركب لقياس النية في التبني، بما يسمح بتحليل العوامل المؤثرة في هذا السلوك المتوقع بصورة دقيقة.

¹ Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, Vol 50 N° 02, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).

² <https://cosob.dz/ar/>. Visit the website on 26/03/2025 at 11:26 pm.

³ <https://yinvesti.dz/en>. Visit the website on 26/03/2025 at 00:19 pm

ويُعد هذا المتغير هو المتغير الرئيسي الذي تسعى الدراسة إلى تفسيره وفهم محدداته، حيث يعكس قابلية المؤسسات الناشئة في الجزائر لتبني التمويل الجماعي كآلية بديلة للتمويل، وقد تم تطوير هذا المؤشر انطلاقًا من ثلاث عبارات قياسية وردت في الاستبيان، تعكس استعداد المؤسسة لاستخدام هذه الآلية في حال اعتمادها رسميًا، وتشمل:

- مدى استعداد المؤسسة الناشئة لاستخدام التمويل الجماعي مستقبلاً.
- النية في تصفح المنصات وإطلاق حملات فعلية لجمع التمويل.
- التفاعل الإيجابي مع هذه الآلية التمويلية الجديدة في حال تنظيمها قانونيًا.

إن اعتماد هذا المتغير التابع بصيغته المركبة يُعدّ إضافة نوعية من الناحية المنهجية، حيث يُمكن من تحليل أكثر عمقًا للعوامل المؤثرة في نية التبني، وذلك باستخدام أدوات التحليل الإحصائي الاستدلالي مثل الانحدار وتحليل الارتباط.

وبصفة عامة فقد تمت صياغة هذه المتغيرات وتحديد إجرائيًا من خلال مجموعة من المؤشرات والعبارات التي تُمكن من قياسها ميدانيًا، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي بالنسبة لمعظم المحاور، إلى جانب بعض الأسئلة المغلقة التي تخص البيانات الديموغرافية.

ويستعرض الجدول أدناه جميع متغيرات الدراسة، مع توضيح تعريفها الإجرائي، وأساليب قياسها، والعبارات المعتمدة لقياس كل متغير، في شكل منهجي متكامل يدعم الفهم العميق لأداة البحث وأسس تحليل النتائج الإحصائية لاحقًا.

الجدول رقم (3-4): جدول شامل لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة بتعريفاتها وأساليب قياسها.

اسم المتغير	التعريف الإجرائي	طريقة القياس	العبارات/المؤشرات
الوعي بالتمويل الجماعي	يقيس مستوى إدراك ومعرفة رواد الأعمال بمفهوم التمويل الجماعي، أنواعه، آلياته، وأبرز المنصات المتاحة.	مقياس ليكرت الخماسي	عبارات حول المعرفة بالمفهوم، سماع المصطلح، فهم الأنواع والديناميكيات.
الكفاءة الذاتية	إدراك رائد الأعمال لقدرته الشخصية على استخدام المنصات بكفاءة وإدارة الحملات الرقمية.	مقياس ليكرت الخماسي	ثقة في استخدام المنصات، خبرة تقنية، قدرة على جذب التمويل.
التأثير الاجتماعي	مدى تأثير دعم وتشجيع المحيط الاجتماعي في قرار رائد الأعمال باعتماد التمويل الجماعي.	مقياس ليكرت الخماسي	تشجيع الأصدقاء، رأي الشركاء، دعم المحيط الاجتماعي.
المخاطر المتصورة	إدراك المخاطر المرتبطة باستخدام المنصات: الخصوصية، الثقة، النزاهة، إمكانية التقليد.	مقياس ليكرت الخماسي	أمان المنصة، حماية البيانات، المخاوف التنظيمية.
الثقة في المنصات	مدى ثقة رائد الأعمال في شفافية وأمان منصات التمويل الجماعي.	مقياس ليكرت الخماسي	شفافية، خصوصية، نزاهة، أمان تقني.
أداء منصات التمويل الجماعي	كفاءة وجودة خدمات المنصة (سهولة الاستخدام، أنظمة الدفع، الدعم، التواصل).	مقياس ليكرت الخماسي	سهولة الاستخدام، خدمات فعالة، دعم فني، نظام تفاعلي.
القدرات الرقمية والتقنية	مهارات المؤسسة وفريقها في إدارة حملات رقمية والتفاعل مع البيئة الإلكترونية.	مقياس ليكرت الخماسي	الترويج الإلكتروني، استخدام الوسائط، الخبرة التقنية.
الخصائص الديموغرافية	جنس، عمر، مؤهل، خبرة، مجال النشاط، موقع المؤسسة، عدد العاملين.	أسئلة مغلقة مباشرة	الجنس، العمر، المؤهل، سنوات الخبرة، المجال.
السلوك المتوقع (المتغير التابع)	هو السلوك المتوقع لدى رواد الأعمال في المؤسسات الناشئة نحو تبني منصات التمويل الجماعي كخيار تمويلي بديل.	مقياس ليكرت + مؤشرات كمية	نية الاستخدام، عدد الحملات السابقة، التقييم المقارن للفعالية.

المصدر: من إعداد الطالب

3-5. أدوات المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم اعتماد مجموعة من الأدوات الإحصائية لتحليل بيانات الدراسة بدقة وموضوعية، سواء في وصف خصائص العينة أو اختبار فرضيات البحث، وقد تم تنفيذ التحليل باستخدام برنامج SPSS 25 وفقا للتفصيل التالي:

1-3-5. الإحصاءات الوصفية

يُعرض في هذا الجدول أهم الأدوات الإحصائية المستخدمة لوصف الخصائص العامة للعينة وتحديد توجهات أصحاب المؤسسات الناشئة نحو محاور الدراسة، وتشمل المتوسطات، الانحرافات المعيارية والتكرارات.

الجدول رقم (3-5): جدول الإحصاءات الوصفية

الأداة	الوظيفة
التكرارات والنسب المئوية	لوصف المتغيرات الديموغرافية كالجنس، العمر، المؤهل، ومجال النشاط.
المتوسط الحسابي	لقياس اتجاهات أصحاب المؤسسات الناشئة نحو كل بُعد من أبعاد الدراسة.
الانحراف المعياري	لتحديد مدى تجانس أو تشتت الاجابات ضمن المحور الواحد.

المصدر: من إعداد الطالب

وتم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي في تصميم فقرات الاستبيان لقياس اتجاهات وآراء أصحاب المؤسسات الناشئة حول أبعاد الدراسة، حيث تتدرج الاجابات من "لا أوافق بشدة" إلى "أوافق بشدة". والجدول التالي يوضح مستويات التفسير المعتمدة لكل فئة من فئات المقياس، وذلك لتسهيل تحليل المتوسطات الحسابية وتفسير النتائج الإحصائية لاحقاً.

الجدول رقم (3-6): جدول تقسيم فئات مقياس ليكرت الخماسي حسب المستوى

رقم الفئة	عبارة الاستجابة	المدى الرقمي	مستوى التقييم النوعي
5	أو افق بشدة	من 4.21 إلى 5.00	مرتفع جدًا
4	أو افق	من 3.41 إلى 4.20	مرتفع
3	محايد	من 2.61 إلى 3.40	متوسط
2	لا أو افق	من 1.81 إلى 2.60	منخفض
1	لا أو افق بشدة	من 1.00 إلى 1.80	منخفض جدًا

2-3-5. اختبار الصدق والثبات

يوضح الجدول أدناه الأدوات المعتمدة للتأكد من صدق وثبات الاستبيان، من خلال اختبار مدى تجانس فقراته، والتحقق من ثباته الداخلي باستخدام معامل الفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، بالإضافة إلى خطوات التحكيم والتجريب الأولى.

الجدول رقم (3-7): جدول اختبار الصدق والثبات

الأداة	الوظيفة
معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)	لقياس الثبات الداخلي للمحاور ومدى تجانس العبارات داخل كل محور.
التحكيم العلمي	لمراجعة مضمون الاستبيان من طرف خبراء ومختصين أكاديميين.
الاختبار التجريبي الأولي	لرصد مشاكل الفهم والصياغة وتقدير زمن الإجابة.

المصدر: من إعداد الطالب

ويُعد تحليل ثبات الاستبيان من المراحل الأساسية في تقييم جودة أدوات البحث العلمي، حيث يعكس مدى اتساق إجابات المشاركين عبر مجموعة من البنود التي تقيس بُعداً معيناً. وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس الثبات الداخلي لكل بُعد من أبعاد الاستبيان الموجه لدراسة قابلية اعتماد التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر. والجدول أدناه يعرض معاملات الثبات ألفا كرونباخ لمختلف أبعاد الدراسة:

الجدول رقم (3-8): جدول نتائج تحليل الثبات حسب أبعاد الاستبيان

البعد	معامل ألفا كرونباخ	التقييم
المعرفة والوعي بالتمويل الجماعي	0.768	جيد جدا
الكفاءة الذاتية	0.780	جيد جدا
التأثير الاجتماعي	0.730	جيد جدا
التصرف السلوكي المتوقع	0.829	ممتاز
المنفعة المتوقعة من أداء المنصات	0.885	ممتاز
قابلية التجربة	0.697	جيد
الثقة بمنصات التمويل الجماعي	0.758	جيد جدا
المخاطر المتصورة	0.733	جيد جدا

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

وتشير النتائج في الجدول أعلاه إلى أن جميع أبعاد الاستبيان تتمتع بدرجات مقبولة من الجودة إلى الممتازة من ثبات الاستبيان، مما يدل على جودة الاتساق الداخلي للأداة المستخدمة. ويُعد هذا مؤشراً إيجابياً يُعزز من صلاحية النتائج المستخلصة من هذه الأداة في سياق البحث الحالي.

3-3-5. أدوات التحليل الاستدلالي

يعرض هذا الجدول الأدوات المستخدمة لاختبار الفرضيات والتحقق من الفروق الإحصائية بين المجموعات، مثل اختبار T للعينة المستقلة، وتحليل التباين ANOVA، وكذلك تحليل الارتباط والانحدار.

الجدول رقم (3-9): جدول أدوات التحليل الاستدلالي

الأداة	الوظيفة
اختبار T-Test	لفحص الفروق في الاجابات حسب متغيرات النوع الاجتماعي أوحالة المشروع.
تحليل التباين الأحادي (ANOVA)	لفحص الفروق حسب المؤهل العلمي، العمر أو القطاع.
معامل الارتباط بيرسون	لفحص العلاقات بين المتغيرات المستقلة والسلوك المتوقع (المتغير التابع)
تحليل الانحدار الخطي المتعدد	لتحديد المتغيرات الأكثر تأثيرًا في قابلية اعتماد التمويل الجماعي.

المصدر: من إعداد الطالب

4-5. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

يتناول هذا الجزء من الدراسة عرضًا وتحليلًا مفصلاً للبيانات الميدانية المستخلصة من الاستبيان الموجه إلى عينة من رواد الأعمال وأصحاب المؤسسات الناشئة في الجزائر. ويهدف هذا التحليل إلى الوقوف على الخصائص العامة لأفراد العينة من خلال المتغيرات الديمغرافية والشخصية، إضافة إلى دراسة العوامل المؤثرة في السلوك المتوقع نحو اعتماد التمويل الجماعي، بوصفه المتغير التابع في هذه الدراسة.

نستهل هذا التحليل بعرض البيانات الشخصية والديمغرافية، والتي تمثل الخلفية الاجتماعية والمهنية لأفراد العينة، وتشمل الجنس، العمر، المستوى التعليمي، قطاع النشاط، ومرحلة إطلاق المشروع. وتشكل هذه المعطيات أرضية مهمة لفهم مدى تفاعل الأفراد مع آليات التمويل البديلة.

ثم ننتقل إلى تحليل المتغيرات المستقلة التي تمثل مجموعة من العوامل التنظيمية، النفسية والتقنية مثل: الوعي بالتمويل الجماعي، مستوى الثقة، التأثير الاجتماعي، البيئة القانونية ومدى الإلمام بالتكنولوجيا والمخاطر المتصورة. ويُستخدم في ذلك مزيج من التحليل

الوصفي والاستدلالي، لقياس العلاقات والتأثيرات بين هذه العوامل والسلوك المتوقع لاعتماد التمويل الجماعي لدى المؤسسات الناشئة.

1-4-5. عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية والديمغرافية

تُعد البيانات الديموغرافية من المعطيات التمهيدية الضرورية في أي دراسة ميدانية، إذ تسهم في تشكيل الصورة التكوينية العامة لعينة الدراسة، وتساعد في فهم كيفية تفاعل المتغيرات الرئيسية للبحث ضمن السياق الاجتماعي والمهني للمستجوبين. وفي هذه الدراسة، تم الوقوف على ستة متغيرات أساسية: الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، قطاع النشاط، حالة إطلاق المشروع وسنة الإطلاق المتوقعة.

ولقد تم وصف خصائص عينة الدراسة كما هو مبين في الجداول التالية:

الجدول رقم (3-10): جدول توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	139	66.51%
أنثى	70	33.49%

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

بينت النتائج الإحصائية في الجدول أعلاه أن الذكور يمثلون غالبية العينة بنسبة تفوق الثلثين، وهو ما يعكس الطابع الذكوري السائد في البيئة الريادية الجزائرية، حيث لا تزال المشاركة النسوية في ريادة الأعمال محدودة لأسباب اجتماعية وثقافية واقتصادية. كما قد يُعزى هذا التفاوت إلى طبيعة توزيع الاستبيان، خاصة في اللقاءات الميدانية التي قد تكون أكثر ولوجًا من قبل الذكور. إلا أن النسبة المحترمة لمشاركات الإناث (33.49%) تُظهر اهتمامًا متزايدًا من النساء بمجال المؤسسات الناشئة والتمويل البديل. أو أن أصحاب المؤسسات الناشئة من الذكور أكثر مشاركة في مثل هذه الدراسات.

الجدول رقم (3-11): جدول توزيع العينة حسب الفئة العمرية

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	154	% 73.68
من 30 إلى 40 سنة	47	% 22.49
من 41 إلى 50 سنة	8	% 3.83

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

تُظهر هذه النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن الفئة العمرية الشابة أقل من 30 سنة تمثل العمود الفقري لعينة الدراسة، مما يؤكد أن رواد الأعمال في الجزائر غالبًا ما ينتمون إلى جيل الشباب، وهو ما يتوافق مع خصائص المؤسسات الناشئة التي تتطلب مرونة، إبداع ومخاطرة، ومن جهة أخرى، قد يكون الانخراط في التمويل الجماعي أكثر جاذبية للفئات الشابة نظرًا لارتباطه الوثيق بالمنصات الرقمية والتكنولوجيا الحديثة.

الجدول رقم (3-12): جدول توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
مستوى ليسانس	98.0	% 46.90
مستوى ماستر	.091	% 43.5
مستوى ثانوي	11.0	% 5.3
مستوى دراسات عليا	9.0	% 4.31

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

تشير هذه النتائج المبينة في الجدول أعلاه إلى أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى فئة الجامعيين من التعليم العالي ما يفوق 89% بين ليسانس وماستر، وهو أمر منطقي بالنظر إلى أن المؤسسات الناشئة غالبًا ما تؤسس من قبل خريجي الجامعات ومراكز البحث، خاصة ممن يمتلكون ثقافة تقنية أو علمية أو إدارية، كما أن هذه الفئة تعدّ الأكثر قدرة على فهم آليات التمويل البديل، ومنها التمويل الجماعي بحكم تكوينها الأكاديمي.

الجدول رقم (3-13): جدول توزيع العينة حسب قطاع نشاط المؤسسة الناشئة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
تكنولوجيا	10.0	% 4.78
صناعة	9.0	% 4.31
انتاج	8.0	% 3.83
صحة	4.0	% 1.91
فلاحة	4.0	% 1.91
خدمات	4.0	% 1.91
تكنولوجي	4.0	% 1.91
طاقة	3.0	% 1.44
الكهربونيك	3.0	% 1.44
تجاري	3.0	% 1.44

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

أظهرت النتائج المبينة في الجدول أعلاه تنوع القطاعات بشكل كبير، مما يعكس ديناميكية ريادة الأعمال في الجزائر، وعدم انحصار المؤسسات الناشئة في قطاع معين. غير أن تركّز نسبة معتبرة في القطاع التكنولوجي والخدمات الرقمية يُظهر توجّهًا نحو الرقمنة والابتكار، وهو ما يُعد شرطًا أساسيًا للتمويل الجماعي نظرًا لطبيعته الرقمية المعتمدة على المنصات الإلكترونية.

الجدول رقم (3-14): جدول توزيع العينة حسب إطلاق المشروع الناشئ أولم يُطلق بعد

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
لا	189.0	% 90.4
نعم	20.0	% 9.6

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

تُظهر هذه المعطيات في الجدول أعلاه أن أغلب المستجوبين لم يطلقوا مشاريعهم بعد مما يفسر أن غالبية العينة تمثل فئة رواد الأعمال المحتملين أو في مرحلة ما قبل التأسيس (Pre-Startup)، وهو ما يمنح الدراسة بعدًا استشرافيًا حول نوايا التأسيس ورؤية هؤلاء للتمويل

الجماعي. كما قد يعكس هذا الواقع مجموعة من العوائق التي تقف أمام إطلاق المشاريع، وعلى رأسها صعوبة الوصول إلى مصادر تمويل تقليدية، مما يعزز أهمية البحث الحالي.

كما يتضح أن هناك توجهاً مستقبلياً نحو التأسيس خلال السنوات القليلة القادمة، ما يدل على وجود نية حقيقية لدى الكثيرين لإطلاق مشاريعهم، رغم بعض التردد بسبب عوامل مثل التمويل أو الدعم المؤسسي.

الجدول رقم (3-15): جدول توزيع العينة حسب سنة الإطلاق أو السنة المتوقعة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
2027	53.0	% 25.36
2026	46.0	% 22.01
2025	24.0	% 11.48
2028	22.0	% 10.53
2030	6.0	% 2.87
2023	5.0	% 2.39
2029	3.0	% 1.44
2020	3.0	% 1.44
2019	2.0	% 0.96
غير محددة	2.0	% 0.96

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

تشير النتائج في الجدول اعلاه إلى ميل رواد الاعمال والمؤسسات الناشئة إلى تحديد سنوات مستقبلية كتواريخ محتملة لإطلاق مشاريعهم، مما يدل على وجود نية كامنة لدى العديد منهم في دخول عالم ريادة الأعمال، غير أن تأجيل التأسيس يعكس وجود عوائق حقيقية قد تكون تمويلية، إدارية، أو تنظيمية، ما يبرّر أهمية التمويل الجماعي كخيار بديل ومستقبلي.

الجدول رقم (3-16): جدول توزيع العينة حسب الاستعداد لاستخدام منصات التمويل

الجماعي أولا

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
لا	41.0	19.8 %
نعم	166.0	80.2 %

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

يمثل السؤال: هل لديك استعداد لاستخدام منصة تمويل جماعي؟ أحد المؤشرات الأساسية على النية السلوكية تجاه اعتماد التمويل الجماعي، وهو يقيس الاستعداد الفعلي لدى رواد الأعمال والمؤسسات الناشئة لاستخدام هذه الآلية التمويلية الجديدة. وتشير النتائج المبينة في الجدول اعلاه إلى أن أكثر من 80 % لديهم استعداد واضح لاستخدام منصات التمويل الجماعي، مما يعكس توجهاً إيجابياً نحو اعتماد هذا النمط التمويلي. وتعد هذه النسبة مؤشراً واعداً على وجود قابلية حقيقية لتبني هذه الآلية في بيئة ريادة الأعمال الجزائرية، خاصة إذا توافرت الظروف الداعمة مثل المنصات الموثوقة والدعم المؤسسي والتنظيم القانوني، وفي المقابل تمثل نسبة 19.8 % شريحة مترددة أو ترفض استخدام منصات التمويل الجماعي تحتاج إلى مزيد من التوعية والثقة.

وبناءً على ما سبق، يمكن اعتبار هذا البند مؤشراً كمياً دالاً على القبول المبدئي للسلوك المتوقع لاعتماد التمويل الجماعي، مما يدعم التوجه العام لفرضية الدراسة.

وتبرز من خلال البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة أن البيئة الريادية الجزائرية تميل إلى التمثيل الشبابي، الجامعي، والمستقبلي، ما يجعلها بيئة خصبة لاستقبال آليات تمويل بديلة مثل التمويل الجماعي. غير أن هذا يستدعي توافر عوامل تمكينية مثل الثقافة الرقمية، المنصات المحلية والإطار التنظيمي الملائم، وهو ما تتناوله هذه الدراسة.

5-4-2. عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد الوعي نحو التمويل الجماعي

يتناول هذا القسم تحليل إجابات المشاركين المتعلقة ببُعد الوعي نحو التمويل الجماعي، وذلك بهدف قياس مدى معرفة الأفراد بمفهوم التمويل الجماعي ومدى انتشاره بينهم. وقد تم اعتماد أساليب التحليل الوصفي من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، إلى جانب اختبار (T-test) للعينة الواحدة للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات والقيمة المحايدة (3) التي تمثل موقفاً محايداً من طرف المجيب، أي أنه لا يميل لا إلى الموافقة ولا إلى المعارضة، بالإضافة إلى حساب نسبة الأهمية لكل عبارة. وفيما يلي النتائج التفصيلية وتحليلها الأكاديمي:

الجدول رقم (3-17): جدول نتائج بُعد الوعي نحو التمويل الجماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الأهمية (%)	قيمة T	قيمة الدلالة الاحصائية p
كنت على علم بوجود التمويل الجماعي	3.26	1.37	65.17	2.72	0.01
أنا على دراية بمفهوم التمويل الجماعي	3.11	1.48	62.3	1.12	0.26
كثيراً ما أسمع مصطلح التمويل الجماعي	3.48	1.44	69.57	4.8	0.0
أعرف الديناميكيات المرتبطة بالتمويل الجماعي	2.58	1.53	51.67	-3.93	0.0

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

- تشير نتائج عبارة كنت على علم بوجود التمويل الجماعي إلى وجود وعي مبدئي نسبياً بوجود مفهوم التمويل الجماعي لدى المشاركين، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.26) وهو أعلى من القيمة المحايدة (3) بدلالة إحصائية معتبرة ($p = 0.007 < 0.01$)، هذا يشير إلى أن عدداً لا بأس به من المبحوثين لديهم معرفة أولية بوجود هذا النوع من التمويل، وإن لم يكن بالضرورة فهماً عميقاً لطبيعته.

- أما عبارة أنا على دراية بمفهوم التمويل الجماعي فرغم أن المتوسط بلغ (3.11)، وهو أعلى قليلاً من القيمة المحايدة، إلا أن الفارق لم يكن ذا دلالة إحصائية ($p = 0.262 > 0.05$)، ما يعكس غياب فهم شامل لدى غالبية المشاركين لمفهوم التمويل الجماعي كآلية تمويل بديلة، مما يُبرز الحاجة إلى تعميق التوعية بالمفهوم من الناحية النظرية والعملية.

- وفيما يخص عبارة كثيراً ما أسمع مصطلح التمويل الجماعي حصلت هذه العبارة على أعلى متوسط (3.48) ونسبة أهمية (69.57%)، ما يدل على انتشار المصطلح على المستوى الخطابي أو الإعلامي، وقد جاءت هذه النتيجة مدعومة بدلالة إحصائية قوية جداً ($p < 0.001$)، وهو ما يمكن أن يُستثمر في جهود الترويج للمفهوم وتوسيع محتواه المعرفي بين رواد الأعمال.

- أما عبارة أعرف الديناميكيات المرتبطة بالتمويل الجماعي فقد سجلت أدنى متوسط (2.58)، ودلالة إحصائية سلبية واضحة ($p < 0.001$)، مما يشير إلى نقص شديد في إدراك المشاركين للجوانب التطبيقية والعملية للتمويل الجماعي، مثل آليات التشغيل، طرق جمع الأموال والعوامل المؤثرة في نجاح الحملات التمويلية، الأمر الذي يعكس تحدياً جوهرياً في بناء وعي حقيقي حول هذه الأداة.

