

جامعة 20 أوت 1955 -سكيكدة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تنظم الملتقى الوطني حول:

"ريادة الأعمال والابتكار الرقمي -فرص وتحديات -"

يوم 08 ديسمبر 2025

<p>الاسم واللقب: سوسن زيرق</p> <p>الرتبة: أستاذ</p> <p>المؤسسة: جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة</p> <p>المخبر: مخبر اقتصاد، مالية وإدارة أعمال</p> <p>(ECOFIMA)</p> <p>الأيمل المهني: <a href="mailto:s.zirek@univ-skikda.dz">s.zirek@univ-skikda.dz</a></p> <p>محور المداخلة: ريادة الأعمال والتحول الرقمي (المحور 02)</p> <p>عنوان المداخلة: أهمية مسابقات الإبداع كأحد نماذج الابتكار المفتوح في دعم ونمو المؤسسات الناشئة -دراسة حالة -</p>	<p>الاسم واللقب: عيسى روابحية</p> <p>الرتبة: أستاذ محاضر (أ)</p> <p>المؤسسة: جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة</p> <p>المخبر: مخبر اقتصاد، مالية وإدارة أعمال</p> <p>(ECOFIMA)</p> <p>الأيمل المهني: <a href="mailto:a.rouabhia@univ-skikda.dz">a.rouabhia@univ-skikda.dz</a></p> <p>محور المداخلة: ريادة الأعمال والتحول الرقمي (المحور 02)</p> <p>عنوان المداخلة: أهمية مسابقات الإبداع كأحد نماذج الابتكار المفتوح في دعم ونمو المؤسسات الناشئة -دراسة حالة -</p>
--	---

# أهمية مسابقات الإبداع كأحد نماذج الابتكار المفتوح في دعم ونمو المؤسسات الناشئة -دراسة حالة-

د. عيسى رواجية جامعة سكيكدة

أ.د. سوسن زيرق جامعة سكيكدة

## مقدمة:

تواجه المؤسسات الكثير من التحديات في ظل البيئة التنافسية الراهنة والمتغيرات الاقتصادية المعقدة، مما أدى إلى حاجتها أكثر فأكثر إلى الارتقاء بمنتجاتها واحتلال موقع تنافسي في السوق المحلية والعالمية خاصة مع التوسع في نطاق الأسواق وتغير في أساليب المنافسة مع دخول الشركات متعددة الجنسيات والعابرة للقارات، وباعتبار الناشئة أحد أهم مرتكزات بناء الاقتصاد الوطني لأي دولة فقد فرضت هذه المعطيات ضرورة البحث في آليات إبداعية مبتكرة لبناء مزاي تنافسية تواكب هذه المستجدات، وفي ذلك بدأ الحديث عن أهمية الابتكار المفتوح كآلية لتعزيز أداء تلك المؤسسات ودعم تواجدها المحلي وحتى العالمي.

أوضحت الشركات الناشئة جزاءً أساسياً من البيئة الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة، حيث يمكن للشركات الكبرى الاستفادة من الأفكار الجديدة والتقنيات المبتكرة التي تساهم في تحسين منتجاتها وعملياتها. وبدورها تقوم بدعم المؤسسات الناشئة من خلال تقديم الخبرات والموارد المالية والتكنولوجية، مما يعزز من فرص نجاحها في السوق الدولية، حيث تتميز بقدرتها على التجديد والابتكار بشكل سريع وفعال. يعود ذلك إلى طبيعة تكوينها، حيث تسعى إلى تقديم حلول جديدة ومبتكرة للمشاكل الموجودة في السوق. تتمثل قوة هذه الشركات في قدرتها على التكيف مع المتغيرات السريعة في السوق واستيعاب التحديات بسرعة ومرونة، مما يسمح لها بالتنافس بشكل فعال رغم حداثة نشأتها. في الجانب الآخر فإن الشركات الكبرى تواجه تحديات في عمليات الابتكار وتقديم المنتجات الجديدة نظرًا لتعقيدات هياكلها البيروقراطية.