وبصفة عامة من خلال تحليل بُعد الوعي نحو التمويل الجماعي، يمكن الاستنتاج أن وعي رواد الأعمال الجزائريين بمفهوم التمويل الجماعي لا يزال في مراحله الأولى، حيث يقتصر في مجمله على معرفة سطحية أو سماعية بالمفهوم دون إدراك حقيقي لآلياته وتفصيله. وهذا ما يستدعي تبني برامج تكوينية وتوعوية متخصصة لتعزيز الثقافة التمويلية الريادية وتوضيح الجوانب العملية للتمويل الجماعي، خصوصاً في ظل الإمكانيات التي يتيحها لدعم المؤسسات الناشئة في الجزائر.

3-4-5. عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد الكفاءة الذاتية نحو التمويل

الجماعي

يتناول هذا القسم تحليل إجابات المشاركين حول مدى شعورهم بالثقة والقدرة على استخدام منصات التمويل الجماعي، ويهدف هذا البُعد إلى قياس التصورات الذاتية للكفاءة فيما يخص المهارات والمعرفة المرتبطة باستخدام هذه المنصات، وتم اعتماد التحليل الوصفي (المتوسط

والانحراف المعياري)، إضافة إلى اختبار (T-test) للعينة الواحدة للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات والقيمة المحايدة (3)، التي تمثل موقفًا محايدًا، كما تم احتساب نسبة الأهمية لكل عبارة. وفيما يلي النتائج التفصيلية وتحليلها:

الجدول رقم (3-18): جدول نتائج بُعد الكفاءة الذاتية نحو التمويل الجماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الأهمية (%)	قيمة T	قيمة الدلالة الإحصائية (p)
لدي ثقة في قدرتي على استخدام منصات التمويل الجماعي	3.56	1.31	71.1	6.14	0.0
لدي الخبرة اللازمة لأصبح ماهرًا في استخدام منصات التمويل الجماعي	3.63	1.47	72.54	6.15	0.0
أنا واثق من قدرتي على جمع الأموال من منصات التمويل الجماعي	3.8	1.12	75.98	10.34	0.0

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

- تشير النتيجة لعبارة: لدي ثقة في قدرتي على استخدام منصات التمويل الجماعي إلى مستوى ثقة جيد لدى المشاركين، حيث تجاوز المتوسط (3.56) القيمة المحايدة بشكل دال إحصائيًا ($p < 0.001$)، مما يدل على استعداد نفسي مبدئي لدى المستجيبين لاستخدام هذه المنصات.

- كما عكست العبارة: لدي الخبرة اللازمة لأصبح ماهرًا في استخدام منصات التمويل الجماعي وجود تصور إيجابي نحو امتلاك المعرفة والمهارة، بمتوسط (3.63) ونسبة أهمية تفوق 72%، بدلالة إحصائية عالية ($p < 0.001$)، مما يشير إلى وجود خلفية أو تجربة سابقة لدى عدد معتبر من المشاركين.

- وجاءت عبارة: أنا واثق من قدرتي على جمع الأموال من منصات التمويل الجماعي بأعلى متوسط (3.80) وأقوى دلالة إحصائية ($p \approx 0.000$)، مما يعكس ثقة ملحوظة في إمكانية تحقيق النتائج المرجوة من هذه المنصات، وهو مؤشر مشجع لنجاح التبني الفعلي في حال توفير البيئة الملائمة.

أما الاستنتاجات العامة التي تعكس نتائج هذا البُعد فإن غالبية المشاركين يتمتعون بمستوى جيد من الكفاءة الذاتية المرتبطة باستخدام التمويل الجماعي، حيث تظهر مؤشرات الثقة والخبرة بشكل واضح، مع دلالات إحصائية قوية على تجاوزهم للموقف المحايد. وهذا يمثل عنصراً إيجابياً في تبني هذه الآلية مستقبلاً، ويُعد مؤشراً محفزاً لتصميم برامج تدريبية تطبيقية من شأنها تعزيز هذه الثقة وتوسيع قاعدة الفاعلين ضمن منظومة التمويل الجماعي في الجزائر.

4-4-5. عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد التأثير الاجتماعي نحو التمويل الجماعي

يتناول هذا القسم تحليل اجابات المشاركين المتعلقة ببُعد التأثير الاجتماعي نحو استخدام منصات التمويل الجماعي، وذلك بهدف قياس مدى تأثير البيئة الاجتماعية من أصدقاء وأفراد مهمين على نية الأفراد في استخدام هذه المنصات. وقد تم اعتماد أساليب التحليل الوصفي من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، إلى جانب اختبار (T-test) للعينة الواحدة للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات والقيمة المحايدة (3)، التي تمثل موقفاً محايداً من طرف المجيب، بالإضافة إلى حساب نسبة الأهمية لكل عبارة. وفيما يلي النتائج التفصيلية وتحليلها الأكاديمي:

الجدول رقم (3-19): جدول نتائج بُعد التأثير الاجتماعي نحو التمويل الجماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الأهمية (%)	قيمة T	قيمة الدلالة الإحصائية (p)
الأشخاص المهمون بالنسبة لي يعتقدون أنه يجب علي أن أجمع أموال بدء التشغيل من منصات التمويل الجماعي	3.13	1.16	62.68	1.67	0.1
الأشخاص الذين يؤثرون على سلوكي يشجعوني على استخدام منصات التمويل الجماعي	2.91	1.29	58.28	-0.96	0.34
يعتقد أصدقائي أنني أستطيع أن أجمع أموال بدء التشغيل من منصات التمويل الجماعي	3.24	1.23	64.88	2.86	0.01
أعتقد أنه يتبعني أصدقائي إذا شجعوا على جمع الأموال لشركاتهم الناشئة عبر منصات التمويل الجماعي	3.71	1.29	74.26	7.96	0.0

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

- تشير النتيجة لعبارة: الأشخاص المهمون بالنسبة لي يعتقدون أنه يجب علي أن أجمع أموال بدء التشغيل من منصات التمويل الجماعي إلى مستوى متوسط من التأثير الاجتماعي، حيث بلغ المتوسط (3.13)، ولم تكن الدلالة الإحصائية قوية ($p = 0.097 > 0.05$)، ما يدل على وجود نوع من التأثير، لكنه لا يصل إلى مستوى يُعتد به إحصائياً.

- وجاءت هذه العبارة: الأشخاص الذين يؤثرون على سلوكي يشجعونني على استخدام منصات التمويل الجماعي بمتوسط أقل من المحايد (2.91) وبدون دلالة إحصائية ($p = 0.336$)، ما يشير إلى ضعف واضح في التأثير المباشر للأشخاص المؤثرين على سلوك المشاركين تجاه استخدام هذه المنصات.

- وبلغ متوسط عبارة: يعتقد أصدقاؤني أنني أستطيع أن أجمع أموال بدء التشغيل من منصات التمويل الجماعي (3.24) بدلالة إحصائية ($p = 0.005$)، ما يدل على وجود نظرة إيجابية بين الأصدقاء بخصوص قدرة المشاركين على استخدام هذه المنصات بنجاح، وهو مؤشر إيجابي في هذا السياق.

- وسجلت هذه العبارة: أعتقد أنه يتبعني أصدقاؤني إذا شُجّعوا على جمع الأموال لشركاتهم الناشئة عبر منصات التمويل الجماعي أعلى متوسط (3.71) ونسبة أهمية مرتفعة (74.26%)، مع دلالة إحصائية قوية ($p < 0.001$)، ما يعكس تأثيراً حقيقياً ومباشراً بسلوك الأصدقاء عند اتخاذ القرار باستخدام منصات التمويل الجماعي.

وبصفة عامة تُظهر نتائج هذا البُعد أن التأثير الاجتماعي يلعب دوراً متفاوتاً في تشكيل موقف الأفراد تجاه استخدام منصات التمويل الجماعي، ففي حين أن هناك بعض العبارات التي أظهرت تأثيراً معتبراً، خصوصاً تلك المتعلقة بتأثير الأصدقاء، فإن التأثير العام للأشخاص المؤثرين في البيئة الاجتماعية لم يكن بنفس القوة. ويشير ذلك إلى أن الاعتماد على العلاقات الاجتماعية في الترويج لاستخدام التمويل الجماعي يحتاج إلى استراتيجيات أكثر استهدافاً، مع التركيز على تكوين مجتمعات داعمة عبر شبكات الأقران والشراكات.

5-4-5. عرض وتحليل النتائج المتعلقة بـبعد التصرف السلوكي المتوقع نحو التمويل الجماعي

يتناول هذا القسم تحليل استجابات المشاركين المتعلقة بـبعد التصرف السلوكي المتوقع نحو استخدام منصات التمويل الجماعي، ويهدف إلى قياس نية الأفراد في استخدام هذه المنصات مستقبلاً في حال ما إذا تم اعتمادها رسمياً في الجزائر. وقد تم اعتماد التحليل الوصفي (المتوسط والانحراف المعياري)، بالإضافة إلى اختبار (T-test) للعينة الواحدة للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات والقيمة المحايدة (3)، إضافة إلى حساب نسبة الأهمية لكل عبارة. وفيما يلي النتائج التفصيلية وتحليلها الأكاديمي:

الجدول رقم (3-20): جدول نتائج بعد التصرف السلوكي المتوقع نحو التمويل الجماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الأهمية (%)	قيمة T	قيمة الدلالة الإحصائية (p)
أنوي استخدام منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال للمؤسسة الناشئة إذا تم اعتمادها في الجزائر	4.12	1.06	82.39	15.33	0.0
سوف أتصفح منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال للمؤسسة الناشئة	3.84	1.12	76.75	10.78	0.0
سأقوم بالنشر بشكل متكرر على منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال لبدء التشغيل	3.63	1.44	72.63	6.35	0.0

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

- تشير نتائج عبارة: أنوي استخدام منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال للمؤسسة الناشئة إذا تم اعتماده في الجزائر إلى وجود نية قوية لدى المشاركين لاعتماد منصات التمويل الجماعي، حيث بلغ المتوسط (4.12) ونسبة الأهمية (82.39%)، بدلالة إحصائية عالية جداً ($p < 0.001$)، وهو ما يُعد مؤشراً مهماً على قابلية التبنى المستقبلي لهذه الآلية التمويلية.

- بلغ متوسط عبارة: سوف أتصفح منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال للمؤسسة الناشئة (3.84) مع دلالة إحصائية معتبرة ($p < 0.001$)، ما يعكس اهتماماً فعلياً باستكشاف هذه المنصات من طرف المشاركين، كخطوة أولى نحو استخدامها الفعلي في المستقبل.

- وحصلت هذه العبارة: سأقوم بالنشر بشكل متكرر على منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال لبدء التشغيل على متوسط (3.63) بنسبة أهمية (72.63%) ودلالة إحصائية واضحة ($p < 0.001$)، ما يدل على وجود استعداد نسبي لاستخدام المنصات بصفة نشطة ومستمرة لجمع التمويل، وإن كانت بدرجة أقل من العبارات السابقة.

وتعكس نتائج هذا البُعد بصفة عامة وجود نوايا قوية وإيجابية لدى المشاركين نحو استخدام منصات التمويل الجماعي، في حال تم اعتمادها رسمياً في السوق الجزائرية، ويُعد هذا مؤشراً على وجود قابلية حقيقية لاعتماد هذه التقنية، خاصة مع توفر البنية التنظيمية والدعم المؤسسي المناسب، وتُشير النتائج إلى أهمية تكثيف جهود التوعية والتأطير لتسريع عملية الانتقال من النية إلى السلوك الفعلي.

5-4-6. عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد أداء منصات التمويل الجماعي

يتناول هذا القسم تحليل استجابات المشاركين المتعلقة ببُعد أداء منصات التمويل الجماعي، ويهدف إلى قياس مدى إدراك المشاركين للفوائد العملية التي توفرها هذه المنصات في تمويل المؤسسات الناشئة، وقد تم اعتماد التحليل الوصفي (المتوسط والانحراف المعياري)، بالإضافة إلى اختبار (T-test) للعينة الواحدة للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات والقيمة المحايدة (3)، إضافة إلى حساب نسبة الأهمية لكل عبارة. وفيما يلي النتائج التفصيلية وتحليلها الأكاديمي:

الجدول رقم (21-3): جدول نتائج بُعد أداء منصات التمويل الجماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الأهمية (%)	قيمة T	قيمة الدلالة الإحصائية (p)
يعد استخدام التمويل الجماعي مفيداً لزيادة رأس المال لبدء التشغيل	4.28	1.1	85.55	16.78	0.0
استخدام التمويل الجماعي يسمح بجمع رأس المال بسرعة أكبر للمؤسسة الناشئة	3.86	1.25	77.13	9.89	0.0
استخدام التمويل الجماعي يعزز من فرص تمويل المؤسسة الناشئة	4.11	1.09	82.2	14.68	0.0
التمويل الجماعي يزود المؤسسة الناشئة بالدعم الفني لجمع أموال بدء التشغيل	3.6	1.16	71.96	7.42	0.0
تمتلك منصات التمويل الجماعي أنظمة معاملات مناسبة لجمع الأموال للمؤسسات الناشئة	3.65	1.11	73.01	8.49	0.0

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

- أظهرت هذه العبارة: يُعد استخدام التمويل الجماعي مفيداً لزيادة رأس المال لبدء التشغيل أعلى نسبة أهمية (85.55%) ومتوسط مرتفع (4.28) بدلالة إحصائية قوية جداً ($p < 0.001$) ، ما يدل على أن المشاركين يدركون بوضوح القيمة التمويلية الكبيرة للتمويل الجماعي في سياق المشاريع الناشئة.

- بلغ متوسط عبارة: استخدام التمويل الجماعي يسمح بجمع رأس المال بسرعة أكبر للمؤسسة الناشئة (3.86) مع دلالة إحصائية معتبرة ($p < 0.001$)، مما يعكس وعياً بين المشاركين بميزة السرعة التي توفرها هذه المنصات في عملية التمويل.

- سجلت العبارة: استخدام التمويل الجماعي يعزز من فرص تمويل المؤسسة الناشئة متوسطاً عالياً (4.11) مع دلالة إحصائية قوية ($p < 0.001$)، ما يدل على إدراك المشاركين لأهمية هذه المنصات في تحسين فرص النجاح المالي.

- جاءت نتائج عبارة: التمويل الجماعي يزود المؤسسة الناشئة بالدعم الفني لجمع اموال بدء التشغيل بمتوسط (3.60) ونسبة أهمية (71.96%)، ودلالة إحصائية معتبرة ($p < 0.001$)، وهو ما يشير إلى اعتقاد المشاركين بتقديم المنصات خدمات دعم إضافية تفيد المشاريع الناشئة.

- بلغ متوسط عبارة: تمتلك منصات التمويل الجماعي أنظمة معاملات مناسبة لجمع الأموال للمؤسسات الناشئة (3.65) مع دلالة إحصائية عالية ($p < 0.001$)، ما يعكس ثقة المشاركين في البنية التقنية والتنظيمية التي توفرها المنصات لإجراء العمليات التمويلية.

وبصفة عامة تشير نتائج هذا البُعد إلى أن المشاركين لديهم تقييم إيجابي واضح لأداء منصات التمويل الجماعي، من حيث فعاليتها في جمع رأس المال، سرعة المعالجة والدعم الفني ونظام المعاملات، وتُعد هذه النتائج مشجعة من حيث بناء بيئة تتمتع بالثقة وتشجيع المؤسسات الناشئة في الجزائر على تبني هذه المنصات كخيار تمويلي موثوق.

5-4-7. عرض وتحليل النتائج المتعلقة بـقابلية التجربة نحو التمويل الجماعي

يتناول هذا القسم تحليل استجابات المشاركين المتعلقة بـقابلية التجربة (Trialability) لاستخدام التمويل الجماعي، وذلك بهدف قياس مدى استعدادهم لتجريب هذه الآلية التمويلية في بيئة واقعية، من حيث مدى سهولة الاستخدام وتوفر الفرص لذلك. وقد تم اعتماد التحليل الوصفي من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، بالإضافة إلى اختبار (T-test) للعينة الواحدة للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات والقيمة المحايدة (3)، إضافة إلى حساب نسبة الأهمية لكل عبارة. وفيما يلي النتائج التفصيلية وتحليلها الأكاديمي:

الجدول رقم (3-22): جدول نتائج بـقابلية التجربة نحو التمويل الجماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الأهمية (%)	قيمة T	قيمة الدلالة الإحصائية (p)
سأستغل الفرص الكافية لاستخدام التمويل الجماعي	3.92	1.2	78.37	11.1	0.0
أنا قادر على تجربة التمويل الجماعي	3.92	1.2	78.37	11.03	0.0
أعتقد أنني لست بحاجة إلى بذل الكثير من الجهد في استخدام التمويل الجماعي	3.63	1.39	72.63	6.55	0.0

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

- بلغ متوسط عبارة: سأستغل الفرص الكافية لاستخدام التمويل الجماعي (3.92) مع دلالة إحصائية قوية جداً ($p < 0.001$)، مما يدل على وجود حافز واضح لدى المشاركين لتجربة هذه التقنية متى توفرت الفرصة، ويعكس ذلك وعياً بقيمة التجريب كمؤشر للثقة والاستعداد للتبني.
- تشير النتائج الخاصة بعبارة: أنا قادر على تجربة التمويل الجماعي إلى درجة عالية من الاستعداد العملي لتجربة منصات التمويل الجماعي، بمتوسط (3.92) ونسبة أهمية مرتفعة

(78.37%)، ودلالة إحصائية قوية جداً ($p < 0.001$)، مما يعكس ثقة المشاركين في إمكانياتهم التقنية والتنظيمية للانخراط في هذه التجربة.

- رغم أن هذه العبارة: أعتقد أنني لست بحاجة إلى بذل الكثير من الجهد في استخدام التمويل الجماعي تشير إلى جانب سلبي (قلة الجهد)، إلا أن ارتفاع المتوسط (3.63) ونسبة الأهمية (72.63%) مع دلالة إحصائية معتبرة ($p < 0.001$)، يعكس إدراكاً عاماً بأن العملية لا تتطلب تعقيداً مفرطاً، وهو ما يشجع على الإقدام على التجربة.

وبصفة عامة تشير نتائج هذا البُعد إلى وجود درجة عالية من الاستعداد والرغبة لدى المشاركين لتجربة التمويل الجماعي، وهو مؤشر بالغ الأهمية في مسار تبني هذه الآلية داخل السوق الجزائري، وتدل النتائج على أن البيئة التقنية والفكرية مهيأة لتقبل هذه الفكرة، شريطة أن تتوفر الظروف المناسبة لذلك، مثل التوعية، الدعم المؤسسي وتجارب ناجحة محلية تُحفّز الآخرين على الدخول في هذا المجال.

8-4-5. عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد الثقة في منصات التمويل الجماعي

يتناول هذا القسم تحليل استجابات المشاركين المتعلقة ببُعد الثقة في منصات التمويل الجماعي، ويهدف إلى قياس مدى شعورهم بالأمان والمصداقية في التعامل مع هذه المنصات من حيث الخصوصية، الشفافية ونزاهة العمليات. وقد تم اعتماد التحليل الوصفي من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، بالإضافة إلى اختبار (T-test) للعينة الواحدة للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات والقيمة المحايدة (3)، إضافة إلى حساب نسبة الأهمية لكل عبارة. وفيما يلي النتائج التفصيلية وتحليلها الأكاديمي:

الجدول رقم (3-23): جدول نتائج بُعد الثقة في منصات التمويل الجماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الأهمية (%)	قيمة T	قيمة الدلالة الإحصائية (p)
أعتقد أن منصات التمويل الجماعي تظهر اهتماما كبيرا بأمن أي معاملة متعلقة بالمؤسسة الناشئة	3.31	1.17	66.12	3.79	0.0
أعتقد أن منصات التمويل الجماعي جديرة بالثقة لأنها تتمتع بنزاهة كبيرة	3.5	1.01	70.05	7.19	0.0
أعتقد أن معلوماتي الشخصية لن يتم الكشف عنها لأطراف غير المصرح لها من خلال منصات التمويل الجماعي	3.57	1.06	71.39	7.77	0.0

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

- جاء المتوسط (3.31) لعبارة: أعتقد أن منصات التمويل الجماعي تظهر اهتماما كبيرا بأمن أي معاملة متعلقة بالمؤسسة الناشئة أعلى من المحايد بدلالة إحصائية معتبرة ($p < 0.001$) ، ما يدل على وجود شعور مقبول بالأمان لدى المشاركين، وإن كانت هناك حاجة لتعزيز ثقتهم أكثر، من خلال التوعية بأنظمة الحماية المعتمدة في هذه المنصات.

- سجلت العبارة: أعتقد أن منصات التمويل الجماعي جديرة بالثقة لأنها تتمتع بنزاهة كبيرة متوسطاً إيجابياً (3.50) مع دلالة إحصائية قوية ($p < 0.001$)، مما يعكس ثقة ملحوظة في مصداقية المنصات وشفافيتها في العمليات.

- جاءت هذه العبارة: أعتقد أن معلوماتي الشخصية لن يتم الكشف عنها لأطراف غير المصرح لها من خلال منصات التمويل الجماعي بأعلى متوسط في البعد (3.57) مع دلالة إحصائية عالية جداً ($p < 0.001$)، مما يشير إلى وجود مستوى مطمئن من الثقة في الجوانب المتعلقة بخصوصية البيانات.

وبصفة عامة تُظهر نتائج هذا البُعد أن المشاركين يمتلكون مستوى جيداً من الثقة تجاه منصات التمويل الجماعي، خصوصاً فيما يتعلق بحماية الخصوصية والمصادقية العامة للمنصات، ويُعد ذلك عنصراً محورياً في تعزيز نية التبني الفعلي، مما يستدعي استمرار العمل على تطوير معايير الأمان وإبرازها بوضوح ضمن الحملات التعريفية للمستخدمين.

9-4-5. عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد المخاطر المتصورة من استخدام التمويل الجماعي

يتناول هذا القسم تحليل استجابات المشاركين المتعلقة ببُعد المخاطر المتصورة (Perceived Risk) من استخدام منصات التمويل الجماعي، وذلك بهدف قياس المخاوف المرتبطة بالجوانب الأمنية، الخصوصية وإمكانية تقليد نموذج العمل من قبل أطراف غير موثوقة، وقد تم اعتماد التحليل الوصفي من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، إلى جانب اختبار (T-test) للعينة الواحدة للتحقق من دلالة الفروق بين المتوسطات والقيمة المحايدة (3)، بالإضافة إلى حساب نسبة الأهمية لكل عبارة. وفيما يلي النتائج التفصيلية وتحليلها الأكاديمي:

الجدول رقم (3-24): جدول نتائج بُعد المخاطر المتصورة من استخدام التمويل الجماعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الأهمية (%)	قيمة T	قيمة الدلالة الإحصائية (p)
أعتقد أنه سيكون هناك خطر من خلال استخدام منصة التمويل الجماعي لجمع الأموال	3.2	1.16	63.92	2.45	0.01
أعتقد أن منصة التمويل الجماعي لن تحافظ على الخصوصية المالية والشخصية للمؤسسة الناشئة	2.97	1.26	59.33	-0.38	0.7

أعتقد أن معلومات نموذج العمل للمؤسسة الناشئة في منصات التمويل الجماعي لها مخاطر التقليد	3.49	1.27	69.76	5.55	0.0
---	------	------	-------	------	-----

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

- تشير نتائج العبارة: أعتقد أنه سيكون هناك خطر من خلال استخدام منصة التمويل الجماعي لجمع الأموال إلى وجود إدراك متوسط للمخاطر، حيث بلغ المتوسط (3.20) مع دلالة إحصائية معتبرة ($p < 0.05$)، ما يعكس بعض التخوفات لدى المشاركين بشأن مدى أمان استخدام هذه المنصات في السياق المحلي.

- سجلت العبارة: أعتقد أن منصة التمويل الجماعي لن تحافظ على الخصوصية المالية والشخصية للمؤسسة الناشئة متوسطاً قريباً من القيمة المحايدة (2.97) وبدون دلالة إحصائية ($p = 0.701$)، ما يدل على تباين الآراء وعدم وجود إجماع واضح حول هذا النوع من المخاطر.