بالنسبة للشركات الناشئة، فإنها تواجه صعوبات في بناء قاعدة عملاء متينة بسبب عدم خبرتها وحداثة نشأتها. في هذا السياق، تعد الشركات الكبرى ذات المنتجات والخدمات المتنوعة وقواعد العملاء الكبيرة ذات تأثير قوي في السوق، حيث تتمتع بقدرات مالية وتسويقية تزيد من مكانتها في الصناعة. ومع ذلك، يمكن أن يعيق التعقيد البيروقراطي لهذه الشركات القدرة على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق ومتطلبات العملاء المتغيرة. من هنا يكمن أهمية الابتكار المفتوح كوسيلة لتبادل المعرفة والخبرات بين الشركات المختلفة، سواء الناشئة أو الكبرى، بهدف تعزيز قدرتها على التكيف والتطور في بيئة الأعمال المتغيرة باستمرار. يأتي الابتكار المفتوح كوسيلة فعالة لمشاركة الأفكار والتكنولوجيا والخبرة بين الشركات المختلفة. يمكن أن يساهم هذا الأخير في تعزيز التعاون بين الشركات الناشئة والكبرى، وبالتالي يمكن أن يؤدي إلى تحسين عمليات الابتكار وتقديم المنتجات والخدمات الأكثر تميزًا وفعالية إلى السوق.

## 1- ماهية المؤسسات الناشئة:

في ظل التغيرات الحاصلة وتسارع وتيرة التطور والنمو في كل المجالات، أصبحت المؤسسات الناشئة ضرورة لا بد منها لأنها تساهم بشكل كبير في إستراتيجية التنمية المحلية وتطوير وإنعاش الاقتصاد الوطني.

### 1-1 مفهوم المؤسسات الناشئة:

تعرف المؤسسة الناشئة Start-up اصطلاحاً حسب القاموس الإنجليزي على أنها مشروع صغير بدأ للتو وكلمة Start-up تتكون من جزأين "Start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و "Up" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي. بدأ استخدام المصطلح Start up بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس المال المخاطر ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك، وفي أيامنا الحالية يعرفه القاموس الفرنسي على أنها المؤسسات الشابة المبتكرة، في قطاع التكنولوجيات الحديثة بينما عرفها Paul Graham في مقاله المشهور حول النمو Growth على أنها شركة صممت لتنمو بسرعة، و كونها تأسست حديثاً لا يجعل منها شركة ناشئة في حد ذاتها، كما أنه ليس من الضروري أن تكون الشركات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا، أو أن تمول من قبل مخاطر أو مغامر أو أن يكون لها نوع من خطط الخرج حيث الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو وأي شيء آخر يرتبط بالشركات الناشئة يتبع النمو و حسب Paul Graham فإن النمو الجيد يكون بين 5 و 7 بالمائة أسبوعياً وأحياناً بشكل استثنائي 10 بالمائة. (كرمية، 2023، صفحة 15)

ويمكن تعريف المؤسسات الناشئة على أنها مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، وبغض النظر عن حجم الشركة، أو قطاع أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بارتفاع عدم التأكد ومخاطرة عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها. يمكن تعريف المؤسسات الناشئة على أنها مؤسسات حديثة النشأة تبتكر منتجاً جديداً (خدمة) جديدة كلياً أو في شكل صيغة فريدة لمنتج قديم، تمتلك الطموح للتوسع بالشكل الكبير، وتسعى غالباً لإيجاد نموذج ربحي يحقق الطموح خلال السنوات الأخيرة. (كرمية، 2023، صفحة 15)

يمكن تعريف المؤسسة الناشئة على أنها: مؤسسة تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، وبغض النظر عن حجم الشركة، أو القطاع أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بارتفاع عدم التأكد ومخاطر عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها، أما Paul Graham مؤسس حاضنة الأعمال Y Combinator فيعرف المؤسسة الناشئة في مقاله Startup-Growth أنها مؤسسة مصممة للنمو بسرعة وحادثة تأسيسها لا تجعل منها مؤسسة ناشئة، كما أنه ليس شرطاً أن تعمل المؤسسات الناشئة بمجال التكنولوجيا، أو أن تحصل على تمويل من رأس المال المخاطر، الشيء الأساسي الوحيد هو النمو، وكل ما يربطه عادة بالمؤسسات الناشئة ينشأ كنتيجة لهذا النمو.