- سجلت هذه العبارة: أعتقد أن معلومات نموذج العمل للمؤسسة الناشئة في منصات التمويل الجماعي لها مخاطر التقليد أعلى متوسط (3.49) ونسبة أهمية مرتفعة (69.76%) مع دلالة إحصائية قوية ($p < 0.001$)، مما يعكس قلقاً حقيقياً لدى المشاركين من إمكانية تعرض أفكارهم للنسخ أو السرقة خلال عرضها عبر المنصات.

وأخيراً وبصفة عامة تُظهر نتائج هذا البُعد أن هناك إدراكاً حقيقياً للمخاطر المصاحبة لاستخدام التمويل الجماعي، خصوصاً فيما يتعلق بحماية الأفكار ونماذج العمل، ورغم أن بعض المخاوف لم تكن ذات دلالة إحصائية قوية، إلا أن مجمل المؤشرات تستدعي العمل على بناء منظومة ثقة رقمية، تتضمن ضمانات قانونية وأدوات تقنية تضمن خصوصية البيانات وأمان المشاريع.

5-5. تحليل المتغير التابع: السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي

في ضوء التطوير المنهجي لمتغير الدراسة التابع، تم اعتماد مؤشر مركب لقياس "السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي"، بناءً على ثلاثة عبارات ليكرتية تم تصميمها بما يتماشى مع نموذج نظرية السلوك المخطط. (Ajzen, 1991).

5-5-1. العبارات المعتمدة في تكوين المتغير التابع

تعكس هذه العبارات النية السلوكية للمشاركين في استخدام المنصات الرقمية للتمويل الجماعي في حال اعتمادها رسميًا في الجزائر، على النحو الآتي:

- أنوي استخدام منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال للمؤسسة الناشئة إذا تم اعتماده في الجزائر.
- سوف أتصفح منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال للمؤسسة الناشئة.
- سأقوم بالنشر بشكل متكرر على منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال لبدء التشغيل.

5-5-2. الإحصائيات الوصفية للمتغير التابع

سيتم تقديم التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي، والذي يمثل المتغير التابع في الدراسة، وقد تم قياس هذا المتغير من خلال مؤشر مركب يعتمد على ثلاث عبارات ليكرتية، تهدف إلى تقييم نية المؤسسات الناشئة في الجزائر لاعتماد التمويل الجماعي كآلية بديلة للحصول على التمويل.

يُسهّم هذا التحليل في إعطاء لمحة أولية حول اتجاهات المشاركين وتوزيع إجاباتهم، وذلك من خلال استعراض أهم المؤشرات الإحصائية مثل: المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والقيم الحدّية، بالإضافة إلى المدى الربيعي، مما يُمكن من فهم طبيعة السلوك المتوقع ومدى تباين الآراء حوله. والمبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-25): جدول الإحصائيات الوصفية لمتغير السلوك المتوقع

المؤشر	القيمة
عدد المشاركين (n)	209
المتوسط الحسابي	3.86
الانحراف المعياري	1.05
الحد الأدنى	1.0
الربع الأدنى (Q1)	3.0
الوسيط (Q2)	4.0
الربع الأعلى (Q3)	5.0
الحد الأقصى	5.0

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

3-5-5. عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمتغير التابع

تشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي بلغ (3.86) على مقياس ليكرت الخماسي، وهو ما يعكس توجهًا إيجابيًا معتبرًا نحو تبني التمويل الجماعي، مع تمركز الغالبية ضمن القيم الإيجابية (Q2 = 4.0، Q3 = 5.0)، أما الانحراف المعياري (1.05) فيُظهر تباينًا نسبيًا يمكن تفسيره باختلاف مستويات الوعي، الثقة، أو الخلفية التقنية لدى المشاركين.

وبصفة عامة وبناءً على المؤشر المركب، يمكن القول إن المتغير التابع تم قياسه بصورة أكثر دقة وعمقًا، ما يُمكن من إجراء تحليلات استدلالية متقدمة مثل الانحدار أو اختبار العلاقات بين الأبعاد المختلفة، ويُعد هذا التوجه إضافة نوعية للمنهجية المعتمدة، ويعزز من القيمة العلمية لنتائج البحث الأكاديمي.

5-6. اختبار فرضيات الدراسة وتفسير النموذج السلوكي لتبني التمويل الجماعي

في ضوء النتائج العامة

تهدف هذه المرحلة من الدراسة إلى اختبار طبيعة العلاقات بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع (السلوك المتوقع لاعتماد التمويل الجماعي)، وذلك باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الاستدلالية، بما في ذلك تحليل الارتباط والانحدار الخطي المتعدد، ويعد هذا التحليل خطوة حاسمة لفهم مدى قوة واتجاه العلاقات القائمة، مما يساهم في تأكيد أو رفض الفرضيات التي بُنيت عليها الدراسة.

5-6-1. اختبار اعتدالية توزيع المتوسطات

استنادًا إلى المبرهنة المركزية للحدود التي تفيد بأن المتوسطات لعينة كبيرة تميل إلى التوزيع الطبيعي، قمنا بحساب المتوسط الحسابي لكل متغير رئيسي (الوعي بالتمويل الجماعي، الكفاءة الذاتية، التأثير الاجتماعي، الثقة، أداء المنصات، قابلية التجربة، المخاطر المتصورة، السلوك المتوقع). وبعد ذلك، طُبّق اختبار كولموغوروف-سميرنوف وشايفرو-ويلك (Kolmogorov-Smirnov و Shapiro-Wilk) على المتوسطات والجدول التالي يوضح النتائج المتوصل إليها من هذا الاختبار:

الجدول رقم (3-26): نتائج اختبارات اعتدالية التوزيع Kolmogorov-Smirnov و Shapiro-Wilk

Wilk لمتوسطات المتغيرات الرئيسية

البيان	اختبار كولموغوروف-سميرنوف (Sig.)	اختبار شايفرو-ويلك (Sig.)	الاعتدالية
المتوسطات	0.200	0.933	توزيع طبيعي

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

أظهرت النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه أن جميع القيم الاحتمالية (Sig.) كانت أكبر من 0.05، سواء في اختبار Kolmogorov-Smirnov أو Shapiro-Wilk، مما يدل على أن توزيع المتوسطات يتبع التوزيع الطبيعي. وبالتالي، فإن البيانات صالحة لاستخدام الاختبارات البارامترية

لاحقًا، مثل اختبار T واختبار ANOVA والانحدار الخطي المتعدد لاحقًا في تحليل الفرضيات، وهذا يعزز صحة النتائج ويوفر أساسًا قويًا للتحليل الإحصائي الاستدلالي للدراسة.

كما تجدر الإشارة إلى أنه لم يتم إجراء اختبار معنوية كلية لتحليل معاملات الارتباط، وذلك لأن اختبار بيرسون يقيس العلاقة الثنائية بين كل متغير مستقل والمتغير التابع بشكل منفرد مع تقديم قيمة الدلالة الإحصائية المصاحبة لكل علاقة على حدى، مما يجعل اختبار معنوية النموذج ككل غير ذي ضرورة في هذه المرحلة.

2-6-5. تحليل علاقة الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

سوف نعرض في هذه الفقرة دراسة طبيعة العلاقات القائمة بين المتغيرات المستقلة (الوعي، الكفاءة الذاتية، التأثير الاجتماعي، الثقة، المخاطر المتصورة، وغيرها) وبين المتغير التابع (السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر)، وذلك بالاعتماد على معامل بيرسون للارتباط (Pearson Correlation Coefficient)، لما يوفره من دقة في قياس قوة واتجاه العلاقة الخطية بين المتغيرات الكمية، كما تم اعتماد مستوى دلالة احصائية (5%) للتحقق من معنوية هذه العلاقات. والجدول التالي يوضح قيم معاملات الارتباط بين المتغيرات المستقلة والسلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي:

الجدول رقم (3-27): جدول نتائج الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

المتغيرات	معامل الارتباط (r)	مستوى الدلالة (p)	التفسير
قابلية التجربة	0.417	0.000	علاقة قوية جدًا ودالة إحصائيًا عند مستوى 5%
أداء المنصات	0.347	0.000	علاقة قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى 5%
التأثير الاجتماعي	0.203	0.000	علاقة متوسطة ودالة إحصائيًا عند مستوى 5%
المخاطر المتصورة	0.180	0.000	علاقة متوسطة ودالة إحصائيًا عند مستوى 5%

إحصائياً عند مستوى 5%			
الثقة	0.171	0.000	علاقة متوسطة ودالة إحصائياً عند مستوى 5%
الكفاءة الذاتية	0.125	0.001	علاقة ضعيفة لكنها دالة إحصائياً عند مستوى 5%
الوعي	0.103	0.005	علاقة ضعيفة ودالة إحصائياً عند مستوى 5%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

تشير نتائج معامل الارتباط إلى وجود علاقات معنوية دالة إحصائياً بين معظم المتغيرات المستقلة والسلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي من قبل اصحاب المشاريع الناشئة في الجزائر، مع تفاوت في قوة هذه العلاقات:

- سجلت قابلية التجربة أعلى قيمة ارتباط ($r = 0.417$)، وهو ما يعكس أن إتاحة الفرصة للمؤسسات الناشئة لاختبار منصات التمويل الجماعي تُعد عاملاً حاسماً في تشكيل نوايا التبني لديها، نظراً لما توفره من خفض لحالة الغموض وتعزيز الثقة عبر التجريب المباشر.

- تليها جودة أداء المنصات ($r = 0.347$)، حيث أن الكفاءة وسهولة الاستخدام والموثوقية الفنية تلعب دوراً جوهرياً في بناء تصور إيجابي لدى المستخدمين ودفعهم نحو الاعتماد الفعلي.

- كما أظهرت النتائج أن كلاً من التأثير الاجتماعي ($r = 0.203$)، والمخاطر المتصورة ($r = 0.180$)، والثقة ($r = 0.171$)، ترتبط بشكل متوسط بالسلوك المتوقع، مما يشير إلى أن دعم المحيط الاجتماعي والإحساس بالأمان والثقة في النظام يؤثر بشكل معتبر على قرارات التبني.

- من جهة أخرى، أظهرت الكفاءة الذاتية ارتباطاً ضعيفاً لكنه دال إحصائياً ($r = 0.125$)، ما يدل على أن شعور الفرد بقدرته على التعامل مع أدوات التمويل الجماعي يؤثر بدرجة محدودة في تبنيه لها.

وأخيرًا، رغم أن الوعي سجل قيمة ارتباط ضعيفة ($r = 0.103$)، إلا أن العلاقة كانت دالة إحصائيًا، وهو ما يفيد بأن مجرد المعرفة بمفهوم التمويل الجماعي غير كافية لوحدها لتحفيز سلوك التبني، ما لم تُعزز بعوامل إدراكية وتجريبية إضافية مثل الثقة والأداء وقابلية الاستخدام.

وبصفة عامة تعكس هذه النتائج أهمية التركيز على الجوانب التطبيقية والتجريبية في استراتيجيات تعزيز تبني التمويل الجماعي، أكثر من الاقتصار على حملات التوعية العامة فقط، حيث أثبتت المتغيرات ذات الطابع العملي كقابلية التجربة، الأداء والثقة، أثرًا أكبر في تشكيل السلوك المتوقع.

وانطلاقًا مما سبق، سيتم عرض نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد، بهدف اختبار مدى تأثير المتغيرات المستقلة في تفسير السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي، باعتباره المتغير التابع في هذه الدراسة.

3-6-5. نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد

في هذه المرحلة من التحليل، وبعد استكمال التوصيف الإحصائي للمتغيرات واختبار صدق وثبات أداة القياس، يتم الانتقال إلى اختبار النموذج الفرضي للدراسة من خلال تحليل الانحدار الخطي المتعدد، والذي يمثل الأداة الإحصائية الملائمة لقياس أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع: السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي.

وتم اعتماد هذا التحليل بالنظر إلى قدرته على تفسير العلاقات التنبؤية بين المتغيرات، وإبراز مدى إسهام كل بُعد على حدى في تفسير نية التبني، خاصة في بيئة ناشئة كالسوق الجزائري التي ما تزال في طور بناء منظومة تمويل بديلة رقمية. وفيما يلي عرض تفصيلي لنتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد الذي تم اعتماده لاختبار الفرضيات المدروسة:

الجدول رقم (3-28): جدول نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتفسير السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي

المتغير المستقل	Beta غير المعيارى	الخطأ المعيارى	Beta المعيارى	قيمة T	Sig. (P)	الدلالة
الوعي (AWA)	-0.036	0.032	-0.042	-1.132	0.258	ذات دلالة إحصائية
الكفاءة الذاتية (SEF)	-0.036	0.036	-0.038	-0.997	0.319	ليست ذات دلالة إحصائية
التأثير الاجتماعى (SI)	0.063	0.040	0.063	1.586	0.113	ليست ذات دلالة إحصائية
أداء المنصات (PERF)	0.296	0.040	0.279	7.424	0.000	ذات دلالة إحصائية
قابلية التجربة (TRI)	0.331	0.037	0.342	8.890	0.000	ذات دلالة إحصائية
الثقة (TRUST)	0.008	0.042	0.007	0.187	0.852	ليست ذات دلالة إحصائية
المخاطر المتصورة (PR)	0.092	0.035	0.094	2.648	0.008	ذات دلالة إحصائية

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

$$R^2 = 0.585 / F = 40.45 / \text{Sig. (ANOVA)} = 0.000$$

4-6-5. التحليل الأكاديمي لنتائج الانحدار الخطي المتعدد

تُظهر نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد في الجدول أعلاه أن النموذج المعتمد يُفسر نسبة 58.5% من التباين في المتغير التابع، وهي نسبة تفسير معتبرة تدل على ملاءمته للتحليل في سياق الدراسة.

- يُعد متغير "قابلية التجربة" العامل الأقوى تأثيراً على سلوك التبني بوزن معيارى (Beta = 0.342) ودلالة إحصائية عالية ($P < 0.001$)، مما يعكس أهمية توفير فرص اختبار المنصات الرقمية قبل التبني النهائي.

- يليه في الأهمية "أداء المنصات" الذي سجل ($Beta = 0.279, P < 0.001$)، مما يدل على أن كفاءة المنصة الرقمية تشكل محفزاً رئيسياً للثقة والتبني.
- كما سجلت "المخاطر المتصورة" تأثيراً دالاً ($Beta = 0.094, P = 0.008$)، مشيراً إلى أنه كلما انخفض إدراك المخاطر، زادت احتمالية التبني.
- أما بقية المتغيرات مثل "الوعي"، "الكفاءة الذاتية"، "التأثير الاجتماعي" و"الثقة"، فقد كانت غير دالة إحصائياً، وهو ما قد يُعزى إلى طبيعة السياق الجزائري الذي لا يزال في مراحل أولية من التعامل مع أدوات التمويل الجماعي، ويعاني من ضعف في شبكات التأثير المعرفي والاجتماعي.

وتُعد هذه النتائج ذات دلالة بالغة، إذ تُبرز الأولويات الاستراتيجية التي ينبغي التركيز عليها لتطوير بيئة تمويل جماعي فعالة للمؤسسات الناشئة الجزائرية، وعلى رأسها تعزيز فرص تجربة المنصات، تحسين أدائها التقني والخدمي، والحد من المخاطر المدركة لضمان بناء ثقة مستدامة لدى رواد الأعمال المحليين.

الجدول رقم (3-29): جدول خصائص نموذج الانحدار الخطي المتعدد

المؤشر الإحصائي	القيمة
معامل التحديد (R^2)	0.585
الخطأ المعياري للتقدير	1.06458
قيمة F لنموذج الانحدار	40.45
مستوى الدلالة (Sig. F)	0.000

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

وتُظهر خصائص نموذج الانحدار الخطي المتعدد في الجدول أعلاه أن:

- قيمة ($R^2 = 0.585$) تشير إلى أن نموذج الانحدار يفسر حوالي 58.5% من التباين في السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي لدى المؤسسات الناشئة الجزائرية، وهي نسبة تفسير جيدة.

- قيمة ($\text{Adjusted } R^2 = 0.572$) تؤكد موثوقية النموذج بعد ضبطه لعدد المتغيرات المستقلة.
- تدل قيمة $F = 40.45$ ومستوى الدلالة $\text{Sig} = 0.000$ على معنوية النموذج ككل عند مستوى دلالة 5%، مما يؤكد صلاحية النموذج الكلي.

5-6-5. اختبار فرضيات الدراسة

سعيًا للتحقق من مدى صحة الفرضيات التي تم اقتراحها في هذه الدراسة، تم الاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي للبيانات المستخلصة من العينة المدروسة باستخدام برنامج SPSS25 وقد تم استخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد لقياس تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع (السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي). وفيما يلي عرض تفصيلي لكل فرضية مصحوبًا بالتحليل العلمي والجداول التوضيحية لاتخاذ القرار المناسب بشأن قبول أو رفض كل فرضية.

1- اختبار الفرضية الأولى

نصت الفرضية الأولى على وجود فروقات بنيوية بين البيئة الجزائرية والبيئات الدولية الرائدة (الولايات المتحدة، ألمانيا، الإمارات)، تؤثر على قدرة الجزائر في تفعيل التمويل الجماعي، بفعل ضعف الإطار القانوني وقصور البنية الرقمية وتراجع الثقافة المالية.

تم اختبار هذه الفرضية بالاعتماد على تحليل مقارن نوعي، شمل الجوانب القانونية، الرقمية، والثقافية. وقد أظهرت نتائج التحليل أن الدول الثلاث اعتمدت أطرًا تنظيمية واضحة للتمويل الجماعي، واستفادت من بنية تحتية رقمية متقدمة ووعي مالي مرتفع، كما تؤكد تقارير البنك الدولي.

في المقابل، تعاني الجزائر من غياب تشريع خاص، وتراجع في المؤشرات الرقمية والمالية، ما أكدته أيضًا نتائج الدراسة الميدانية، حيث ظهر ضعف واضح في وعي المؤسسات الناشئة بالتمويل الجماعي.

بناءً على ذلك، تم قبول الفرضية الأولى، حيث تبين أن الفروقات البنيوية تشكّل عائقاً حقيقياً أمام قابلية اعتماد هذا النمط التمويلي في الجزائر.

2- اختبار الفرضية الثانية:

ظهرت نتائج اختبار الفرضية الثانية التي نصّت على "وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين وعي رواد الأعمال الجزائريين بالتمويل الجماعي ونية تبني هذه الآلية" كما هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-30): جدول نتائج اختبار الفرضية الثانية

المتغير المستقل	Beta	T-Value	Sig. (P)	قرار الدلالة
الوعي بالتمويل الجماعي (AWA)	-0.042	-1.132	0.258	ليست ذو دلالة إحصائية (علاقة عكسية)

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

بناءً على نتائج اختبار الانحدار الموضحة في الجدول أعلاه، بلغ معامل الانحدار المعياري ($Beta = -0.042$)، وهي قيمة سالبة وضعيفة، كما بلغت قيمة التائي ($T = -1.132$)، في حين كانت قيمة الدلالة الإحصائية ($Sig. = 0.258$) أعلى من المستوى المعتمد (0.05)، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الوعي بالتمويل الجماعي ونية التبني لدى رواد الأعمال الجزائريين في عينة الدراسة.

وتدل هذه النتائج على أن ارتفاع الوعي بالتمويل الجماعي لا يُترجم بالضرورة إلى زيادة في رغبة أو نية تبني هذه الآلية، بل على العكس، تُظهر النتائج علاقة عكسية ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً، الأمر الذي يُفضي إلى رفض الفرضية الثانية بصيغتها الأصلية التي افترضت وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بعدة عوامل محتملة، من بينها: ضعف الحملات التوعوية الرسمية، أو انحصار المعرفة في أوساط محدودة غير متفاعلة عملياً مع بيئة التمويل الجماعي، أو وجود وعي نظري غير مدعوم بثقة عملية في المنصات أو الإطار القانوني، ما جعل هذا الوعي غير قادر على تشكيل دافع فعلي نحو التبني.

3- اختبار الفرضية الثالثة:

ظهرت نتائج اختبار الفرضية الثالثة التي نصت على أن "الكفاءة الذاتية العالية لدى رواد الأعمال تؤدي إلى رفع احتمال استخدامهم لمنصات التمويل الجماعي في مشاريعهم الناشئة" كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-31): جدول نتائج اختبار الفرضية الثالثة

المتغير المستقل	Beta	T-Value	Sig. (P)	قرار الدلالة
الكفاءة الذاتية (SEF)	-0.038	-0.997	0.319	ليست ذو دلالة إحصائية (علاقة عكسية)

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

بناءً على نتائج اختبار الانحدار الموضحة في الجدول أعلاه، بلغ معامل الانحدار المعياري $(Beta = -0.038)$ ، وهي قيمة سالبة وضعيفة، كما بلغت القيمة التائية $(T = -0.997)$ ، في حين سجلت قيمة الدلالة الإحصائية $(Sig. = 0.319)$ ، وهي أعلى من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) ، وتُشير هذه النتائج بوضوح إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة الذاتية لدى رواد الأعمال ونيّتهم في تبني التمويل الجماعي ضمن عينة الدراسة.

وتُبرز هذه المعطيات أن ارتفاع مستوى الكفاءة الذاتية لا يُترجم بالضرورة إلى زيادة في قابلية تبني آليات التمويل الجماعي، بل على العكس، تعكس العلاقة السالبة الضعيفة وجود اتجاه

عكسي غير معنوي، وهو ما يُفضي إلى رفض الفرضية الثالثة في صيغتها الأصلية، التي افترضت وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الكفاءة الذاتية وقابلية تبني التمويل الجماعي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء جملة من العوامل الموضوعية المرتبطة بسياق ريادة الأعمال في الجزائر، من أبرزها: غياب بيئة تمكينية حاضنة تُتيح ترجمة الكفاءة الذاتية إلى قرارات فعلية، إلى جانب هيمنة معوقات مؤسسية وتنظيمية مثل ضعف الإطار القانوني، وضبابية آليات العمل عبر المنصات الرقمية، فضلاً عن تدني مستوى الثقة في قنوات التمويل البديلة، ومحدودية التجربة العملية لدى العديد من رواد الأعمال في التعامل مع هذا النوع من التمويل.

ويُستفاد من هذه النتائج أن الكفاءة الذاتية، على الرغم من أهميتها النظرية في الأدبيات السلوكية، لا تمثل في السياق الجزائري المحدد متغيراً حاسماً في التأثير على قرار تبني التمويل الجماعي، ما يستدعي إعادة النظر في النماذج التحليلية المعتمدة لتفسير هذا السلوك، مع مراعاة السياقات المؤسسية والثقافية المحيطة.

4- اختبار الفرضية الرابعة:

ظهرت نتائج اختبار الفرضية الرابعة التي نصت على أن "التأثير الاجتماعي الإيجابي (المحيط الداعم، الشبكات الاجتماعية) يساهم في تعزيز قرار التبني لدى المؤسسات الناشئة." كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (32-3): جدول نتائج اختبار الفرضية الرابعة

المتغير المستقل	Beta	T-Value	Sig. (P)	قرار الدلالة
التأثير الاجتماعي (SI)	0.063	1.586	0.113	لا توجد دلالة إحصائية (علاقة طردية)

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

بناءً على نتائج اختبار الانحدار الموضحة في الجدول أعلاه، بلغ معامل الانحدار المعياري $(\text{Beta} = 0.063)$ ، وهي قيمة موجبة وضعيفة، في حين بلغت قيمة التائي $(T = 1.586)$ ، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية $(\text{Sig.} = 0.113)$ ، وهي أعلى من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) وتشير هذه القيم مجتمعة إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأثير الاجتماعي ونية تبني التمويل الجماعي لدى رواد الأعمال في عينة الدراسة.

وتعكس هذه النتائج أن التغير في مستوى الدعم الاجتماعي أو قوة الشبكات المحيطة برواد الأعمال لا يؤدي إلى تغير معنوي في قرار تبني التمويل الجماعي، مما يُفضي إلى رفض الفرضية الرابعة بصيغتها الأصلية التي افترضت وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.

ويمكن تفسير ضعف هذا الأثر بعدة عوامل، أبرزها: حداثة مفهوم التمويل الجماعي في الجزائر، ضعف الثقافة المجتمعية التي تروج له أو تشجع عليه، إلى جانب محدودية دور شبكات العلاقات الاجتماعية في توجيهه أو دعم القرارات التمويلية الحديثة. كما يُلاحظ غياب أطر تنظيمية أو مؤسسية فاعلة تُعزز من حضور هذا النوع من التمويل في الساحة الريادية، مما يضعف من تأثير البيئة الاجتماعية على سلوك التبنّي.

وبناءً عليه، تُشير النتائج إلى أن التأثير الاجتماعي، رغم أهميته في العديد من النماذج النظرية، لم يتحول بعد إلى عامل حاسم في توجيه قرارات تبني التمويل الجماعي داخل بيئة المؤسسات الناشئة الجزائرية، وهو ما يستدعي تدخلاً واعياً لتفعيل دور المحيط الاجتماعي من خلال حملات التوعية، وتمكين الفاعلين المحليين والمؤسسات من لعب أدوارهم في هذا السياق.

5- اختبار الفرضية الخامسة:

ظهرت نتائج اختبار الفرضية الخامسة التي نصت على أن "أداء المنصة وقابليتها للتجربة يؤثران إيجابياً على السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي من طرف المؤسسات الناشئة في الجزائر" كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (33-3): جدول نتائج اختبار الفرضية الخامسة

المتغير المستقل	Beta	T-Value	Sig. (P)	قرار الدلالة
أداء المنصة (PERF)	0.279	7.424	0.000	ذو دلالة إحصائية (علاقة طردية)
قابلية التجربة (TRI)	0.342	8.890	0.000	ذو دلالة إحصائية (علاقة طردية)

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

بناءً على نتائج اختبار الانحدار الموضحة في الجدول أعلاه، تُبين النتائج أن كلاً من أداء المنصة (PERF) وقابلية تجربتها (TRI) يُسهمان بشكل إيجابي وذو دلالة إحصائية في تفسير نية تبني التمويل الجماعي لدى المؤسسات الناشئة في الجزائر.

فقد بلغ معامل الانحدار المعياري لأداء المنصة ($Beta = 0.279$)، وهو معامل موجب يشير إلى وجود علاقة طردية، مدعوماً بقيمة تائية معتبرة ($T = 7.424$) ودلالة إحصائية قوية ($Sig. = 0.000$)، وهي أقل بكثير من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يؤكد أن جودة أداء المنصات تُعد من العوامل المؤثرة بفعالية على سلوك التبني.

كما أظهرت نتائج متغير قابلية التجربة مستوى تأثير أعلى، حيث بلغ معامل الانحدار المعياري ($Beta = 0.342$)، مع قيمة $T = 8.890$ ، ودلالة إحصائية قوية جداً ($Sig. = 0.000$)، مما يعكس دوراً جوهرياً لهذا العامل في تحفيز قرار التجريب والتبني الفعلي للتمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة.

وتعكس هذه النتائج أن وجود منصات تمويل جماعي تتسم بالأداء الجيد، سهولة الوصول والتجربة الميسرة، يُعدّ من العوامل الحاسمة التي تُعزّز ثقة رواد الأعمال واستعدادهم لاعتماد هذه الأداة التمويلية الحديثة. كما أن القدرة على تجريب المنصة دون مخاطر عالية أو إجراءات معقدة توفر بيئة داعمة تُحفّز القرار الإيجابي بالتبني.

وبناءً على ما سبق، ووفقاً للمعطيات الإحصائية الدقيقة، تم قبول الفرضية الخامسة التي افترضت وجود تأثير إيجابي دال إحصائياً لكل من أداء المنصة وقابلية تجربتها على نية تبني التمويل الجماعي، وهو ما يدعم أهمية تطوير البنية الرقمية للمنصات الجزائرية، وتحسين خصائصها التجريبية، لتشجيع انخراط المؤسسات الناشئة في هذا الشكل التمويلي البديل.

6- اختبار الفرضية السادسة:

ظهرت نتائج اختبار الفرضية السادسة التي نصت على أن "الثقة في منصات التمويل الجماعي تؤثر بشكل إيجابي على نية التبني، بينما تؤدي المخاطر المتصورة إلى تثبيط هذا القرار" كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-34): جدول نتائج اختبار الفرضية السادسة

المتغير المستقل	Beta	T-Value	Sig. (P)	قرار الدلالة
الثقة (TRUST)	0.007	0.187	0.852	لا توجد دلالة إحصائية
المخاطر المتصورة (PR)	0.094	2.648	0.008	ذو دلالة إحصائية

المصدر: من إعداد الطالب، بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 25

وفقاً للنتائج الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه، أظهرت نتائج اختبار الانحدار أن المخاطر المتصورة (Perceived Risk) تمثل عاملاً مؤثراً بشكل دال إحصائياً على قرار تبني التمويل الجماعي، حيث بلغ معامل الانحدار المعياري ($Beta = 0.094$)، مصحوباً بقيمة $T = 2.648$ ، في حين سجلت الدلالة الإحصائية ($Sig. = 0.008$)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين انخفاض مستوى المخاطر المتصورة وزيادة نية التبني.

في المقابل، لم يُسجل متغير الثقة في المنصات (Trust) أي أثر إحصائي يُذكر، حيث بلغ معامل $Beta = 0.007$ فقط، وهي قيمة ضعيفة جداً، مدعومة بقيمة $T = 0.187$ ودلالة إحصائية

مرتفعة بلغت ($\text{Sig.} = 0.852$)، وهو ما يدل على غياب العلاقة الإحصائية بين الثقة ونية التبني في عينة الدراسة.

وتشير هذه النتائج إلى أن خفض إدراك المخاطر المحتملة يلعب دورًا جوهريًا في تعزيز انفتاح رواد الأعمال نحو التمويل الجماعي، بينما لم تُشكّل الثقة في المنصات عاملاً حاسماً كما كان متوقعًا. ويُمكن تفسير ذلك بطبيعة بيئة التمويل الجماعي في الجزائر، التي لا تزال في مراحلها التأسيسية، حيث تغيب الضمانات القانونية الواضحة والمنصات المعتمدة، مما يجعل رواد الأعمال أكثر حساسية للخطر من رغبتهم في منح الثقة.

وبناءً عليه، فإن الفرضية السادسة قد تم قبولها جزئيًا؛ إذ ثبتت دلالة تأثير المخاطر المتصورة في اتجاه تقليص نية التبني، بينما لم تُثبت الثقة في المنصة تأثيرًا معنويًا في القرار.

5-6-6. تحليل ومناقشة الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة والدراسات السابقة

تهدف هذه المناقشة إلى تفسير النتائج المتحصل عليها من اختبار الفرضيات، ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة، مع إبراز أوجه الاتفاق أو الاختلاف، وذلك لتعميق الفهم العلمي لآلية تبني التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في السياق الجزائري.

1- الفرضية الأولى:

تم تأكيد الفرضية الأولى التي تنص على " أن البيئات القانونية والتنظيمية والاجتماعية والتكنولوجية في الدول الرائدة تُوفر أرضية خصبة لتبني التمويل الجماعي "، وقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية في السياق الجزائري قصورًا بنيويًا واضحًا، تمثل في غياب إطار قانوني متكامل، وضعف في البنية الرقمية، إضافة إلى انخفاض مستوى الوعي المالي، وهي عوامل مجتمعة تعرقل انتشار واعتماد هذا النمط التمويلي في البيئة الجزائرية.

وتُبرز نتائج دراسة (Hornuf & Schwienbacher 2020) أن النجاح الفعلي لمنصات التمويل الجماعي يعتمد بدرجة كبيرة على نجاعة الإطار التنظيمي، إذ يؤدي الغموض التشريعي إلى تراجع ثقة المستخدمين والفاعلين، مما يؤثر سلبيًا على الأداء العام للمنصات.

في ذات السياق، تُظهر المقارنة مع تجربة الإمارات، كما ورد في دراسة (Alharthy et al. 2021)، أن التحديات لا تقتصر على الجزائر فقط، فبالرغم من توفر البنية التحتية الرقمية المتطورة، تواجه الإمارات عقبات قانونية بسبب غياب تشريعات مفصلة تحكم عمل المنصات، وهو ما يؤثر على الشفافية والمساءلة، ويعكس هذا الأمر أن التشريعات الفعالة تمثل حجر الأساس لأي نظام تمويلي ناجح، بغض النظر عن مستوى التطور الرقمي.

أما دراسة (Zhang Lei and Yang Jian 2021)، فقد سلّطت الضوء على الفروقات الهيكلية بين بيئات الدول الرائدة مثل الولايات المتحدة، ألمانيا، والصين، وبين بيئات الدول النامية، مبيّنة أن الفاعلية العالية لمنصات التمويل الجماعي في الدول المتقدمة تعود إلى تكامل الجوانب القانونية والتقنية والثقافية، وهي جوانب لا تزال تعاني من القصور في الجزائر.

كما أكّدت دراسة (Alves and Monteiro 2020) أن الدول التي تمتلك أطراً تنظيمية مرنة ومتكاملة، مثل ألمانيا، تحقق مستويات أعلى في تبني التمويل الجماعي مقارنة بدول مثل الإمارات التي لا تزال تطور بنيتها التنظيمية، وقد أظهرت الدراسة أن هذا العامل الحاسم – أي النضج التنظيمي – يمثل فارقاً جوهرياً في تفسير نجاح أو تعثر هذا النموذج التمويلي.

من خلال هذه المقارنة، يتبيّن أن السياق الجزائري، بالمقارنة مع الدول الرائدة، يفتقر إلى الركائز الأساسية لتفعيل التمويل الجماعي، وهو ما يعزز صحة الفرضية الأولى. وعليه، فإن تجاوز هذه الإشكالات يتطلب إصلاحاً جذرياً للبيئة القانونية وتطويراً للبنية الرقمية، ونشرًا أوسع لثقافة التمويل الجماعي، بما يسمح بتحويل هذه الآلية إلى خيار عملي حقيقي يدعم المؤسسات الناشئة ويساهم في تنشيط الاقتصاد الوطني.

2- الفرضية الثانية:

تم رفض الفرضية الثانية التي نصّت على " وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي رواد الأعمال الجزائريين بالتمويل الجماعي وقابليتهم لتبنيه "، وهو ما يعكس خصوصيات بيئية محلية تميز السياق الجزائري عن العديد من السياقات الدولية التي أظهرت نتائج مغايرة.

وتتعارض نتائج هذه الفرضية مع ما توصّلت إليه دراسة (Islam, 2019) في حالة بنغلاديش، حيث كان ارتفاع الوعي والتجربة المتصورة كفيّلين بدفع رواد الأعمال نحو تبني التمويل الجماعي. أما في الحالة الجزائرية، فإن غياب البنية التحتية الملائمة، وغياب الأطر القانونية الحامية، قد حدّا من فاعلية هذا الوعي في تحفيز السلوك للتبني الفعلي.

كما تتوافق نتائج هذه الفرضية مع دراسة Munim et al. (2021) على أن الثقة المؤسسية والإطار الداعم يمثلان عوامل أكثر تأثيراً من مجرد المعرفة النظرية. وتشير إلى أن الوعي في حال لم يُدعم بيئة آمنة وواضحة، قد يؤدي إلى نتائج سلبية، بل ويزيد من حذر رواد الأعمال وترددتهم، وهو ما يفسر نتائج هذه الدراسة في الجزائر.

وعليه، فإن تعزيز نية تبني التمويل الجماعي في الجزائر لا يمكن أن يُختزل في مجرد نشر المعرفة أو رفع مستوى الوعي، بل يستوجب بالضرورة بناء منظومة متكاملة تتضمن منصات موثوقة، وإطاراً تنظيمياً محفزاً، وبيئة رقمية تشجع على التجربة وتقلل من المخاوف، بما يسمح بتحويل المعرفة إلى فعل، والوعي إلى اعتماد فعلي مستدام.

3- الفرضية الثالثة:

تم رفض الفرضية الثالثة التي نصّت على أن "الكفاءة الذاتية العالية لرواد الأعمال ترتبط بزيادة احتمالية تبني التمويل الجماعي"، وهو ما يعكس وجود خصوصيات محلية في السياق الجزائري تميّزه عن الكثير من النتائج المسجلة في الدراسات الدولية.

وفي هذا الإطار، تشير دراسة Xu و (2019) Liu إلى أن الكفاءة الذاتية تُعد من العوامل المحورية في نجاح رواد الأعمال في اعتماد التمويل الجماعي، خاصة في المراحل الأولى لتأسيس المشاريع. فقد أظهرت نتائجهم أن القدرة على مواجهة التحديات واتخاذ القرارات بثقة تعزز من فرص النجاح في استخدام هذه الآلية التمويلية. ومع ذلك، فإن هذه العلاقة لا تبدو بنفس القوة في السياق الجزائري، حيث يمكن أن يكون تحسّن الكفاءة الذاتية غير كافٍ لوحده لتحفيز قرار التبنّي في ظل غياب البنية التحتية الملائمة والدعم المؤسسي الضروري.

وعليه، يتضح أن تعزيز نية التبنّي في البيئة الجزائرية لا يمكن أن يُبنى فقط على تنمية الكفاءة الذاتية الفردية، بل يجب أن يُواكبه تطوير منظومة داعمة شاملة، هذه المنظومة تشمل إرساء منصات تمويل جماعي موثوقة وعملية، وتوفير إطار قانوني وتنظيمي محفّز يضمن الشفافية ويعزز الثقة، بما يسمح بتحويل القدرات الذاتية إلى قرارات تنفيذية فعالة في الواقع العملي.

4- الفرضية الرابعة:

تم رفض الفرضية الرابعة التي تنص على أن "الدعم الاجتماعي وشبكات العلاقات الاجتماعية تسهم في تعزيز قرار تبنّي التمويل الجماعي"، مما يعكس الخصوصيات البيئية والاجتماعية في السياق الجزائري التي تختلف عن نتائج الدراسات الدولية في هذا المجال.

وتتباين نتائج هذه الفرضية مع ما أظهرته دراسة (2020) Mollick ، التي أكدت أن الشبكات الاجتماعية والداعمين الأوائل يشكلون أساسًا مهمًا لنجاح حملات التمويل الجماعي، من خلال تعزيز الثقة وتوسيع نطاق الوصول إلى الممولين المحتملين. كما تتناقض هذه النتائج أيضًا مع ما أشار إليه (2023) Gupta et al. ، الذي أشار إلى أن الروابط الاجتماعية الضمنية بين أصحاب المشاريع والممولين تلعب دورًا خفيًا ولكن فعالًا في نجاح حملات التمويل الجماعي، حيث تعمل على تعزيز الثقة وتسهيل اتخاذ القرارات.

من جهة أخرى، تتوافق نتائج هذه الفرضية مع دراسة (2005) Ainsworth التي بيّنت أن التأثير الاجتماعي، مثل المراجعات والتوصيات من قبل الأفراد الآخرين، يمكن أن يكون له تأثير كبير

على اتخاذ قرارات المستهلكين. ورغم أن الدراسة تركز على تأثير المراجعات في المواقع الإلكترونية، فإن نتائجها تتناسق مع دور الشبكات الاجتماعية والتأثيرات المجتمعية في تعزيز قرار التبني، ويتجلى ذلك بوضوح في الجزائر حيث تساهم البيئة الاجتماعية، بما في ذلك الشبكات والمجتمعات الرقمية، في توجيه رواد الأعمال نحو استخدام منصات التمويل الجماعي.

وبناءً على هذه النتائج، يتضح أن تعزيز نية تبني التمويل الجماعي في الجزائر لا يمكن أن يعتمد فقط على الشبكات الاجتماعية التقليدية. بل يتطلب إنشاء بيئة داعمة ومتعددة الجوانب، تشمل تحسين المنصات التمويلية، نشر ثقافة مجتمعية تشجع على استخدام هذه الآلية، وتعزيز الإطار القانوني والتنظيمي لضمان الشفافية والمصداقية. وبذلك، يمكن تحويل التأثير الاجتماعي إلى أداة فعالة في تحفيز تبني التمويل الجماعي.

5- الفرضية الخامسة:

تم قبول الفرضية الخامسة التي تنص على أن "الأداء الجيد لمنصات التمويل الجماعي وقابلية تجربتها يعززان نية المؤسسات الناشئة لاعتماد التمويل الجماعي"، وهو ما يبرز دور البنية التحتية الرقمية وجودة تجربة المستخدم في تسهيل انتشار هذه الآلية التمويلية الحديثة في السياق الجزائري.

وتنسجم نتائج الفرضية الخامسة في دراستنا، مع ما توصلت إليه دراسة (Weitzel and Kock 2020) إلى أن الأداء الفعال للمنصات، إلى جانب سهولة تجربتها، يساهم بشكل إيجابي في تعزيز نمو المؤسسات الناشئة، خصوصاً في منصات التمويل الجماعي القائمة على الأسهم، كما أكدت الدراسة أن قدرة المنصات على توفير بيئة تفاعلية وآمنة تعد ركيزة أساسية في بناء ثقة رواد الأعمال في استخدامها كأداة تمويل فعالة. هذه النتائج تتناسب مع الوضع في الجزائر، حيث لا تزال منصات التمويل الجماعي في مراحل تطورها الأولى، ما يتطلب تحسين أدائها وتقديم تجربة مستخدم موثوقة لجذب المؤسسات الناشئة.

كما تتوافق نتائج الفرضية الخامسة من ما توصلت إليه دراسة (Mollick 2020) حيث توضح أن تعزيز الوعي الريادي، بما في ذلك الأداء الجيد لمنصات التمويل الجماعي، يساهم بشكل بارز في تسهيل تبني هذه الآلية التمويلية، كما يعتبر الأداء الجيد والثقة في منصات التمويل الجماعي عنصرين أساسيين لتمكين المؤسسات الناشئة من التوسع في استخدام هذا النمط من التمويل.

كما تتوافق مع دراسة (Xu and Liu 2019) حول دور الكفاءة الذاتية لرواد الأعمال في مراحل التأسيس، مشيرة إلى أن قدرة رواد الأعمال على التعامل مع المنصات، بالإضافة إلى جودة أداء المنصات نفسها، يساهمان بشكل كبير في نجاح تبني هذه الآلية من قبل المؤسسات الناشئة.

وفي ذات السياق، فإن دراسة (Ainsworth 2005) تركز على التأثير الاجتماعي للمراجعات والتوصيات من قبل الأفراد، فإن نتائجها تدعم الفكرة القائلة بأن التجارب الأولى الناجحة لمنصات التمويل الجماعي، بما في ذلك بناء الثقة والسمعة الجيدة، قد تساهم في تعزيز نية التبني لدى المؤسسات الناشئة. وهذا يبرز أهمية الأداء الجيد للمنصات في تحفيز تبني التمويل الجماعي.

وعليه، يتضح أن تعزيز نية تبني التمويل الجماعي في الجزائر يستدعي التركيز على تحسين أداء المنصات الرقمية، من خلال ضمان سرعة الأداء، سهولة الاستخدام، الشفافية وتجربة مستخدم ممتازة. بالإضافة إلى توفير إمكانيات تجريبية أولية تهدف إلى تقليل مستويات التردد والخوف من الفشل.

6- الفرضية السادسة:

تم قبول الفرضية السادسة جزئياً التي نصت على أن "مستويات الثقة المرتفعة، والانخفاض في المخاطر المتصورة، يؤثران إيجابياً على قرار التبني"، حيث أظهرت النتائج أن انخفاض المخاطر المتصورة يعد عاملاً محفزاً رئيسياً نحو تبني التمويل الجماعي، بينما لم يظهر للثقة تأثير معنوي ملموس.

وتتوافق هذه النتائج جزئياً مع ما توصلت إليه بعض الدراسات الدولية، حيث تشير دراسة (Mollick 2020) إلى أن تقليل المخاطر المتصورة وزيادة الشفافية هما عاملان أساسيان في تحفيز سلوك الممولين والمستخدمين على حد سواء. إذ يؤكد Mollick أن زيادة الثقة في منصات التمويل الجماعي تلعب دوراً كبيراً في نجاح الحملات وتمكين تبني هذه الآلية. وبالتالي، يتماشى هذا الفهم مع الواقع الجزائري، حيث تظل منصات التمويل الجماعي في مراحل تطورها الأولية وتحتاج إلى تحسين الشفافية وتوضيح آلياتها لتقليل المخاوف المرتبطة بها.

كما تتماشى هذه النتائج مع دراسة (Wang Zhen 2021) إلى أن الثقة في منصات التمويل الجماعي تلعب دوراً محورياً في نية التبني، بينما يشير الباحثون إلى أن المخاطر المتصورة، مثل عدم وضوح الأطر القانونية أو المخاوف من الأمان الرقمي، تؤثر سلباً على هذه النية.

وتختلف نتائج هذه الفرضية بشكل طفيف مع دراسة (Belleflamme et al. 2020)، التي أكدت أن الثقة في المنصات تؤثر إيجابياً على نية التبني، في حين أن المخاطر المتصورة قد تؤدي إلى تقليص هذه النية. وهذا التفسير يتوافق مع الواقع في الجزائر، حيث لا تزال الثقة في المنصات تمثل تحدياً رئيسياً لرواد الأعمال، بينما تساهم المخاوف المرتبطة بالمخاطر الرقمية وعدم وضوح الإطار القانوني في تقييد انتشار هذه الآلية التمويلية.

علاوة على ذلك، تتوافق نتائج هذه الفرضية مع دراسة (Al-Edrus et al. 2023) التي تشير إلى أن الثقة في منصات التمويل الجماعي تلعب دوراً حاسماً في نية التبني لدى رواد الأعمال، كما أن المخاطر المتصورة المرتبطة بهذه المنصات تؤثر بشكل سلبي على قرارات التبني. ويبدو أن هذا التفسير يتلاءم مع الوضع في الجزائر، حيث تعاني منصات التمويل الجماعي من نقص في الثقة بسبب تراجع البنية التحتية والأنظمة القانونية، مما يزيد من المخاوف المرتبطة بالاستثمار في هذه الآلية.

وفي نفس السياق مع نتائج الفرضية السادسة، تشير دراسة (Munim et al. 2021) إلى أن الثقة في منصات التمويل الجماعي تمثل أحد العوامل الحاسمة التي تؤثر بشكل كبير على نية التبني

في الاقتصاديات النامية مثل بنغلاديش، وقد أكدت الدراسة أن تعزيز الثقة في المنصات يعد شرطاً أساسياً لتشجيع رواد الأعمال على استخدامها، بينما قد تؤدي المخاطر المتصورة إلى تقييد هذه النية.

وفي الأخير يمكننا ان نقول أن نتائج الدراسة أظهرت توافقاً نسبياً مع الدراسات الدولية، إلا أنها في الوقت ذاته كشفت عن خصوصيات بنيوية وثقافية وتنظيمية تميز السياق الجزائري، مما يستدعي تكييف نماذج التمويل الجماعي مع الواقع المحلي بدلاً من استنساخ التجارب الأجنبية. فقد تبين أن بعض العوامل مثل جودة أداء المنصات وإمكانية تجربتها وانخفاض مستوى المخاطرة، كلها عوامل تُشكل محفزات حقيقية لنوايا التبنّي لدى رواد الأعمال، في حين لم تُظهر عوامل أخرى كالثقة، الوعي والكفاءة الذاتية تأثيراً معنوياً ملموساً ما لم تُدعم بِبنية تنظيمية وتقنية ملائمة.

وبناءً على ذلك، يتضح أن نجاح اعتماد التمويل الجماعي في الجزائر لا يرتبط فقط بخصائص الأفراد أو المنصات، بل يتطلب معالجة متكاملة لجملة من التحديات البنيوية، وعلى رأسها: إصلاح الإطار القانوني والتشريعي، ضمان الشفافية والمساءلة الرقمية، وتعزيز ثقافة رقمية تمويلية قائمة على الثقة والمعرفة.