من خلال التعريفات السابقة يمكن أن نعرف المؤسسة الناشئة على أنها مؤسسة حديثة التأسيس تسعى إلى تقديم منتج أو خدمة مبتكرة، تستهدف من خلالها سوقاً واسعاً، وتتميز بإمكانية نمو سريعة بالرغم من مواجهتها لمستويات عالية من عدم التأكد والمخاطر. (بومليحة، حلاسي، و بوناب، 2025، صفحة 08)

## 1-2- أهمية المؤسسات الناشئة:

تلعب المؤسسات الناشئة بتجسيد أفكارها الاستثمارية ورؤوس أموالها الصغيرة دورا معتبرا في عملية التنمية، فهي تساهم في تحقيق الإقلاع الاقتصادي و التنوع الاقتصادي للدول التي تفتقر إلى ذلك، وتمس أهمية هذه المؤسسات الجانب الاجتماعي و الاقتصادي لعملية التنمية، دون أن ننسى انه مع بروز التنمية المستدامة وتطور وظائف هذه المؤسسات برز ما يعرف بالمؤسسات الناشئة الخضراء التي تساهم في تحقيق البعد البيئي بالإضافة إلى الأبعاد. (كرمية، 2023، صفحة 15) السابقة، وعلى العموم ففي إطار تحديد أهمية هذا النوع من المؤسسات نجد انه تعمل المؤسسات الناشئة على كل مما يلي:

- ✓ خلق فرص للعمل بشكل مباشر أو غير مباشر مما يساهم في القضاء على مشكلة الفقر و مشكلة البطالة .
- ✓ أداة فعالة لتوطن الأنشطة في المناطق النائية، مما يجعلها أداة هامة لترقية تهمين الموارد المحلية وإحدى وسائل التكامل و الاندماج بين المناطق.
- ✓ تساهم في تمكين الفئات التي تمتلك الأفكار الاستثمارية ولا تمتلك القدرات المالية والإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية.
- ✓ تساهم في تزويد السوق بمختلف المنتجات الممكنة وبالتالي تساهم في إحلال الواردات - .
- ✓ تساهم في تزويد مختلف المشاريع بما تحتاج إليه في عملية الاستثمار - .
- ✓ تساهم في تحسين النمو الاقتصادي من خلال القيم المضافة التي تحققها. . (كرمية، 2023، صفحة 16)

## 1-3- مميزات وخصائص المؤسسات الناشئة:

للمؤسسات الناشئة مجموعة من الخصائص التي تنفرد بها وتميزها عن الأنواع الأخرى من المؤسسات، والتي وردت في مختلف التعاريف:

- ✓ مؤسسة حديثة التكوين شابة ومؤقتة :معظم المؤسسات الناشئة نجدها في السوق التجريبية بحيث من المعروف أنها تبدأ كأفكار مفترضة من قبل صاحب المشروع، أي من عملية التفكير الذي يؤدي إلى الخروج للعمل(قبل أن تسجل قانونيا) ، وبالتالي هي شابة وتكون لفترة معينة ثم تنتقل للتخرج " scale-up " لتصبح مؤسسة كبيرة أو تتعرض للفشل وتنتقل إلى فرصة أخرى.
- ✓ الابتكار :من مميزات المؤسسات الناشئة القدرة على الإبداع والابتكار والتطوير الدائم بحيث تكون لها القدرة على خلق منتج جديد أو تطوير منتج قدير بواصفات جديدة، بخدمة جديدة، وطريقة توريد جديدة وما إلى ذلك.
- ✓ القدرة العالية على النمو والتطور : أكثر صفة تشارك بها المؤسسات الناشئة هي القدرة على النمو واكتساح الأسواق وتحقيق إيرادات سريعة وكبيرة جدا مقارنة بتكاليف التأسيس والعمل وهي ما يشجع أصحاب الأموال على تمويلها، فهي مؤسسات تتطور سريعا ولها القدرة على توليد أرباح كبيرة جدا.

✓ الخطر: وهي العمل في ظل ظروف عدم التأكد الشديد لأنها تركز على الابتكار في سوق غير موجود وإن وجد فهو غير مشبع وبالتالي صعوبة القيام بأبحاث السوق نظرا لقلة المعلومات إذا تجد المؤسسات الناشئة نفسها تعمل في المجهول.

✓ التنوع السوقي: إن المؤسسات الناشئة فقد تألقت في مجال التقنية والتكنولوجيا فقد اتجهت نحو الأسواق الرقمية أما بانتشارها فهي حاليا تخرق أسواق تقليدية مثل الفلاحة والصناعة والتعليم وغيرهم.

✓ المجموعة: يقوم المقاول بتكوين فريق بهدف تخصيص الإمكانيات كل حسب مهارته في مجاله خاصة أن أغلب أصحاب المؤسسات الناشئة شباب جامعي أو خريج جامعات عادة ما تكون خبرته قليلة حيث يعملون على تحقيق التكامل بين أعضاء الفريق لإنجاح الفكرة وإطلاق مؤسستهم.