وعليه فإن تفعيل هذه الآلية التمويلية الحديثة يقتضي، في النهاية، رؤية استراتيجية شاملة تتقاطع فيها الأبعاد القانونية، التكنولوجية، الثقافية والتعليمية، بما يسمح بتحويل التمويل الجماعي من فكرة ناشئة إلى أداة تمويل مستدامة تساهم بفعالية في دعم المؤسسات الناشئة وتنشيط الاقتصاد الوطني.

.

خلاصة الفصل التطبيقي

تناول هذا الفصل دراسة متطلبات تفعيل التمويل الجماعي في الجزائر من خلال تحليل التجارب الدولية الرائدة، بما في ذلك الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، والإمارات العربية المتحدة، وصولاً إلى الدراسة التطبيقية الميدانية الخاصة بالمؤسسات الناشئة الجزائرية.

حيث أظهرت التجارب الدولية أهمية الإطار التنظيمي الواضح، الثقافة المالية المتطورة، ودور المنصات الرقمية الفعالة في إنجاح التمويل الجماعي. بالمقابل، كشف تحليل بيئة المؤسسات الناشئة في الجزائر عن تحديات متعددة تتعلق بالافتقار إلى التشريعات المناسبة، محدودية الثقافة الرقمية، وضعف الثقة في المعاملات الإلكترونية.

واعتماداً على نتائج الدراسة الميدانية وتحليل اختبار الفرضيات باستخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد، تبين أن بعض المتغيرات مثل أداء المنصة والمخاطر المتصورة تؤثر بشكل معنوي في تبني التمويل الجماعي، في حين لم يظهر الوعي، الكفاءة الذاتية والتأثير الاجتماعي تأثيراً واضحاً. مما يدل على خصوصية السياق الجزائري وضرورة تبني استراتيجيات ملائمة لتحفيز اعتماد هذه الآلية التمويلية.

وعليه، أكدت الدراسة أهمية تطوير بيئة تنظيمية داعمة لتعزيز الثقافة المالية الرقمية وتحسين جودة منصات التمويل الجماعي المحلية، بما يساهم في دعم نمو المؤسسات الناشئة وتعزيز بدائل التمويل الابتكاري في الجزائر.

خاتمة عامة

خاتمة عامة

في ختام هذه الدراسة الموسومة بـ "التمويل الجماعي كآلية بديلة لتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر على ضوء تجارب دولية رائدة"، يمكن التأكيد على الأهمية المتزايدة للتمويل الجماعي كخيار تمويلي ابتكاري يعزز نمو المؤسسات الناشئة، لاسيما في بيئات الأسواق الناشئة التي تواجه تحديات في الوصول إلى مصادر التمويل التقليدية.

وانطلاقاً من التحليل النظري لمفاهيم المؤسسات الناشئة والتمويل الجماعي، مروراً بعرض تجارب دولية رائدة (الولايات المتحدة، ألمانيا، الإمارات العربية المتحدة)، وصولاً إلى الدراسة التطبيقية للمؤسسات الناشئة الجزائرية، أظهرت النتائج أن قابلية تبني التمويل الجماعي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بجودة البنية التنظيمية، تطور المنصات الرقمية، مستويات الثقة والشفافية، فضلاً عن الثقافة الريادية والمالية لدى رواد الأعمال.

كما كشفت الدراسة أن السوق الجزائرية، رغم توفر بؤادر الاهتمام بالتمويل الجماعي، لا تزال تواجه تحديات تتعلق بضعف الإطار التنظيمي، محدودية الثقافة الرقمية، وغياب منصات وطنية قوية وموثوقة. وقد أكدت نتائج اختبار الفرضيات أن عوامل مثل أداء المنصة والمخاطر المتصورة تؤثر تأثيراً معنوياً في نية التبني، مما يستدعي تركيز الجهود على تطوير البيئة التمكينية للتمويل الجماعي.

وعليه، تساهم هذه الدراسة في سد فجوة معرفية مهمة من خلال توفير فهم أعمق للعوامل المحددة لاعتماد التمويل الجماعي في السياق الجزائري، كما تقدم توصيات عملية للسياسات العامة وللمؤسسات ريادة الأعمال، بما يدعم بناء نظام مالي أكثر ديناميكية، ابتكاراً واستدامة.

وفي ضوء ما سبق، تفتح هذه النتائج المجال أمام دراسات مستقبلية معمقة، من شأنها أن تستكشف المتغيرات النفسية، الاجتماعية والثقافية المؤثرة، وتطوير استراتيجيات فعالة لدمج التمويل الجماعي ضمن المنظومة التمويلية للمؤسسات الناشئة الجزائرية.

التوصيات الختامية

بناءً على ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج وتحليلات، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة تطوير إطار قانوني وتشريعي واضح ومشجع لاعتماد التمويل الجماعي في الجزائر.
- تعزيز برامج التوعية والتكوين في مجال الثقافة المالية والرقمية لرواد الأعمال.
- إنشاء منصات وطنية للتمويل الجماعي تتمتع بالشفافية، المصداقية، وخدمات الدعم الفني.
- تحفيز المستثمرين والداعمين من خلال ضمانات إضافية لتعزيز الثقة في المنصات الرقمية.
- دعم البحث العلمي المستقبلي في مجالات التمويل البديل والابتكار المالي، بما يتماشى مع خصوصيات السوق الجزائرية.

و تشكل هذه التوصيات خارطة طريق أولية لتهيئة بيئة ملائمة لتفعيل التمويل الجماعي كآلية بديلة وفعالة لدعم المؤسسات الناشئة في الجزائر، في أفق تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة قائمة على الابتكار وريادة الأعمال.

آفاق البحث المستقبلية

استنادًا إلى النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، يمكن اقتراح عدة مسارات بحثية مستقبلية:

- إجراء دراسات ميدانية مقارنة بين مختلف القطاعات الاقتصادية لفهم خصوصيات تبني التمويل الجماعي.
- تحليل دور العوامل النفسية مثل الميل إلى الابتكار والمخاطرة في تشكيل سلوك رواد الأعمال تجاه التمويل الجماعي.
- دراسة تأثير تطور التقنيات المالية (FinTech) على ديناميكيات التمويل الجماعي في الجزائر.
- تقييم أثر السياسات الحكومية المستقبلية على انتشار منصات التمويل الجماعي وفعاليتها.
- تطوير نماذج كمية متقدمة (مثل نمذجة المعادلات الهيكلية) لفهم العلاقات السببية بين العوامل المؤثرة في التبني.

تشكل هذه الآفاق البحثية فرصة لتعميق الفهم العلمي للتمويل الجماعي في السياق الجزائري، وتعزيز مساهمة البحث الأكاديمي في دعم الابتكار المالي وريادة الأعمال.

قائمة المراجع

تصنيف المراجع الأكاديمية

المراسيم التنفيذية

- 1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (2021). (المرسوم التنفيذي رقم 21-170 المؤرخ في 16 رمضان عام 1442 الموافق 28 أبريل سنة 2021، يحدد شروط وكيفيات الحصول على المزايا الجبائية الممنوحة للمؤسسات التي تحمل علامة "مؤسسة ناشئة" أو علامة "حاضنة". الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.
- 2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (2020). (المرسوم التنفيذي رقم 20-254 المؤرخ في 27 محرم عام 1442 الموافق 15 سبتمبر سنة 2020، المتعلق بإنشاء اللجنة الوطنية لتصنيف "الشركات الناشئة"، و"المشاريع المبتكرة"، و"الحاضنات"، وتحديد مهامها وتركيبها وطريقة عملها. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

الكتب (Books)

- 3- Belleflamme Lambert and Paul Thomas. «An Industrial Organization Framework to Understand the Strategies of Crowdfunding Platforms». Book-chapter, Emerald Group Publishing Limited, DOI: 10.1108/9781785603143-001. Url: <http://dx.doi.org/10.1108/9781785603143-001>. 2016. Pp 1–19.
- 4- Brüntje D., Gajda O. «Crowdfunding in Europe – State of the Art in Theory and Practice». Electronic Book. ISBN 978-3-319-18017-5. DOI: 10.1007/978-3-319-18017-5. 2015.
- 5- Dana Melanie Schramm and Jakob Carstens. «Startup-Crowdfunding und Crowdinvesting, Ein Guide für Gründer, Mit Kapital aus der Crowd junge Unternehmen online finanzieren». Electronic Book. ISBN 978-3-658-05926-2. DOI: 10.1007/978-3-658-05926-2. <http://dnb.d-nb.de> abrufbar. 2014.
- 6- **Elfriede Sixt.** Schwarmökonomie und Crowdfunding Webbasierte Finanzierungssysteme im Rahmen realwirtschaftlicher Bedingungen. Electronic Book. ISBN: 978-3-658-02929-6. DOI: 10.1007/978-3-658-02929-6. متاح على: <http://dnb.d-nb.de>. 2014.

- 7- **Helga Meyer and Heinz-Josef Reher.** Projektmanagement: Von der Definition über die Projektplanung zum erfolgreichen Abschluss. Electronic Book. ISBN: 978-3-658-07569-9. DOI: 10.1007/978-3-658-07569-9. متاح على: <http://dnb.d-nb.de>. 2016.
- 8- **Kristof Buysere, Oliver Gajda, Ronald Kleverlaa, Dan Marom.** (2012). A Framework for European Crowdfunding, First Edition, Keele University, ISBN 978-3-00-040193-0.
- 9- **Lutz, C., and Baruch, Y.** (2017). Crowdfunding in Germany: A review of the regulatory landscape and market structure, German Business Law Review, Vol 18, No. 06, Pp 619-645.
- 10- **Peter Addor.** (2010). Projektdynamik, Komplexität im Alltag, Verlag Reinhold Liebig, CH-8500 Frauenfeld, 1st Edition, ISBN 978-3-9523545-6-8.
- 11- **Schwienbacher, A., Larralde, B.** (2012). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures, Handbook of Entrepreneurial Finance, Pp 369-391.
- 12- **Walter Brenner, Thomas Hess.** (2014). Wirtschaftsinformatik in Wissenschaft und Praxis, Electronic Book, ISBN 978-3-642-54411-8, DOI: 10.1007/978-3-642-54411-8.
- 13- **Wicks Mike.** (2014). Crowdfunding - An Introduction -, New Edition, Published as an eBook original by Blue Beetle Books, Available at: www.bluebeetlebooks.com.

الأطروحات (Theses)

- 14- **Arshad, Nadia.** (2021). "Backers' Crowdfunding Journey – An Engagement Perspective". Doctoral Thesis, Jönköping International Business School, Sweden.
- 15- **Cohen, Melissa.** (2017). "Crowdfunding as a Financing Resource for Small Businesses". Doctoral Dissertation, Walden University, USA.
- 16- **Dalex, Karl.** (2020). "Incubateurs, start-up et partenariats". Thèse de doctorat, Université de Strasbourg, France.
- 17- **de Clarens, Pascal.** (2019). "L'avenir du crowdfunding en France : une approche par les plateformes". Thèse de doctorat, Université de Nantes, France.
- 18- **Köhn, Andreas.** (2018). "Where Entrepreneurship and Finance Meet: Startup Valuation and Acquisition in the Venture Capital and Corporate Context". Doctoral Dissertation, University of Hohenheim, Germany.

- 19- Martinez, Alberto. (2018). "A model for the analysis of the impact of crowdsourcing activities on organizations". PhD Thesis, Universitat Politècnica de Catalunya, Spain.
- 20- Neukam, Marion. (2017). "La génération continue d'innovations discontinues dans des entreprises internationales". Thèse de doctorat, Université de Strasbourg, France.
- 21- Oburo, Nelly Nwabuisi Adiawari. (2021). "Strategies for Sourcing Funding for Startup Businesses in Nigeria". Doctoral Dissertation, Walden University, USA.
- 22- Salvador Sáez, Diego. (2016). "El crowdfunding: función económica, tipologías de la realidad, naturaleza y régimen jurídico". Tesis doctoral, Universidad de Valencia, España.

(Peer-reviewed Journal Articles) المقالات العلمية المحكمة ■

- 23- Abatecola Gianpaolo, Cafferata Roberto and Poggesi Sara. «Arthur Stinchcombe's "liability of newness": Contribution and impact of the construct». Journal of Management History. Vol 18. N° 04. Pp 402–418. 2012. DOI: 10.1108/17511341211258747.
- 24- Aghion Philippe, Nick Bloom, Richard Blundell, Rachel Griffith, and Peter Howitt. «Competition and Innovation: An Inverted-U Relationship». The Quarterly Journal of Economics. Vol 120. N°02. Pp 701–728. 2005.
- 25- Ainsworth Anthony Bailey. «Consumer Awareness and Use of Product Review Websites». Journal of Interactive Advertising. Vol. 6. No. 1. pp. 68–81. 2005.
- 26- Ajzen, I. «The theory of planned behavior». Organizational Behavior and Human Decision Processes. 50(2), 179–211. 1991. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- 27- Alexander McKelvie, Anna Brattström and Karl Wennberg. «How young firms achieve growth: Reconciling the roles of growth motivation and innovative activities». Small Business Economic. Vol 49. N° 02. Pp 273–293. 2017.
- 28- Alharthy Ali M., Baig Irfan A. and Al-Omari Hassan A. «Crowdfunding in the UAE: Regulatory and operational challenges». Journal of Digital Innovation. Vol 03. N° 01. Pp 25–40. 2021.
- 29- Al-Mazrouei, K. «The Future of Crowdfunding and Blockchain Regulation in the UAE». UAE Journal of Financial Regulation. Vol 33. N° 02. Pp 112–129. 2023.

- 30- Alves João and Monteiro Rui. «Crowdfunding regulations and policy in the UAE: A comparative analysis with international practices». *International Journal of Entrepreneurial Innovation*. Vol 28. N° 06. Pp 654–669. 2020.
- 31- Ambos Tina C. and Birkinshaw Julian. «How Do New Ventures Evolve? An Inductive Study of Archetype Changes in Science-Based Ventures». *Organization Science*. Vol. 21. No. 6. pp. 1125–1140. 2010.
- 32- Anton Ogorelc. «Higher Education In Tourism: An Entrepreneurial Approach». *The Tourist Review*. Vol 54. N° 01. Pp 51–60. 1999.
- 33- Antonio Davila, George Foster, Mahendra Gupta. «Venture capital financing and the growth of startup firms». *Journal of Business Venturing*. Vol 18. N° 06. Pp 689–708. 2003. DOI: 10.1016/S0883-9026(02)00127-1.
- 34- Babke N. Hogenhuis, Ellis A. van den Hende and Erik Jan Hultink. «When should large firms collaborate with young ventures?». *Research-Technology Management*. Vol. 59. N° 01. Pp 39–47. 2016.
- 35- Belleflamme Paul, Lambert Thomas, and Schwienbacher Adrien. «Crowdfunding as a financing tool for startups: A global review». *Journal of Business Economics*. Vol 45. N° 04. Pp 49–68. 2020.
- 36- Belleflamme Paul, Lambert Thomas, and Schwienbacher Armin. «Individual Crowdfunding Practices». *Venture Capital, An International Journal of Entrepreneurial Finance*. Vol 15. N°04. 2013. DOI: 10.1080/13691066.2013.785151.
- 37- Bellini, F. and Weber, M. «Donation-based Crowdfunding in Germany: A Study on Betterplace.org». *Journal of Social Entrepreneurship*. Vol 12. N° 03. Pp 67–89. 2021.
- 38- Blank Steve. «Why the Lean Start-Up Changes Everything». *Harvard Business Review*. Vol 91. N° 05. Pp 63–72. 2013.
- 39- Bocken, Nancy, and Yuliya Snihur. «Lean Startup and the business model: Experimenting for novelty and impact». *Long Range Planning*. Vol 53. N° 04. Pp 01–27. 2020.
- 40- Brettel, M., Strese, S., and Flatten, T. «Crowdfunding in the nonprofit sector: The emergence of new funding sources». *Nonprofit Management & Leadership*. Vol 23. N° 04. Pp 381–397. 2012.
- 41- CANDIDA G. BRUSH, NANCY M. CARTER, ELIZABETH J. GATEWOOD, PATRICIA G. GREENE, and MYRA M. HART. «The Use of Bootstrapping by Women Entrepreneurs in Positioning for Growth». *Venture Capital*. Vol 08. N° 01. Pp 15–31. 2006. DOI: 10.1080/13691060500433975.

- 42- Charis Vlados and Dimos Chatzinikolaou. «The Multiple Perception Of Innovation: The Case Of Micro And Small Enterprises In The Region Of Eastern Macedonia And Thrace». Journal of Entrepreneurship, Business and Economics. Vol 07. N° 01. Pp 17–41. 2019.
- 43- Charoen, M. and Mollah, M. «The growing trend of real estate crowdfunding». Real Estate Economics. Vol 47. N° 02. Pp 404–436. 2019.
- 44- Christian Deblock et Jean-Marc Fontan. «Innovation et développement chez Schumpeter». Revue Interventions économiques. 46 | 2012. URL: <https://journals.openedition.org/interventionseconomiques/1463>. DOI: <https://doi.org/10.4000/interventionseconomiques.1463>.
- 45- Danny P. Soetanto and Sarah L. Jack. «Business incubators and the networks of technology-based firms». Institute for Entrepreneurship and Enterprise Development, Lancaster University Management School. DOI: 10.1007/s10961-011-9237-4. 2011.
- 46- Dominik K. Kanbach and Stephan Stubner. «Corporate Accelerators as Recent Form of Startup Engagement: The What, The Why, And the How». The Journal of Applied Business Research. Vol 32. N° 6. Pp 1761–1776. 2016.
- 47- **Esteban Lafuente, Zoltan J. Acs, Mark Sanders and László Szerb.** The global technology frontier: productivity growth and the relevance of Kirznerian and Schumpeterian. Entrepreneurship, Small Business Economics, Vol. 55, pp. 153–178, 2020.
- 48- **Ethan Mollick.** The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. Journal of Business Venturing, Vol. 29, No. 1, 2014.
- 49- **Fábio Lazzarotti, Michael Samir Dalfovo, Valmir Emil Hoffmann.** A Bibliometric Study of Innovation Based on Schumpeter. Journal of Technology Management and Innovation, Vol. 6, No. 4, pp. 121–135, 2011.
- 50- **Garcia-Tapial, Joaquín, and Manuel Alejandro Cardenete.** Start-Up or Scale-Up? An Approach through Economic Impact. Journal of Management for Global Sustainability, Vol. 8, No. 10, pp. 155–196, 2023.
- 51- **Garry D. Bruton, Yuri Rubanik.** Resources of the firm, Russian high-technology startups, and firm growth. Journal of Business, Vol. 17, No. 6, pp. 553–576, 2002.
- 52- **Griffin, Zachary J.** Crowdfunding: Fleecing the American masses. Journal of Law, Technology & The Internet, Vol. 4, No. 2, pp. 375–410, 2013.

- 53- **Harrison, Richard.** Crowdfunding and the Revitalisation of the Early-Stage Risk Capital Market: Catalyst or Chimera? *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, Vol. 15, No. 4, pp. 283–287, 2013.
DOI: 10.1080/13691066.2013.852331.
- 54- **Hauge, Janice A. and Chimahusky, S.** Are Promises Meaningless in An Uncertain Crowdfunding Environment? *Economic Inquiry*, Vol. 54, No. 3, pp. 1621–1630, 2016.
DOI: 10.1111/ecin.12319.
- 55- **Hornuf, Lars and Schwienbacher, Armin.** The regulation of crowdfunding in Germany and its impact on platform performance. *European Business Review*, Vol. 32, No. 5, pp. 792–818, 2020.
- 56- **Jayesh Prakash Gupta, Hongxiu Li, Hannu Kärkkäinen, and Raghava Rao Mukkamala.** (2023). The role of project owners and potential backers implicit social ties in crowdfunding project success, Emerald Publishing Limited, Vol 34. No. 07. Pp 1-23.
- 57- **John Freear, Jeffrey E. Sohl, and William Wetzel.** (2002). Angles on angels: Financing technology-based ventures - a historical perspective, *VENTURE CAPITAL*, DOI: [10.1080/1369106022000024923](https://doi.org/10.1080/1369106022000024923), Vol. 4, No. 4, Pp 275 – 287.
- 58- **Julia-K. De Groote and Julia Bakmann.** (2019). Initiating open innovation collaborations between incumbents and startups: how can David and Goliath get along?, *International Journal of Innovation Management*, Vol 24, No. 01, Pp 01-33.
- 59- **Lichtenstein Benyamin, M. Bergmann, and Candida G. Brush.** (2001). How do “resource bundles” develop and change in new ventures? A dynamic model and longitudinal exploration, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 25, No. 03, Pp 37–58.
- 60- **Keng Liang Lau, Boon Cheong Chew.** (2016). Crowdfunding for Research: A Case Study in Research Management Centre in Malaysia, *International Journal of Industrial Engineering and Management (IJIEM)*, Vol. 7 No 3, Pp. 117-124.
- 61- **Keng Liang Lau, Norain Ismail.** (2022). Strategy for Patent Protection in Crowdfunding: A Case Study in Malaysia, *Journal of Technology Management and Business*, DOI: <https://doi.org/10.30880/jtmb.2022.09.01.005>, Vol. 09 No. 01, Pp. 39-44.

- 62- **Mollick Ethan.** (2020). The dynamics of crowdfunding: An updated exploratory study, *Journal of Business Venturing*, Vol 35, No. 03, Pp 250-266.
- 63- **Mollick Ethan.** (2014). The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, DOI: 10.1016/j.jbusvent.2013.06.005, Vol 29, No. 01, Pp 01-16.
- 64- **McDonald Rory M. and Kathleen M. Eisenhardt.** (2020). Parallel play: Startups, nascent markets, and effective business-model design, *Administrative Science Quarterly*, Vol 65, No. 02, Pp 483–523.
- 65- **Mason Colin, and Ross Brown.** (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth-oriented entrepreneurship, *Final Report to OECD*, Paris, Pp 01-28.
- 66- **Nancy M. Carter, William B. Gartner, Paul D. Reynolds.** (1996). Exploring Start-Up Event Sequences, *Journal of Business Venturing*, Vol. 11, Pp 151-161. DOI: 10.1016/0883-9026(95)00129-8.
- 67- **Paul Belleflamme, Thomas Lambert, and Armin Schwienbacher.** (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd, *Journal of Business Venturing*, Vol 29, No. 05, Pp 587-600.
- 68- **Phillip H. Phan, Donald S. Siegel, and Mike Wright.** (2005). Science parks and incubators: observations, synthesis and future research, *Journal of Business Venturing*, Vol 20, No. 02, Pp 165-182.
- 69- **Piaskowska Dorota, Esther Tippmann, and Sinéad Monaghan.** (2021). Scale-up modes: Profiling activity configurations in scaling strategies, *Long Range Planning*, DOI: 10.1016/j.lrp.2021.102101, Pp 01-17.
- 70- **Pierre-Jean Barlatier, Eleni Giannopoulou, Julien Pénin.** (2016). Les intermédiaires de l'innovation ouverte entre gestion de l'information et gestion des connaissances: le cas de la valorisation de la recherche publique, *Éditions De Boeck Supérieur Innovations*, Vol 01, No. 49, Pp 55-77.
- 71- **Pütz, J. and Duller, S.** (2017). Equity-based crowdfunding in Germany: A comparison of crowdfunding platforms and the potential for innovation-driven startups, *Venture Capital Journal*, Vol 19, No. 02, Pp 81-99.
- 72- **Raza Ali Zaidi, Khan Muhammad Majid, Rao Aamir Khan, Mujtaba Bahaudin G.** (2023). Do entrepreneurship ecosystem and managerial skills contribute to startup development?, *South Asian Journal of Business Studies*, Vol. 12, No. 01, Pp 25-53.
- 73- **Renner, Moritz.** (2018). Peer-to-Peer Lending in Germany, *Journal of European Consumer and Market Law (EuCML)*, Vol. 5, Pp 224-226. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3213523>.

- 74- **Sabine Brunswicker and Wim Vanhaverbeke.** (2015). Open innovation in small and medium-sized enterprises (SMEs): external knowledge sourcing strategies and internal organizational facilitators, *Journal of Small Business Management*, Vol 53, N° 04, Pp 1241–1263.
- 75- **Saiyid Abdallah Syahir Al-Edrus, Ismail Ahmad, and Mohd Hafiz Hanafiah.** (2023). Will You Be a Honey and Help Us Raise Money? Investigating Online Crowdfunding Platforms Acceptance, Perceived Trust and Behavioural Intention, *Management and Accounting Review*, Vol 22, No 1, Pp 76–104.
- 76- **Salamzadeh Aidin.** (2015). New Venture Creation: Controversial Perspectives and Theories, University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship, Tehran, Iran, *Economic Analysis*, Vol. 48, N°03-04, Pp 101-109.
- 77- **Salamzadeh Aidin, A. Kirby David.** (2017). New Venture Creation: How Start-ups Grow?, *AD-minister* N°. 30, January-June, Universidad EAFIT Medellín, Colombia, DOI: 10.17230/ad-minister.30.1, Pp 9-29.
- 78- **Sander Smit, Garyfallos Fragidis, Siegfried Handschuh and Adamantios Koumpis.** (2016). Business Model Boutique: A Prêt-à-Porter Solution for Business Model Innovation in SMEs, 17th Working Conference on Virtual Enterprises (PRO-VE), Porto, Portugal, DOI: 10.1007/978-3-319-45390-3_49, Pp 579-587.
- 79- **Saul Estrin, Susanna Khavul, Alexander S. Kritikos, Jonas Löher.** (2023). Access to Digital Finance: Equity Crowdfunding across Countries and Platforms, DIW Berlin German Institute for Economic Research, ISSN electronic edition 1619-4535, Available at SSRN: <https://www.ssrn.com/link/DIW-Berlin-German-Inst-Econ-Res.html>, Pp 1-29.
- 80- **Schäfer, H., and Kuckertz, A.** (2014). Crowdfunding for creative projects: Insights from Germany's startnext platform, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol 18, N° 05, Pp 432-450.
- 81- **Scott Shane, Edwin A. Locke and Christopher J. Collins.** (2003). Entrepreneurial Motivation, *Human Resource Management Review*, Vol 13, N°2, Pp 257-279.
- 82- **Steven Bradford Craig.** (2012). Crowdfunding and the Federal Securities Laws, *College of Law, Faculty Publications*, Vol. 119, Pp 1-150.

- 83- **Susan L. Cohen.** (2013). What Do Accelerators Do? Insights from Incubators and Angels, *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, Vol 8, N° 3-4, DOI: 10.1162/inov_a_00184, Pp 19-25.
- 84- **Szarek Joanna and Jakub Piecuch.** (2018). The importance of startups for construction of innovative economies, *International Entrepreneurship Review*, Vol 04, N°02, Pp 69-78.
- 85- **Tatarinov Katherine and Tina C. Ambos.** (2022). Innovation for Impact: An International Business Perspective on Transforming the United Nations, *AIB Insights*, Vol 22, N° 02, Pp 1–6.
- 86- **Tushman Michael L. and Philip Anderson.** (2018). Technological Discontinuities and Organizational Environments, *Administrative Science Quarterly*, Vol 31, N° 03, Pp 439-465.
- 87- **Usman Muhammed and Vanhaverbeke Wim.** (2017). How start-ups successfully organize and manage open innovation with large companies, *European Journal of Innovation Management*, Vol 20, N° 01, Pp 171-186.
- 88- **Victoriya Salomon.** (2016). Emergent models of financial intermediation for innovative companies: from venture capital to crowdfundering platforms in Switzerland, DOI: [10.1080/13691066.2015.1079953](https://doi.org/10.1080/13691066.2015.1079953), *Venture Capital*, Vol 18, N°01, Pp 21-41.
- 89- **Weitzel Thomas and Kock Andreas.** (2020). The impact of crowdfunding on startup Xu Shuo and Liu Zhiqiang. (2019). « Crowdfunding and startup survival: A study on early-stage ventures », *Journal of Business Research*, Vol 109, N° 02, Pp 297-308.
- 90- Yael V. Hochberg. (2016). « Accelerating Entrepreneurs and Ecosystems: The Seed Accelerator Model », *Innovation Policy and the Economy*, Vol 16, N° 01, Pp 25–51.
- 91- Ying Zhao, Phil Harris and Wing Lam. (2019). « Crowdfunding industry—History, development, policies, and potential issues », *Journal of Public Affairs*, Vol 19, N° 01, e1921. DOI: <https://doi.org/10.1002/pa.1921>.
- 92- Yonjoo Cho and Gary N. Mclean. (2009). « Successful IT start-ups' HRD practices: Four cases in South Korea », *Journal of European Industrial Training*, DOI: [10.1108/03090590910939030](https://doi.org/10.1108/03090590910939030), Vol 33, N° 02, Pp 125-141.
- 93- YOUNKIN, P. E. and KOGAN, J. (2016). « Crowdfunding intellectual property », *Business Horizons*, Vol 59, N° 05, Pp 535-544.
- 94- Zeynep Emden, Roger J. Calantone, and Cornelia Droge. (2006). « Collaborating for New Product Development: Selecting the Partner with

- Maximum Potential to Create Value », Journal of Product Innovation Management, Vol 23, Pp 330–341.
- 95- Zhang Lei and Yang Jian. (2021). « Crowdfunding for startups: A global comparison between the U.S., Germany, and China », Asian Journal of Business and Economics, Vol 22, N° 03, Pp 113-130.
- 96- Zohar, Y. (2019). « Peer-to-peer lending and small business financing », Review of Economics and Statistics, Vol 101, N° 04, Pp 712-724.
- 97- growth: An analysis of equity-based platforms, Journal Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 44, N° 05, Pp 926-946.

(Working Papers / Academic Papers) أوراق العمل

- 98- Agrawal Ajay K., Christian Catalini and Avi Goldfarb. «The Géography of Crowdfunding». Working Paper 16820, National Bureau of Economic Research, Cambridge. DOI: 10.3386/w16820. <http://www.nber.org/papers/w16820>. 2011.
- 99- Ajay Agrawal, Christian Catalini, and Avi Goldfarb. «The geography of crowdfunding». NBER Working Paper No. 16820. <http://www.nber.org/papers/w16820>. 2011.
- 100- Alexandra Harzer. «Erfolgsfaktoren im Crowdfunding». Technische Universität Ilmenau, Universitätsverlag Ilmenau. ISSN 1864-3787. URN: nbn: de: gbv:ilm1-2012100176. 2013.
- 101- Bart Clarysse, Mike Wright and Jonas Van Hove. «A Look Inside Building Businesses Accelerators». Nesta. 2015.
- 102- Belt, B., Brummer C., and Gorfine D. «Crowdfunding: Maximizing the Promise and Minimizing the Peril». A Roundtable Discussion, In Partnership with Georgetown University Law Center, Milken Institute, Washington. 2012.
- 103- Charlotte Pauwels, Bart Clarysse, Mike Wright and Jonas Van Hove. «Understanding a new generation incubation model: The accelerator». Technovation. <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2015.09.003>. 2015. Pp 1–12.
- 104- **Eisenmann, Thomas; Ries, Eric; Dillard, Sarah.** Hypothesis-Driven Entrepreneurship: The Lean Startup. Harvard Business School Entrepreneurial Management Case No. 812-095, pp. 1–26, 2013.
- 105- **Hemer, Joachim.** A snapshot on crowdfunding, Arbeitspapiere Unternehmen und Region. Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, Karlsruhe.

- Working Paper No. R2/2011. متاح على <http://hdl.handle.net/10419/52302>. 2011.
- 106- **Grilo António, Andre Agueda, Aneesh Zutshi and Tahereh Nodehi.** Relationship between investors and European startup ecosystems builders. Paper presented at the 2017 International Conference on Engineering, Technology and Innovation (ICE/ITMC), Madeira Island, Portugal, June 27–29, pp. 538–550
- 107- **Islam Mohammad Tariqul.** (2019). Factors Influencing the Adoption of Crowdfunding in Bangladesh: A Study on Start-Up Entrepreneurs, Master's Thesis, Ritsumeikan Asia Pacific University (APU), Japan.
- 108- **Moritz, A., and Block, J.** (2016). The rise of peer-to-peer lending in Germany: A comprehensive analysis, Journal of Financial Intermediation, Vol 23, No. 04, Pp 598-622.
- 109- **OECD.** (2005). Oslo manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, Third Edition, Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.
- 110- **Rubinton Brian James.** (2011). Crowdfunding: disintermediated investment banking, FINE 547, Advanced Finance Seminar, McGill University, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1807204> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1807204>.
- 111- **SEC.** (2012). Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act, Public Law 112-106. **SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION.** Final rule on crowdfunding, RIN 3235-AL37. Available at: <https://www.sec.gov/files/rules/final/2015/33-9974.pdf>.
- 🌐 المواقع الإلكترونية (Websites)
- 112- Adams, Susan. «Free Market Philanthropy: GoFundMe Is Changing The Way People Give To Causes Big And Small». 2016. From: <https://www.forbes.com/sites/susanadams/2016/10/19/free-market-philanthropy-gofundme-is-changing-the-way-people-give-to-causes-big-and-small/>
- 113- BaFin. "Licensing Requirements for Financial Services under the KWG". https://www.bafin.de/EN/Aufsicht/BankenFinanzdienstleister/Markteintritt/Finanzdienstleistungen/finanzdienstleistungen_node_en.html.
- 114- Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). "Crowdfunding".

- https://www.bafin.de/DE/Verbraucher/GeldanlageWertpapiere/GrauerKapitalmarkt/Crowdfunding/crowdfunding_node.html.
- 115- Chong, C. «A group of investors is buying GoFundMe». Business Insider. 2015. From: <https://www.businessinsider.com/a-group-of-investors-is-buying-gofundme-2015-6>.
- 116- <https://www.fortunebusinessinsights.com/crowdfunding-market-107129>
- 117- <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/crowdfunding-market-report>
- 118- <https://www.researchandmarkets.com/reports/5790546/crowdfunding-global-market-report>
- 119- <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/crowdfunding-global-market-report>
- 120- <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-capital-raising/crowdfunding-germany> .
- 121- <https://www.statista.com/outlook/fmo/capital-raising/digital-capital-raising/crowdfunding/united-arab-emirates> .
- 122- <https://www.statista.com/statistics/1081271/europe-digital-capital-raising-by-country/>
- 123- <https://www.statista.com/statistics/1427104/europe-number-of-crowdfunding-platforms-by-country/>
- 124- <https://www.statista.com/statistics/620550/largest-indiegogo-campaigns-worldwide-by-amount-raised/>.
- 125- **Indiegogo: Highest grossing campaigns 2024**. Statista. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/620550/largest-indiegogo-campaigns-worldwide-by-amount-raised/>
- 126- **Kickstarter: Funding pledged by category 2024**. Statista. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/222455/amount-of-dollars-pledged-per-category-on-kickstarter/>
- 127- **Oxford Dictionary**. Crowdfunding Definition. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/crowdfunding>.
- 128- **Statista**. (2023). E-commerce and Digital Markets in Algeria.

(التقارير) (Reports)

- 129- ANPRT. Reports. 2023.
- 130- BaFin. (2015). Guidelines for Crowdfunding and Financial Market Regulations. Federal Financial Supervisory Authority.
- 131- **Jumia**. (2023). Annual Financial Report.

- 132- **Jumpstart Our Business Startups (Jobs) Act, Title III, H. R. 3606.**
Available at: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/BILLS-112hr3606enr/pdf/BILLS-112hr3606enr.pdf>.
- 133- **Regulation - 2020/1503 - EN - EUR-Lex.** Available at: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2020/1503/oj/eng>.
- 134- **Startnext.** (2021). Annual Report. Date of publication: Aug. 2024,
Available at: <https://startnextwork.org/learn-change/resources/library/annual-report-2021>.
- 135- **Startup Ecosystem Reports.** (2023).
- 136- **Steigertahl Lisa. Mauer René and Say, Jean-Baptiste.** (2018).
European Start-UpMonitor, European Commission Report, Available at:
<http://startupmonitor.eu>
- 137- **Tobias Kollmann, Simon Hensellek, Christoph Stoeckmann and Julia Kensbock.** (2016). European Startup Monitor 2016, Available at:
<http://europeanstartupmonitor.com/esm/esm-2016>, ISBN : 978-3-938338-17-9.
- 138- **VermAnlG Vermögensanlagengesetz.** Available at:
<https://www.buzer.de/VermAnlG.htm>.
- 139- **World Bank.** (2023). Algeria Startup Ecosystem Report.

🏛️ مواقع حكومية وتنظيمية رسمية

• الجزائر:

- 140- <https://www.mf.gov.dz/>
141- <https://www.mip.gov.dz/>
142- <https://www.mdme.gov.dz>
143- <https://www.mpt.gov.dz/>
144- <https://cosob.dz/ar/>
145- <https://yinvesti.dz/en>
146- www.ine.dz

• الإمارات العربية المتحدة

- 147- <https://u.ae/en/>
148- <https://gouvernement.ae/>. <https://uaelegislation.gov.ae/>
149- <https://sme.ae/Default/en>

- 150- <https://u.ae/en/crowdfunding.com>
- 151- <https://u.ae/en/information-and-services/business/public-private-people-partnership/pppp/crowdfunding>.
- 152- <https://www.sca.gov.ae/en/about-us.aspx>
- 153- <https://www.sca.gov.ae/assets/1ee8a9a8/the-cabinet-resolution-no-36-of-2022-concerning-regulating-activity-of-the-crowdfunding-platform.aspx>
- 154- <https://www.dfsa.ae/>
- 155- <https://www.dfsa.ae/news/dfs-a-launches-crowdfunding-framework>
- 156- <https://www.adgm.com/>
- 157- <https://www.adgm.com/financial-services-regulatory-authority>
- 158- <https://www.dubaifuture.ae/>
- 159- <https://www.dubainext.ae/>
- 160- www.economy.gov.ae
- 161- www.emiratesrc.ae
- 162- www.uae.gov.ae
- 163- www.difc.ae
- 164- www.fintechnews.ae

• ألمانيا:

- 165- <https://www.bafin.de/>
- 166- https://www.bafin.de/DE/Aufsicht/Prospekte/Wertpapiere/Prospektpflicht/prospektpflicht_artikel.html .
- 167- https://www.bafin.de/EN/DieBaFin/diebaFin_node_en.html
- 168- www.gtai.de

• أمريكا:

- 169- <https://www.sec.gov/rules-regulations/jumpstart-our-business-startups-jobs-act>
<https://www.sba.gov/>
- 170- https://www.iosco.org/annual_reports/2021/pdf/annualReport2021.pdf
- 171- www.sba.gov
- 172- www.sec.gov
- 173- www.ncfa.org

- **GoFundMe**

- 174- <https://www.gofundme.com/>
175- <https://6sense.com/tech/crowdfunding/gofundme-market-share>
176- <https://www.coolest-gadgets.com/gofundme-statistics/>

- **Indiegogo**

- 177- <https://www.indiegogo.com/>

- **Kickstarter**

- 178- <https://www.kickstarter.com/>
179- <https://www.kickstarter.com/fulfillment>

Beehive

- 180- <https://www.beehive.ae/about/>
181- <https://www.beehive.ae/p2p-lending-moves-fast-and-breaks-tradition/>
182- www.beehive.ae.

Companisto

- 183- <https://www.companisto.com/>.
184- <https://www.companisto.com/en>
185- <https://www.companisto.com/en/success-stories-leading-portfolio>

Seedmatch and OneCrowd

- 186- <https://www.seedmatch.de/>
187- <https://www.startnext.com/>
188- <https://www.startnext.com/start-project.html>
189- - <https://www.onecrowd.de/>
190- <https://fintech-consult.com/fintech/seedmatch-onecrowd-loans>
191- <https://www.crunchbase.com/organization/seedmatch-gmbh>

- 192- [Eureeca](#)
- 193- <https://eureeca.com/home>
- 194- <https://eureeca.com/static/about-us>

CrowdStreet

- 195- <https://www.crowdstreet.com/>
- 196- <https://www.crowdstreet.com/about/>
- 197- <https://www.crowdstreet.com/how-it-works>

Yallacompare

- 198- <https://yallacompare.com/uae/en/>

منصات تمويل جماعي أخرى 

- 199- www.yallagive.com
- 200- www.gofundme.com
- 201- www.fundingsouq.com
- 202- www.fundingsouq.com
- 203- www.crowdfunding.de

الملاحق

ملحق رقم (01):

مراجع أبعاد الاستبيان:

المصدر	الأبعاد (القياس)
Ainsworth Anthony Bailey, " Consumer Awareness and Use of Product Review Websites ", Journal of Interactive Advertising, Vol. 06, No. 1, 2005, Pp: 68-81.	الوعي Awareness (AWA)
Munim, Z. H., Shneor, R., Adewumi, O. M., and Shakil, M. H. (2021). " Determinants of crowdfunding intention in a developing economy: Ex-ante evidence from Bangladesh ".International Journal of Emerging Markets, 16(6), 1105–1125. https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2019-0657	الكفاءة الذاتية Self-Efficacy (SEF) التأثير الاجتماعي Social Influence(SI)
Al-Edrus, S. A. S., Ahmad, I., and Hanafiah, M. H. (2023). " Will you be a Honey and Help Us Raise Money?: Investigating Online Crowdfunding Platforms Acceptance, Perceived Trust and Behavioural Intention ", Perceived Trust and Behavioural Intention. 22(1).	التصرف السلوكي المتوقع Expected behavioral behavior أداء منصات التمويل الجماعي Performance of crowdfunding platforms
Islam, M. T., & Khan, M. T. A. (2021). " Factors influencing the adoption of crowdfunding in Bangladesh: A study of start-up entrepreneurs ". Information Development, 37(1), 72–89. https://doi.org/10.1177/0266666919895554	قابلية التجربة Trialability الثقة في منصات التمويل الجماعي Trust in crowdfunding platforms المخاطر المتصورة Perceived Risk (PR)

ملحق رقم (02): الاستثمار



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة فرحات عباس سطيف – 1

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

الملحق: استبيان المسح

استبيان لمشروع البحث الأكاديمي بشأن قابلية اعتماد التمويل الجماعي في الجزائر

المجيب الكريم:

شكراً لك على الاستجابة لهذه المبادرة البحثية، أما الهدف من هذه الدراسة فهو جمع التعليقات من رواد الأعمال المبتدئين والفاعلين في هذا المجال، حول اعتماد التمويل الجماعي لمشروعاتهم المبتكرة في الجزائر، وتعاونك سيساعد الباحث على إدراك الحقيقة.

لذا يرجى منكم تزويدنا بالمعلومات المطلوبة في هذا الاستبيان.

ومن هنا يؤكد الباحث على المسائل التالية:

- هذه المبادرة البحثية والاستبيان للأغراض الأكاديمية فقط.
 - لن يتم الكشف عن المعلومات التي يتم جمعها خلال هذه العملية علناً.
 - لن يتم استخدام معلوماتك الشخصية في تقرير البحث.
 - إذا كنت مهتماً بمعرفة نتائج هذا المشروع البحثي فنحن سعداء جداً، ونتعهد بإبلاغك بالنتائج.
- يرجى قراءة الأسئلة وإبداء رأيك.

شكراً جزيلاً مسبقاً

يرجى قراءة الفقرة التالية

يتكون التمويل الجماعي من دعوة مفتوحة، بشكل رئيسي عبر الإنترنت، لتوفير الموارد المالية إما على شكل تبرعات (بدون مكافآت) أو مقابل ذلك شيء مثل المكافآت النقدية أو غير النقدية لدعم الأعمال الريادية لأغراض محددة. بالإضافة إلى ذلك، التمويل الجماعي هو عملية طرح الأسئلة على الجمهور لجمع التبرعات التي يمكن أن تدعم الاحتياجات الرأسمالية للشركات الناشئة، وبعض منصات التمويل الجماعي المشهورة هي Kickstarter، GoFundMe، Indiegogo، دبي نكست الإماراتية، منافع السعودية وما إلى ذلك.

الجزء " أ "

1. اسم شركتك

الناشئة:

2. الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

3. العمر:

☐ أقل من 30 سنة ☐ من 30 إلى 40 سنة ☐ من 41 إلى 50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة

4. المستوى التعليمي:

☐ مستوى ثانوي ☐ مستوى ليسانس

☐ مستوى ماستر ☐ مستوى دراسات عليا

☐ أخرى

5. هل أطلقت مشروعك التجاري الناشئ؟ ☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة بنعم، يرجى ذكر سنة الإطلاق:

.....

إذا كانت الإجابة لا، يرجى ذكر سنة الإطلاق المتوقعة :

.....

6. هل لديك استعداد لاستخدام منصة التمويل الجماعي لجمع رأس المال لشركتك الناشئة؟

☐ نعم ☐ لا

الجزء " ب "					
يرجى إبداء آرائكم بوضع علامة (✓) في الخانة المناسبة بناء على العبارات المسجلة في الجدول					
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	أسئلة الاستطلاع
الوعي (AWA) Awareness					
					01 قبل الرد على هذا الاستطلاع كنت على علم بوجود التمويل الجماعي.
					02 أنا على دراية بمفهوم التمويل الجماعي.
					03 كثيرا ما أسمع مصطلح التمويل الجماعي.
					04 أعرف الديناميكيات المرتبطة بالتمويل الجماعي.
الكفاءة الذاتية (SEF) Self-Efficacy					
					05 لدي ثقة في قدرتي على استخدام منصات التمويل الجماعي.
					06 لدي الخبرة اللازمة لأصبح ماهراً في استخدام منصات التمويل الجماعي.
					07 أنا واثق من قدرتي على جمع الأموال من منصات التمويل الجماعي.
التأثير الاجتماعي (SI) Social Influence					
					08 الأشخاص المهمون بالنسبة لي يعتقدون أنه يجب علي أن أجمع أموال بدء التشغيل من منصات التمويل الجماعي.
					09 الأشخاص الذين يؤثرون على سلوكي يشجعونني على استخدام منصات التمويل الجماعي.
					10 يعتقد أصدقائي أنني أستطيع أن أجمع أموال بدء التشغيل من منصات التمويل الجماعي.
					11 أعتقد أنه يتبعني أصدقائي إذا شجعوا على جمع الأموال لشركاتهم الناشئة عبر منصات التمويل الجماعي.
التصرف السلوكي المتوقع Expected behavioral behavior					

14	أنوي استخدام منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال للشركة الناشئة إذا تم اعتماده في الجزائر.				
15	سوف أتصفح منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال للشركة الناشئة.				
16	سأقوم بالنشر بشكل متكرر على منصات التمويل الجماعي لجمع رأس المال لبدء التشغيل.				

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	أسئلة الاستطلاع
----------------	-----------	-------	-------	------------	-----------------

أداء منصات التمويل الجماعي Performance of crowdfunding platforms

17	يعد استخدام التمويل الجماعي مفيدًا لزيادة رأس المال لبدء التشغيل.				
18	استخدام التمويل الجماعي يسمح بجمع رأس المال بسرعة أكبر للشركة الناشئة.				
19	استخدام التمويل الجماعي يعزز من فرص تمويل الشركة الناشئة.				
20	التمويل الجماعي يزود الشركة الناشئة بالدعم الفني لجمع أموال بدء التشغيل.				
21	تمتلك منصات التمويل الجماعي أنظمة معاملات مناسبة لجمع الأموال للشركات الناشئة.				

قابلية التجربة Trialability

22	سأستغل الفرص الكافية لاستخدام التمويل الجماعي.				
23	أنا قادر على تجربة التمويل الجماعي.				
24	أعتقد أنني لست بحاجة إلى بذل الكثير من الجهد في استخدام التمويل الجماعي.				

الثقة في منصات التمويل الجماعي Trust in crowdfunding platforms

25	أعتقد أن منصات التمويل الجماعي تظهر اهتماما كبيرا بأمن أي معاملة متعلقة بالشركة الناشئة.				
----	--	--	--	--	--

26	أعتقد أن منصات التمويل الجماعي جديرة بالثقة لأنها تتمتع بنزاهة كبيرة.				
27	أعتقد أن معلوماتي الشخصية لن يتم الكشف عنها لأطراف غير المصرح لها من خلال منصات التمويل الجماعي.				
المخاطر المتصورة (PR) Perceived Risk					
28	أعتقد أنه سيكون هناك خطر من خلال استخدام منصة التمويل الجماعي لجمع الأموال.				
29	أعتقد أن منصة التمويل الجماعي لن تحافظ على الخصوصية المالية والشخصية للشركة الناشئة.				
30	أعتقد أن معلومات نموذج العمل للشركة الناشئة في منصات التمويل الجماعي لها مخاطر التقليد.				

ملحق رقم (03): قائمة الأساتذة المحكمين

المؤسسة الجامعية	الرتبة العلمية	اللقب والاسم
جامعة سطيف 1	أستاذ	معيزة امير
جامعة سطيف 1	أستاذ محاضر (أ)	بلعاطل عياش
جامعة سطيف 1	أستاذ محاضر (أ)	الواسع حمزة
جامعة سطيف 1	أستاذ محاضر (أ)	بلموهوب خديجة
جامعة سكيكدة	أستاذ محاضر (أ)	بوالكورنور الدين
جامعة سكيكدة	أستاذ محاضر (أ)	جقريف علي
جامعة سكيكدة	أستاذ محاضر (أ)	بوجعادة الياس

ملحق رقم (04): النتائج المتعلقة بمخرجات برنامج SPSS25

1- البنود المستخدمة وتبايناتها في حساب معامل الثبات (ألفا كرونباخ)

معامل ثبات العينة

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,895	28

معامل ثبات بعد الوعي

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,768	4

معامل ثبات الكفاءة الذاتية

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,780	3

معامل ثبات التأثير الاجتماعي

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,730	4

معامل ثبات التصرف السلوكي المتوقع

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,829	3

معامل ثبات أداء منصات التمويل الجماعي

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,885	5

معامل ثبات الثقة في منصات التمويل الجماعي

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,758	3

معامل ثبات المخاطر المتصورة

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,733	3

2- تكرارات العينة حسب الجنس

جنس مسير الشركة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	139	66,5	66,5	66,5
	انثى	70	33,5	33,5	100,0
	Total	209	100,0	100,0	

3- تكرارات العينة حسب العمر

عمر مسير الشركة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	30 من اقل	154	73,7	73,7	73,7
	40 الى 31 من	47	22,5	22,5	96,2
	50 الى 41 من	8	3,8	3,8	100,0
	Total	209	100,0	100,0	

4- تكرارات العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	فأقل ثانوي مستوى	11	5,3	5,3	5,3
	ليسانس مستوى	98	46,9	46,9	52,2
	ماستر مستوى	91	43,5	43,5	95,7
	عليا دراسات	9	4,3	4,3	100,0
	Total	209	100,0	100,0	

5- تكرارات العينة حول اطلاق المشروع أولا

هل اطلقت مشروعك الناشئ					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	20	9,6	9,6	9,6
	لا	189	90,4	90,4	100,0
	Total	209	100,0	100,0	

6- تكرارات العينة حول اطلاق المشروع أولا

هل لديك استعداد لاستخدام منصة التمويل الجماعي لجمع رأس المال لشركتك الناشئة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	166	79,4	80,2	80,2
	لا	41	19,6	19,8	100,0
	Total	207	99,0	100,0	
Manquant	Système	2	1,0		
Total		209	100,0		

7- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات أبعاد ومجاور الدراسة

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لُبُعد الوعي

Statistiques		1.وعي	2.وعي	3.وعي	4.وعي
N	Valide	209	209	209	209
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3,26	3,11	3,48	2,58
Ecart type		1,373	1,476	1,441	1,533

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لُبُعد الوعي

Statistiques		1.كفاءة	2.كفاءة	3.كفاءة
N	Valide	209	209	209
	Manquant	0	0	0
Moyenne		3,5550	3,6268	3,7990
Ecart type		1,30755	1,47232	1,11709

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لُبُعد التأثير الاجتماعي

Statistiques		1.التأثير	2.التأثير	3.التأثير	4.التأثير
N	Valide	209	209	209	209
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3,1340	2,9139	3,2440	3,7129
Ecart type		1,16075	1,29059	1,23365	1,29491

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لُبُعد التصرف السلوكي المتوقع

Statistiques		1.السلوك	2.السلوك	3.السلوك
N	Valide	209	209	209
	Manquant	0	0	0
Moyenne		4,1196	3,8373	3,6316
Ecart type		1,05614	1,12333	1,43887

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لُبُعد أداء منصات التمويل الجماعي

Statistiques						
		1.الأداء	2.الأداء	3.الأداء	4.الأداء	5.الأداء
N	Valide	209	209	209	209	209
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		4,2775	3,8565	4,1100	3,5981	3,6507
Ecart type		1,10049	1,25133	1,09296	1,16487	1,10832

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لُبُعد قابلية التجربة

Statistiques				
		1.قابلية	2.قابلية	3.قابلية
N	Valide	209	209	209
	Manquant	0	0	0
Moyenne		3,9187	3,9187	3,6316
Ecart type		1,19618	1,20419	1,39476

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لُبُعد الثقة في منصات التمويل الجماعي

Statistiques				
		1.الثقة	2.الثقة	3.الثقة
N	Valide	209	209	209
	Manquant	0	0	0
Moyenne		3,3062	3,5024	3,5694
Ecart type		1,16932	1,01016	1,05895

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لُبُعد المخاطر المتصورة من استخدام التمويل الجماعي

Statistiques				
		1.المخاطر	2.المخاطر	3.المخاطر
N	Valide	209	209	209
	Manquant	0	0	0
Moyenne		3,1962	2,9665	3,4880
Ecart type		1,15808	1,26104	1,27139

8- جداول بيانات الدراسة الميدانية

جدول النتائج المتعلقة بـبعد الوعي نحو التمويل الجماعي

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
1.وعي	209	3,26	1,373	,095
2.وعي	209	3,11	1,476	,102
3.وعي	209	3,48	1,441	,100
4.وعي	209	2,58	1,533	,106

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
1.وعي	2,721	208	,007	,258	,07	,45
2.وعي	1,125	208	,262	,115	-,09	,32
3.وعي	4,799	208	,000	,478	,28	,68
4.وعي	-3,926	208	,000	-,416	-,63	-,21

جدول النتائج المتعلقة بـبعد الكفاءة الذاتية نحو التمويل الجماعي

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
1.كفاءة	209	3,5550	1,30755	,09045
2.كفاءة	209	3,6268	1,47232	,10184
3.كفاءة	209	3,7990	1,11709	,07727

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
1.كفاءة	6,137	208	,000	,55502	,3767	,7333
2.كفاءة	6,155	208	,000	,62679	,4260	,8276
3.كفاءة	10,341	208	,000	,79904	,6467	,9514

جدول النتائج المتعلقة ببُعد التأثير الاجتماعي نحو التمويل الجماعي

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
1. التأثير	209	3,1340	1,16075	,08029
2. التأثير	209	2,9139	1,29059	,08927
3. التأثير	209	3,2440	1,23365	,08533
4. التأثير	209	3,7129	1,29491	,08957

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
1. التأثير	1,669	208	,097	,13397	-,0243	,2923
2. التأثير	-,965	208	,336	-,08612	-,2621	,0899
3. التأثير	2,860	208	,005	,24402	,0758	,4122
4. التأثير	7,959	208	,000	,71292	,5363	,8895

جدول النتائج المتعلقة ببُعد التصرف السلوكي المتوقع نحو التمويل الجماعي

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
1. السلوك	209	4,1196	1,05614	,07305
2. السلوك	209	3,8373	1,12333	,07770
3. السلوك	209	3,6316	1,43887	,09953

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
1. السلوك	15,326	208	,000	1,11962	,9756	1,2636
2. السلوك	10,776	208	,000	,83732	,6841	,9905
3. السلوك	6,346	208	,000	,63158	,4354	,8278

جدول النتائج المتعلقة ببُعد أداء منصات التمويل الجماعي

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الأداء.1	209	4,2775	1,10049	,07612
الأداء.2	209	3,8565	1,25133	,08656
الأداء.3	209	4,1100	1,09296	,07560
الأداء.4	209	3,5981	1,16487	,08058
الأداء.5	209	3,6507	1,10832	,07666

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الأداء.1	16,782	208	,000	1,27751	1,1274	1,4276
الأداء.2	9,895	208	,000	,85646	,6858	1,0271
الأداء.3	14,683	208	,000	1,11005	,9610	1,2591
الأداء.4	7,423	208	,000	,59809	,4392	,7569
الأداء.5	8,488	208	,000	,65072	,4996	,8019

جدول النتائج المتعلقة ببُعد قابلية التجربة نحو التمويل الجماعي

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
قابلية.1	209	3,9187	1,19618	,08274
قابلية.2	209	3,9187	1,20419	,08330
قابلية.3	209	3,6316	1,39476	,09648

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
قابلية.1	11,103	208	,000	,91866	,7555	1,0818
قابلية.2	11,029	208	,000	,91866	,7544	1,0829
قابلية.3	6,546	208	,000	,63158	,4414	,8218

جدول النتائج المتعلقة ببُعد الثقة في منصات التمويل الجماعي

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الثقة.1	209	3,3062	1,16932	,08088
الثقة.2	209	3,5024	1,01016	,06987
الثقة.3	209	3,5694	1,05895	,07325

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الثقة.1	3,786	208	,000	,30622	,1468	,4657
الثقة.2	7,190	208	,000	,50239	,3646	,6401
الثقة.3	7,773	208	,000	,56938	,4250	,7138

جدول النتائج المتعلقة ببُعد المخاطر المتصورة من استخدام التمويل الجماعي

Statistiques sur échantillon uniques				
	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
المخاطر.1	209	3,1962	1,15808	,08011
المخاطر.2	209	2,9665	1,26104	,08723
المخاطر.3	209	3,4880	1,27139	,08794

Test sur échantillon unique						
	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المخاطر.1	2,449	208	,015	,19617	,0382	,3541
المخاطر.2	-,384	208	,701	-,03349	-,2055	,1385
المخاطر.3	5,549	208	,000	,48804	,3147	,6614

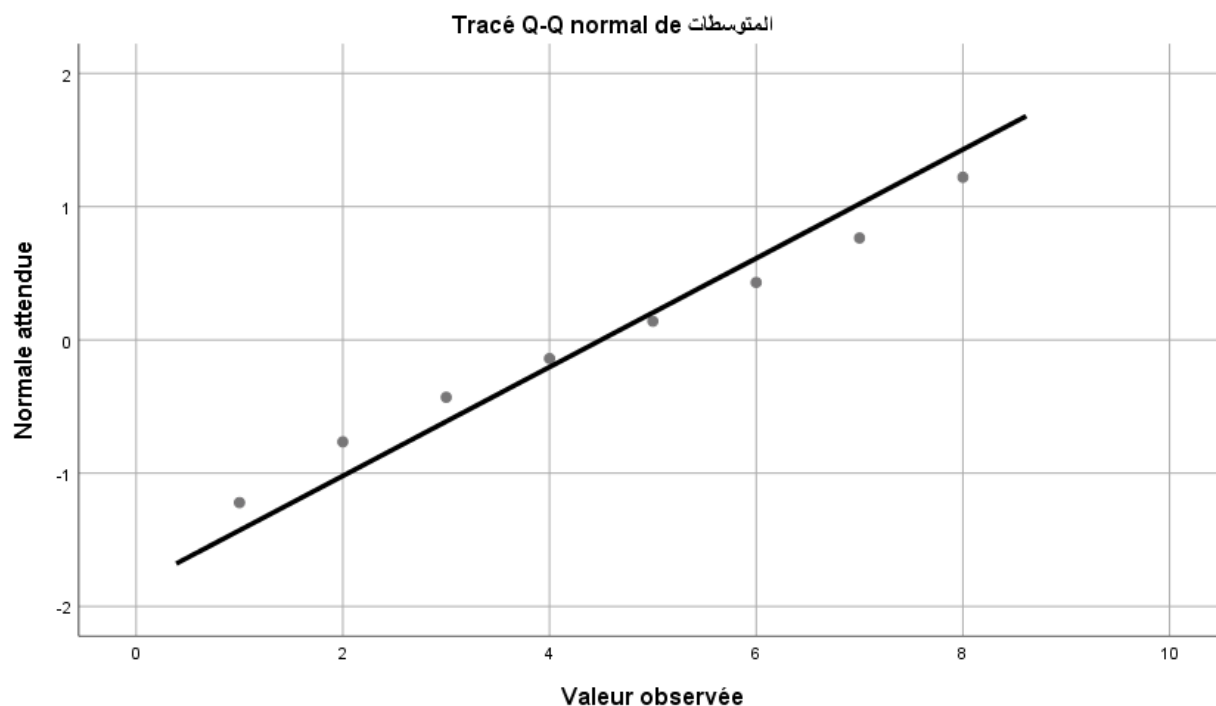
جدول النتائج للمتغير التابع

Statistiques				
		1. السلوك	2. السلوك	3. السلوك
N	Valide	209	209	209
	Manquant	0	0	0
Percentiles	25	4,0000	3,0000	3,0000
	50	4,0000	4,0000	4,0000
	75	5,0000	5,0000	5,0000

Statistiques				
		1. السلوك	2. السلوك	3. السلوك
N	Valide	209	209	209
	Manquant	0	0	0
Erreur standard de la moyenne		,07305	,07770	,09953
Ecart type		1,05614	1,12333	1,43887
Variance		1,115	1,262	2,070
Minimum		1,00	1,00	1,00
Maximum		5,00	5,00	5,00
Percentiles	25	4,0000	3,0000	3,0000
	50	4,0000	4,0000	4,0000
	75	5,0000	5,0000	5,0000

9- نتائج اختبارات اعتدالية التوزيع Kolmogorov-Smirnov و Shapiro-Wilk
لمتوسطات المتغيرات الرئيسية

Tests de normalité						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
المتوسطات	,105	8	,200*	,975	8	,933
*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.						
a. Correction de signification de Lilliefors						



-10 مصفوفة ارتباط بيرسون بين المتغيرات المدروسة

Corrélations									
		الوعي	المتوقع، السلوك	الذاتية، الكفاءة	التأثير الاجتماعي	المنصات، إداء	التجربة، قابلية	الثقة	المخاطر المتصورة
الوعي	Corrélation de Pearson	1	,103**	,208**	,217**	,194**	,193**	,172**	,128**
	Sig. (unilatérale)		,005	,000	,000	,000	,000	,000	,001
	N	836	627	627	836	836	627	627	627
السلوك، المتوقع	Corrélation de Pearson	,103**	1	,125**	,203**	,347**	,419**	,171**	,180**
	Sig. (unilatérale)	,005		,001	,000	,000	,000	,000	,000
	N	627	627	627	627	627	627	627	627
الكفاءة، الذاتية	Corrélation de Pearson	,208**	,125**	1	,298**	,263**	,206**	,236**	,076*
	Sig. (unilatérale)	,000	,001		,000	,000	,000	,000	,029
	N	627	627	627	627	627	627	627	627
التأثير الاجتماعي	Corrélation de Pearson	,217**	,203**	,298**	1	-,003	,368**	,191**	,151**

الملاحق

ي	Sig. (unilatérale)	,000	,000	,000		,466	,000	,000	,000
	N	836	627	627	836	836	627	627	627
إداء المنصات	Corrélation de Pearson	,194**	,347**	,263**	-,003	1	,197**	,278**	,129**
	Sig. (unilatérale)	,000	,000	,000	,466		,000	,000	,001
	N	836	627	627	836	1045	627	627	627
قابلية التجربة	Corrélation de Pearson	,193**	,419**	,206**	,368**	,197**	1	,251**	,144**
	Sig. (unilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	627	627	627	627	627	627	627	627
الثقة	Corrélation de Pearson	,172**	,171**	,236**	,191**	,278**	,251**	1	,056
	Sig. (unilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,080
	N	627	627	627	627	627	627	627	627
المخاطر المتصورة	Corrélation de Pearson	,128**	,180**	,076*	,151**	,129**	,144**	,056	1
	Sig. (unilatérale)	,001	,000	,029	,000	,001	,000	,080	
	N	627	627	627	627	627	627	627	627
*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (unilatéral).									

-11 الانحدار الخطي المتعدد (Raw SPSS Output)

Coefficients ^a								
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Statistiques de colinéarité	
		B	Erreur standard	Bêta			Tolérance	VIF
1	(Constante)	1,120	,227		4,931	,000		
	الوعي	-,036	,032	-,042	-1,132	,258	,856	1,168

الكفاءة الذاتية	-,036	,036	-,038	-,997	,319	,833	1,201
التأثير الاجتماعي	,063	,040	,063	1,586	,113	,754	1,327
إداء المنصات	,296	,040	,279	7,424	,000	,846	1,182
قابلية التجربة	,331	,037	,342	8,890	,000	,808	1,238
الثقة	,008	,042	,007	,187	,852	,855	1,169
المخاطر المتصورة	,092	,035	,094	2,648	,008	,954	1,048

a. Variable dépendante : المتوقع السلوك

Corrélations									
		السلوك المتوقع	الوعي	الكفاءة الذاتية	التأثير الاجتماعي	المنصات إداء	التجربة قابلية	الثقة	المخاطر المتصورة
Corrélation de Pearson	المتوقع السلوك	1,000	,103	,125	,203	,347	,419	,171	,180
	الوعي	,103	1,000	,208	,317	,195	,193	,172	,128
	الكفاءة الذاتية	,125	,208	1,000	,298	,263	,206	,236	,076
	التأثير الاجتماعي	,203	,317	,298	1,000	,084	,368	,191	,151
	المنصات إداء	,347	,195	,263	,084	1,000	,197	,278	,129
	التجربة قابلية	,419	,193	,206	,368	,197	1,000	,251	,144
	الثقة	,171	,172	,236	,191	,278	,251	1,000	,056
	المخاطر المتصورة	,180	,128	,076	,151	,129	,144	,056	1,000
Sig. (unilateral)	المتوقع السلوك	.	,005	,001	,000	,000	,000	,000	,000
	الوعي	,005	.	,000	,000	,000	,000	,000	,001
	الكفاءة الذاتية	,001	,000	.	,000	,000	,000	,000	,029
	التأثير الاجتماعي	,000	,000	,000	.	,018	,000	,000	,000
	المنصات إداء	,000	,000	,000	,018	.	,000	,000	,001
	التجربة قابلية	,000	,000	,000	,000	,000	.	,000	,000
	الثقة	,000	,000	,000	,000	,000	,000	.	,080
	المخاطر المتصورة	,000	,001	,029	,000	,001	,000	,080	.

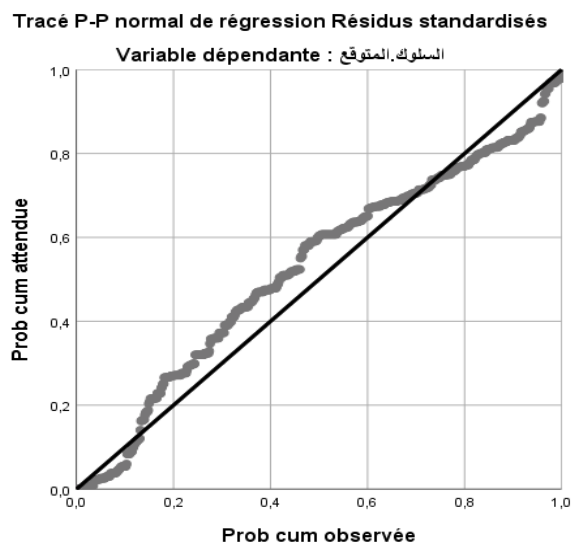
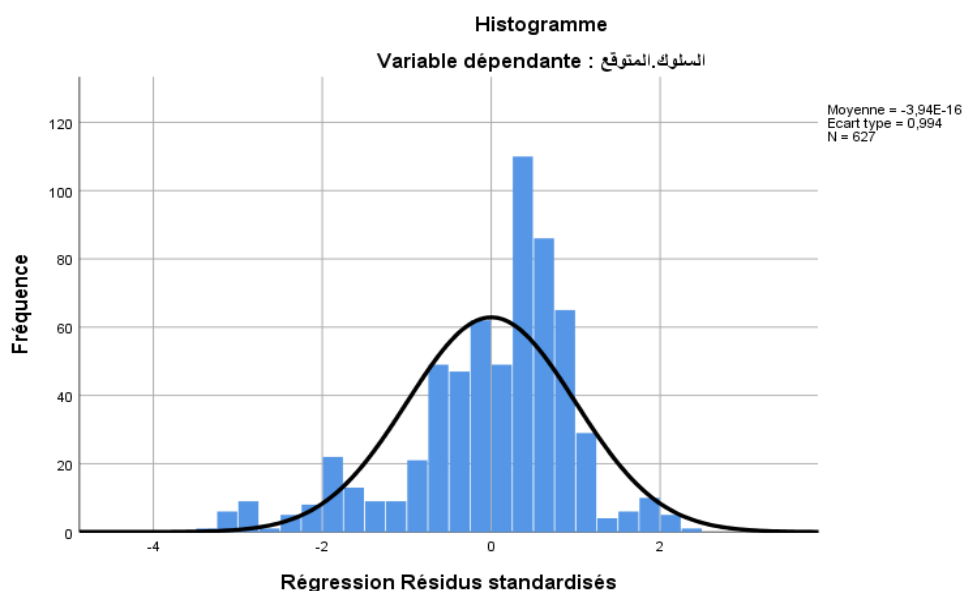
Récapitulatif des modèles ^b										
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Modifier les statistiques					Durbin - Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,512 ^a	,585	,572	1,06458	,572	40,453	7	619	,000	1,832
a. Prédicteurs : (Constante), الثقة، المتصورة، المخاطر، الاجتماعي، التأثير، المنصات، اداء، التجربة، قابلية، الذاتية، الكفاءة، الوعي،										
b. Variable dépendante : المتوقع، السلوك										

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	248,678	7	35,525	31,346	,000 ^b
	de Student	701,526	619	1,133		
	Total	950,204	626			
a. Variable dépendante : المتوقع، السلوك						
b. Prédicteurs : (Constante), الثقة، المتصورة، المخاطر، الاجتماعي، التأثير، المنصات، اداء، التجربة، قابلية، الذاتية، الكفاءة، الوعي،						

Coefficients ^a								
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Statistiques de colinéarité	
		B	Erreur standard	Bêta			Tolérance	VIF
1	(Constante)	1,120	,227		4,931	,000		
	الوعي	-,036	,032	-,042	-1,132	,258	,856	1,168
	الذاتية، الكفاءة	-,036	,036	-,038	-,997	,319	,833	1,201
	الاجتماعي، التأثير	,063	,040	,063	1,586	,113	,754	1,327
	المنصات، اداء	,296	,040	,279	7,424	,000	,846	1,182
	التجربة، قابلية	,331	,037	,342	8,890	,000	,808	1,238
	الثقة	,008	,042	,007	,187	,852	,855	1,169
	المخاطر، المتصورة	,092	,035	,094	2,648	,008	,954	1,048
a. Variable dépendante : المتوقع، السلوك								

Diagnostics de colinéarité ^a											
Modèle	Dimension	Valeur propre	Index de condition	Proportions de la variance							
				(Constante)	الوعي	الكفاءة الذاتية	التأثير الاجتماعي	إداء المنصات	قابلية التجربة	الثقة	المخاطر المتصورة
1	1	7,409	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,133	7,453	,01	,50	,00	,09	,02	,00	,01	,31
	3	,119	7,888	,00	,27	,13	,00	,01	,02	,07	,47
	4	,106	8,344	,00	,18	,00	,53	,08	,06	,04	,02
	5	,084	9,380	,00	,00	,66	,01	,00	,24	,11	,05
	6	,064	10,754	,00	,01	,06	,18	,01	,54	,47	,01
	7	,054	11,672	,01	,03	,13	,18	,65	,10	,22	,05
	8	,029	15,907	,98	,00	,02	,01	,22	,04	,08	,10

a. Variable dépendante : المتوقع السلوك



الفهارس

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1-1	ملخص الاختلافات بين المسرعات والحاضنات والمستثمرين الملائكيين	38
1-3	الجدول الزمني للتمويل الجماعي في الو. م. أ.	80
2-3	جدول تطور عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر (2018-2024)	143
3-3	جدول التمويل الجماعي في الجزائر مقارنة بالدول الرائدة	159
4-3	جدول شامل لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة بتعريفاتها وأساليب قياسها.	171
5-3	جدول الإحصاءات الوصفية.	173
6-3	جدول تقسيم فئات مقياس ليكرت الخماسي حسب المستوى	174
7-3	جدول اختبار الصدق والثبات.	174
8-3	جدول نتائج تحليل الثبات حسب أبعاد الاستبيان.	175
9-3	جدول أدوات التحليل الاستدلالي.	176
10-3	جدول توزيع العينة حسب الجنس	177
11-3	جدول توزيع العينة حسب الفئة العمرية	178
12-3	جدول توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	178
13-3	جدول توزيع العينة حسب قطاع نشاط المؤسسة الناشئة	179
14-3	جدول توزيع العينة حسب إطلاق المشروع الناشئ أولم يُطلق بعد	179
15-3	جدول توزيع العينة حسب سنة الإطلاق أو السنة المتوقعة	180
16-3	جدول توزيع العينة حسب الاستعداد لاستخدام منصات التمويل الجماعي أولا	181

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
17-3	جدول نتائج بُعد الوعي نحو التمويل الجماعي	182
18-3	جدول نتائج بُعد الكفاءة الذاتية نحو التمويل الجماعي	184
19-3	جدول نتائج بُعد التأثير الاجتماعي نحو التمويل الجماعي	186
20-3	جدول نتائج بُعد التصرف السلوكي المتوقع نحو التمويل الجماعي	188
21-3	جدول نتائج بُعد أداء منصات التمويل الجماعي	190
22-3	جدول نتائج بُعد قابلية التجربة نحو التمويل الجماعي	192
23-3	جدول نتائج بُعد الثقة في منصات التمويل الجماعي	193
24-3	جدول نتائج بُعد المخاطر المتصورة من استخدام التمويل الجماعي	195
25-3	جدول الإحصائيات الوصفية للمتغير التابع "السلوك المتوقع"	198
26-3	نتائج اختبارات اعتدالية التوزيع Kolmogorov-Smirnov و Shapiro-Wilk لمتوسطات المتغيرات الرئيسية	199
27-3	جدول نتائج الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع	200
28-3	جدول نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتفسير السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي	203
29-3	جدول نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد	204
30-3	جدول نتائج اختبار الفرضية الثانية	206
31-3	جدول نتائج اختبار الفرضية الثالثة	207
32-3	جدول نتائج اختبار الفرضية الرابعة	208
33-3	جدول نتائج اختبار الفرضية الخامسة	210
34-3	جدول نتائج اختبار الفرضية السادسة	211

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1-2	تصنيفات التمويل الجماعي	54
2-2	نموذج توضيحي لحملة التمويل الجماعي.	67
1-3	حجم سوق التمويل الجماعي العالمي في عام 2024 ومعدل النمو.	77
2-3	حجم سوق التمويل الجماعي العالمي 2028/2024 بمعدل نمو سنوي مركب 16.5%.	78
3-3	ترتيب الدول حسب قيمة رأس المال المجمع عن طريق التمويل الجماعي في العالم لسنة 2023.	83
4-3	حصة سوق التمويل الجماعي في الو.م.أ. حسب المستخدم النهائي لسنة 2023.	85
5-3	سوق التمويل الجماعي في الولايات المتحدة حسب النوع 2020-2030 (الوحدة مليون دولار أمريكي)	86
6-3	أكبر حملات Indiegogo في جميع أنحاء العالم اعتبارًا من 03 ديسمبر 2024، من حيث المبلغ الذي تم جمعه (بمليون دولار أمريكي)	94
7-3	إحصائيات أعلى معدلات الإحالة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	97
8-3	القيمة الإجمالية لرأس المال الرقمي الذي تم جمعه في أوروبا في عام 2023، حسب الدولة.	108
9-3	عدد منصات التمويل الجماعي العاملة في أوروبا اعتبارًا من مارس 2023 حسب البلد.	109
10-3	قيمة رأس المال المجمع والمتوقع عن طريق التمويل الجماعي في ألمانيا (2017.2028) الوحدة مليون دولار أمريكي.	111
11-3	رحلة نجاح منصة Beehive منذ تأسيسها في نوفمبر 2014	131

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	مراجع أبعاد الاستبيان	248
02	الاستبيان (الاستمارة)	249
03	قائمة الأساتذة المحكمين	253
04	النتائج المتعلقة بمخرجات برنامج SPSS25	254

العنوان	الصفحة
تشكرات	
إهداء	
مقدمة عامة	أ - ي
الفصل الاول: الإطار المفاهيمي والنظام البيئي للمؤسسات الناشئة.	
تمهيد	02
المبحث الاول: نظرة عامة عن المؤسسات الناشئة.	
1-1	04 إحاطة نظرية بمفهوم المؤسسات الناشئة.
2-1	07 تحليل تعريفات المؤسسة الناشئة (المعايير المشتركة ووجهات النظر العلمية).
3-1	09 الاستنتاجات من تعاريف المؤسسة الناشئة.
4-1	09 التعريف المقترح للمؤسسة الناشئة.
5-1	10 الفرق بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة.
1-5-1	11 معنى المؤسسات الناشئة.
2-5-1	11 معنى المؤسسات الصغيرة.
6-1	12 الاختلافات الرئيسية بين المؤسسة الناشئة والمؤسسات الصغيرة.
1-6-1	12 زيادة القيمة.
2-6-2	12 الاستثمار.
3-6-1	12 هدف السوق.
4-6-1	13 الربحية.
5-6-1	13 المخاطرة وعدم اليقين.
6-6-1	13 التمويل.

14	المبحث الثاني: دورة حياة المؤسسات الناشئة وتحديات الانتقال من بدء التشغيل إلى التوسع.
14	1-2 دورة حياة المؤسسات الناشئة.
14	1-1-2 مرحلة التمهيد.
15	2-1-2 مرحلة البذور.
15	3-1-2 مرحلة الانشاء.
16	2-2 تحديات المؤسسات الناشئة.
16	1-2-2 التحديات المالية.
17	2-2-2 الموارد البشرية.
17	3-2-2 آليات الدعم.
17	4-2-2 العناصر البيئية.
18	5-2-2 تحديات الانتقال في الابتكار من مرحلة بدء التشغيل إلى مرحلة التوسع.
19	3-2 محفزات النظام البيئي على قدرات الابتكار للمؤسسات الناشئة.
19	1-3-2 التأثير الايجابي لدافع ريادة الأعمال على قدرات الابتكار للمؤسسات الناشئة.
20	2-3-2 التأثير الايجابي للنظام البيئي على تحديات المؤسسة الناشئة للانتقال من مرحلة بدء التشغيل الى مرحلة التوسع.
22	3-3-2 التأثير الايجابي للنظام البيئي على قدرات الابتكار لدى المؤسسات الناشئة.
23	4-3-2 التأثير الايجابي للقدرة على التكيف الاستراتيجي على قدرات الابتكار لدى المؤسسات الناشئة.

24	التأثير الايجابي للقدرة على التكيف الاستراتيجي على تحديات المؤسسة الناشئة للانتقال من مرحلة بدء التشغيل الى مرحلة التوسع.	5-3-2
26	المبحث الثالث: ابتكار نموذج الأعمال في المؤسسات الناشئة.	
26	نماذج الأعمال في المؤسسات الناشئة.	1-3
27	تعريف الابتكار.	2-3
28	أنواع الابتكار.	3-3
29	ابتكار المنتجات.	1-3-3
29	ابتكار العمليات.	2-3-3
29	الابتكار التسويقي.	3-3-3
29	الابتكار التنظيمي.	4-3-3
30	المؤسسات الناشئة والابتكار المفتوح.	4-3
31	الحاضنات كوسطاء ابتكاريين مفتوحين.	5-3
33	المبحث الرابع: آليات الحضانة ومسرعات تعلم ريادة الأعمال.	
33	آليات الحضانة.	1-4
34	تطور آليات الحضانة.	2-4
35	مسرعات ريادة الأعمال.	3-4
37	اختلافات نماذج الحضانة.	4-4
40	خلاصة الفصل	
الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للتمويل الجماعي.		
42	تمهيد	
44	المبحث الاول: نظرة عامة عن التمويل الجماعي.	
45	إحاطة نظرية بمفهوم التمويل الجماعي.	1-2

47	تحليل تعريفات التمويل الجماعي (المعايير المشتركة ووجهات النظر العلمية).	2-2
48	الاستنتاجات من التعاريف.	3-2
50	التعريف المقترح للتمويل الجماعي.	4-2
50	التمايز بين التعهيد الجماعي والاستثمار الجماعي.	5-2
52	المبحث الثاني: نماذج التمويل الجماعي (أنواع التمويل الجماعي).	
52	التصنيفات المختلفة للتمويل الجماعي.	1-2
55	نموذج التمويل الجماعي المستند إلى التبرعات.	2-2
55	نموذج التمويل الجماعي المستند إلى المكافآت والشراء المسبق.	3-2
57	نموذج التمويل الجماعي المستند إلى الأسهم.	4-2
57	نموذج التمويل الجماعي القائم على الإقراض.	5-2
59	المبحث الثالث: منصات التمويل الجماعي والجهات الفاعلة فيها.	
60	دور وفوائد منصات التمويل الجماعي.	1-3
61	الجهات الفاعلة والمرتبطة بمنصات التمويل الجماعي.	2-3
61	المؤسس.	1-2-3
61	الممول.	2-2-3
61	منصة التمويل الجماعي.	3-2-3
62	عملية حملة التمويل الجماعي على المنصات.	3-3
62	مرحلة تقديم الطلب.	1-3-3
63	مرحلة إعداد الحملة.	2-3-3
64	مرحلة تنفيذ حملة التمويل الجماعي.	3-3-3
65	وضعية التمويل الجماعي بعد انتهاء الحملة.	4-3-3

68	المبحث الرابع: عوامل النجاح في التمويل الجماعي مع الأخذ في الاعتبار ديناميكيات المشروع.	
68	تعريف المصطلحات وتصنيف ديناميكيات المشروع.	1-4
68	تعريف المشروع.	1-1-4
69	تقدم المشروع.	2-1-4
70	ديناميكيات المشروع.	3-1-4
71	عوامل النجاح الرئيسية في التمويل الجماعي مع مراعاة ديناميكيات المشروع.	2-4
71	مدة المشروع كعامل نجاح.	1-2-4
72	عامل النجاح عدد الداعمين.	2-2-4
73	عامل النجاح مبلغ التمويل.	3-2-4
75	خلاصة الفصل	
الفصل الثالث: قابلية اعتماد التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر: دراسة ميدانية مع عرض تجارب دولية		
77	تمهيد	
79	المبحث الأول: دراسة حالة التمويل الجماعي في الولايات المتحدة الأمريكية.	
79	البداية والتطور المبكر للتمويل الجماعي في الو.م.أ.	1-1
81	الأطر القانونية والتنظيمية للتمويل الجماعي في الو.م.أ.	2-1
82	واقع التمويل الجماعي في الولايات المتحدة الأمريكية.	3-1
85	التمويل الجماعي في الولايات المتحدة الأمريكية.	4-1
87	أنواع التمويل الجماعي في الو.م.أ.	5-1
87	التمويل الجماعي القائم على التبرعات.	1-5-1
88	التمويل الجماعي على أساس المكافأة.	2-5-1
88	التمويل الجماعي القائم على الأسهم.	3-5-1

89	التمويل الجماعي القائم على الديون (الإقراض من نظير إلى نظير أو إقراض P2P).	4-5-1
90	التمويل الجماعي القائم على حقوق الملكية.	5-5-1
90	التمويل الجماعي العقاري.	6-5-1
91	التمويل الجماعي المجتمعي (القائم على المجتمع).	7-5-1
91	التمويل الجماعي غير الربحي.	8-5-1
92	أهم منصات التمويل الجماعي في الو. م. أ.	6-1
92	منصة Kickstarter.	1-6-1
93	منصة Indiegogo.	2-6-1
95	منصة GoFundMe.	3-6-1
98	منصة CrowdStreet.	4-6-1
100	المبحث الثاني: دراسة حالة التمويل الجماعي في ألمانيا.	
100	بداية وتطور التمويل الجماعي في ألمانيا.	1-2
104	الإطار التنظيمي والقانوني للتمويل الجماعي في ألمانيا.	2-2
104	اللوائح والتوجيهات التنظيمية والقانونية الأوروبية	1-2-2
105	اللوائح الوطنية التنظيمية والقانونية في ألمانيا.	2-2-2
107	واقع التمويل الجماعي في ألمانيا.	3-2
111	أنواع التمويل الجماعي في ألمانيا.	4-2
112	التمويل الجماعي على أساس المكافأة.	1-4-2
112	التمويل الجماعي للأسهم.	2-4-2
113	التمويل الجماعي القائم على الديون (القائم على الإقراض).	3-4-2
113	التمويل الجماعي القائم على التبرع.	4-4-2
115	أهم منصات التمويل الجماعي في ألمانيا.	5-2

115	منصة Kickstarter الألمانية.	1-5-2
115	منصة Startnexus.	2-5-2
116	منصة Seedmatch.	3-5-2
117	منصة Companisto.	4-5-2
119	المبحث الثالث: دراسة حالة التمويل الجماعي في الامارات العربية المتحدة.	
119	المراحل الرئيسية لتطور التمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة.	1-3
121	الإطار التنظيمي والقانوني للتمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة.	2-3
121	دور هيئة الأوراق المالية والسلع (SCA).	1-2-3
122	دور سلطة دبي للخدمات المالية (DFSA).	2-2-3
123	دور سوق أبوظبي العالمي (ADGM)	3-2-3
124	التكامل مع المعايير الدولية ومستقبل التنظيم.	4-2-3
125	أنواع التمويل الجماعي في الإمارات العربية المتحدة.	3-3
125	التمويل الجماعي القائم على التبرعات.	1-3-3
126	التمويل الجماعي القائم على المكافآت.	2-3-3
126	التمويل الجماعي القائم على الأسهم.	3-3-3
127	التمويل الجماعي القائم على الديون (إقراض نظير إلى نظير).	4-3-3
128	أهم منصات التمويل الجماعي في دولة الامارات العربية المتحدة.	4-3
128	منصة Eureeca	1-4-3
130	منصة Beehive	2-4-3
131	منصة Dubai Next	3-4-3

135	المبحث الرابع: تجربة الجزائر في المؤسسات الناشئة	
135	المؤسسات الناشئة في الجزائر التعريف والخصائص.	1-4
136	تعريف المؤسسات الناشئة في الجزائر	1-1-4
136	الخصائص الرئيسية للمؤسسات الناشئة في الجزائر	2-1-4
138	الإطار القانوني لتصنيف المؤسسات الناشئة والمشاريع المبتكرة والحاضنات في الجزائر	2-4
138	شروط منح تصنيف "شركة ناشئة"	1-2-4
138	شروط منح تصنيف "مشروع مبتكر"	2-2-4
139	شروط منح تصنيف "حاضنة"	3-2-4
139	إجراءات وآليات الدعم للمؤسسات المصنفة	4-2-4
139	الدعم الحكومي والمؤسساتي للمؤسسات الناشئة في الجزائر	3-4
140	وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة	1-3-4
140	الوكالة الوطنية لترقية البحث وتطوير التكنولوجيا (ANPRT)	2-3-4
141	النظام البيئي للمؤسسات الناشئة: الحاضنات والمسرعات	3-3-4
142	المجلس الوطني لتقييم المؤسسات الناشئة (CNEIE)	4-3-4
142	تطور عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر (2018-2024)	4-4
143	التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر	5-4
143	العقبات البيروقراطية	1-5-4
144	محدودية الوصول إلى رأس المال الاستثماري	2-5-4
144	الحواجز الثقافية	3-5-4
145	الحواجز التجارية الدولية	4-5-4
145	دور التكنولوجيا والابتكار	5-5-4
146	الفرص المستقبلية أمام الشركات الناشئة في الجزائر	6-4

146	التحول الرقمي المتسارع	1-6-4
146	الإصلاحات الحكومية ودعم ريادة الأعمال	2-6-4
146	إمكانات سوق الطاقة المتجددة	3-6-4
147	الموقع الجغرافي الاستراتيجي للجزائر	4-6-4
147	رأس المال البشري الشاب والمبدع	5-6-4
148	المبحث الخامس: التمويل الجماعي في الجزائر: التحديات والفرص من منظور مقارن مع تجارب الو. م. أ. ألمانيا والإمارات العربية المتحدة.	
148	المشهد العام للتمويل الجماعي في الجزائر	1-5
148	تطور التمويل الجماعي في الجزائر	1-1-5
149	تحديات التمويل الجماعي في الجزائر	2-1-5
149	التحديات التنظيمية والقانونية	2-5
149	غياب الإطار القانوني للتمويل الجماعي	1-2-5
150	التحديات القانونية الأخرى	2-2-5
150	ضعف الوعي بالتمويل الجماعي	3-2-5
151	المبادرات الناشئة في التمويل الجماعي	3-5
151	منصات التمويل الجماعي المحلية	1-3-5
152	المبادرات الحكومية	2-3-5
152	دعم القطاع الخاص	3-3-5
153	مقارنة الجزائر مع الدول الرائدة في التمويل الجماعي: أمريكا، ألمانيا والإمارات العربية المتحدة	4-5
153	الإطار التشريعي والتنظيمي	1-4-5
154	البيئة الثقافية والوعي العام بالتمويل الجماعي	2-4-5
155	الدعم الحكومي والتمويل المؤسسي	3-4-5
156	تجارب عملية وحالات دراسية	4-4-5

157	الفرص والآفاق المستقبلية	5-5
157	دور الشباب والتكنولوجيا في توسيع نطاق التمويل الجماعي	1-5-5
158	ضرورة الإصلاحات القانونية لتعزيز البيئة التمكينية	2-5-5
158	التمويل الجماعي في الجزائر: تحليل مقارنة مع التجارب الدولية واستخلاص الدروس	6-5
160	خلاصة تحليلية للمقارنة	1-6-5
161	دروس مستفادة من المقارنة الدولية	2-6-5
162	المبحث السادس: قابلية اعتماد التمويل الجماعي من قبل المؤسسات الناشئة في الجزائر: دراسة عينة من المؤسسات الناشئة	
163	الإطار المنهجي للدراسة	1-5
163	المنهج المعتمد في الدراسة	1-1-5
163	أداة الدراسة	2-1-5
164	مراحل إعداد الاستبيان	3-1-5
166	عينة الدراسة	4-1-5
167	أساليب التحليل الإحصائي	5-1-5
167	حدود الدراسة	6-1-5
168	متغيرات الدراسة	2-5
168	المتغيرات المستقلة	1-2-5
170	المتغير التابع: السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي	2-2-5
173	أدوات المعالجة الإحصائية المستخدمة في الدراسة	3-5
173	الإحصاءات الوصفية	1-3-5
174	اختبار الصدق والثبات	2-3-5
175	أدوات التحليل الاستدلالي	3-3-5
176	عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية.	4-5

177	عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالبيانات الشخصية والديمغرافية	1-4-5
182	عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد الوعي نحو التمويل الجماعي	2-4-5
183	عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد الكفاءة الذاتية نحو التمويل الجماعي	3-4-5
185	عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد التأثير الاجتماعي نحو التمويل الجماعي	4-4-5
188	عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد التصرف السلوكي المتوقع نحو التمويل الجماعي	5-4-5
189	عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد أداء منصات التمويل الجماعي	6-4-5
192	عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد قابلية التجربة نحو التمويل الجماعي	7-4-5
193	عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد الثقة في منصات التمويل الجماعي	8-4-5
195	عرض وتحليل النتائج المتعلقة ببُعد المخاطر المتصورة من استخدام التمويل الجماعي	9-4-5
197	تحليل المتغير التابع: السلوك المتوقع لتبني التمويل الجماعي	5-5
197	العبارات المعتمدة في تكوين المتغير التابع	1-5-5
197	الإحصائيات الوصفية لمتغير السلوك المتوقع	2-5-5
198	عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمتغير التابع	3-5-5

199	اختبار فرضيات الدراسة وتفسير النموذج السلوكي لتبني التمويل الجماعي في ضوء النتائج العامة	6-5
199	اختبار اعتدالية توزيع المتوسطات	1-6-5
200	تحليل علاقة الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع	2-6-5
202	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد	3-6-5
203	التحليل الأكاديمي لنتائج الانحدار الخطي المتعدد	4-6-5
205	اختبار فرضيات الدراسة	5-6-5
212	تحليل ومناقشة الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة والدراسات السابقة	6-6-5
220	خلاصة الفصل التطبيقي	
222	خاتمة عامة	
223	التوصيات الختامية	
224	آفاق البحث المستقبلية	
226	تصنيف المراجع الأكاديمية	
243	الملاحق	
265	فهرس الجداول	
267	فهرس الاشكال	
268	فهرس الملاحق	
269	فهرس المحتويات	

تتناول هذه الدراسة موضوع التمويل الجماعي كألية بديلة لتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، مستنيرةً بتجارب دولية رائدة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، والإمارات العربية المتحدة. تهدف الدراسة إلى تحليل مدى قابلية تبني هذه الآلية التمويلية الجديدة في البيئة الجزائرية، مع استكشاف العوامل المؤثرة في قرار التبني، وذلك من خلال بناء إطار نظري متين ودراسة ميدانية شملت 209 مؤسسة ناشئة جزائرية.

اعتمدت الدراسة منهجًا تحليليًا واستدلاليًا، بالاستناد إلى الأدبيات الدولية الحديثة، إلى جانب تحليل إحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS 25 ، وأظهرت النتائج أن أداء المنصات وجودة التجربة تُمثلان المحددات الرئيسة لنوايا تبني التمويل الجماعي، بينما لم يكن للوعي الريادي والكفاءة الذاتية والتأثير الاجتماعي تأثير معنوي يُذكر. كما تبين أن المخاطر المتصورة تمثل عائقًا جوهريًا أمام الانتشار الواسع لهذه الآلية.

خلصت الدراسة إلى جملة من التوصيات، منها ضرورة إصلاح البيئة التنظيمية، تعزيز الثقافة المالية والرقمية، وتطوير منصات وطنية موثوقة، بما يساهم في بناء نظام تمويلي بديل أكثر شمولاً واستدامة للمؤسسات الناشئة الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: التمويل الجماعي، المؤسسات الناشئة، الجزائر، البيئة التنظيمية، الثقافة المالية، الابتكار المالي.

Abstract in English

This study addresses crowdfunding as an alternative financing mechanism for startups in Algeria, inspired by leading international experiences from the United States, Germany, and the United Arab Emirates. It aims to assess the potential adoption of crowdfunding in the Algerian environment and to identify the key factors influencing entrepreneurs' decisions, through a robust theoretical framework and a field study involving 209 Algerian startups.

The research adopted an analytical and empirical approach, combining insights from recent international literature with statistical analysis of survey data using SPSS 25. The results indicated that platform performance and user experience are the main predictors of crowdfunding adoption intentions, whereas entrepreneurial awareness, self-efficacy, and social influence did not show significant effects. Perceived risks were found to be a major barrier hindering broader adoption.

The study concludes with several recommendations, including the need for regulatory reforms, enhancement of financial and digital literacy, and the development of trustworthy national crowdfunding platforms, aiming to foster a more inclusive and sustainable financial ecosystem for Algerian startups.

Keywords: Crowdfunding, Startups, Algeria, Regulatory Environment, Financial Literacy, Financial Innovation.