✓ التركيز على منتج / خدمة واحدة في هذه الحالة يتم تركيز المقاول على الفكرة المبتكرة ويطورها حتى لا يتشتت ذهنهم من أجل الوصول للمطلوب كون التعامل مع الابتكار حساس ويتطلب الكثير من الجهد. (بومليحة، حلاسي، و بوناب، 2025، صفحة 08)

✓ رؤوس الأموال والمستثمرون عادة ما يبدأ المقاول بالاعتماد على التمويل الذاتي أو من طرف الأصدقاء والعائلة لكن كل مؤسسة ناشئة تقوم في اقتصاد المعرفة نجدها تتجه نحو نوعين من المستثمرين خاصة أصحاب رأس المال المخاطر وملائكة الأعمال حيث يوفرون لها رؤوس أموال التي تسمح لها بالنمو والتطور. (بومليحة، حلاسي، و بوناب، 2025، صفحة 09)

## 2- التحول من الابتكار إلى الابتكار المفتوح وعلاقته بتطور المؤسسات الناشئة

### 1-2- مفهوم الابتكار:

استخدم شومبيتر مصطلح "الابتكار" لأول مرة في بداية القرن العشرين وعرف الابتكار على أنه "التغيير في المنتج والعملية والتنظيم الذي لا ينشأ عنه بالضرورة اكتشافات جديدة محددة، ولكن العديد من الابتكارات تنتج عن مزيج من التقنيات الموجودة بالفعل، يتم تطبيقها في سياق جديد". غالبًا ما يربط مصطلح الابتكار بكلمة اختراع. ووفقًا لدراكر 1985، يعد الابتكار أداة متخصصة لاستغلال التغيرات في مختلف الأعمال والخدمات. وأضاف أنه يمكن تقديم هذا الابتكار كتخصص يمكن تعلمه وممارسته. بمعنى آخر عرف الابتكار بأنه "فكرة أو ممارسة أو شيء يعتبر جديدًا من قبل أفراد آخرين أو وحدات تطبيقية" ويعرف (تيد وبيسانت وبافيت وويلي 1998) الابتكار بأنه: عملية تحويل الفرص إلى أفكار جديدة واستخدامها على نطاق واسع في الممارسة العملية. وهذا يشبه إلى حد كبير ما افترضه بينتر (1997) الذي يفترض أن الابتكار هو طرح عمليات أو خدمات أو منتجات جديدة للتسويق ويقترح أفواه (1998) أن الابتكار هو "استخدام المعرفة التقنية والإدارية الجديدة لتقديم منتجات أو خدمات جديدة للعملاء". من خلال التعريفات السابقة يمكن صياغة تعريف شامل للابتكار كالاتي هو "فن تحويل الإمكانيات إلى حلول جديدة ناجحة"، سواء بطرح أفكار جديدة أو بدمج أفكار موجودة بطرق جديدة، أو باستخدام التكنولوجيا بذكاء لخلق القيمة المضافة أو

مزايا في المنتجات أوفي الخدمات، أو حتى بتغيير الطريقة التقليدية لفعل الأشياء لتصبح أسرع، أسهل، أو أكثر إبداعًا. (كبير، 2025، صفحة 319)

الابتكار "يفهم الابتكار بتقديم شيء جديد أو طريقة جديدة أو تألي المعرفة في المنتجات الجديدة" (بخوش و بن سعدة، 2018، صفحة 61)

أما من منظور المنظمة، وضع Amabile بأن الابتكار " يبدأ من الأفكار المبتكرة إلى عملية التطبيق الناجح للأفكار المبتكرة ضمن المنظمة، وقد يكون من قبل الأفراد أو فريق العمل (بخوش و بن سعدة، 2018، صفحة 61) وبصفة دقيقة، يعرف الابتكار بأنه": الطرق أو الأساليب الجديدة المختلفة الخارجة أو البعيدة ين التقليد التي تستخدم في يمل أو تطوير الأشياء والأفكار .وهو عملية عقلية تعبر ين التغييرات الكمية والجذرية و/أو الجوهرية في التفكير، وفي الإنتاج أو المنتجات، وفي العمليات أو طرق وأساليب الأداء، وفي التنظيمات والهياكل". (بخوش و بن سعدة، 2018، صفحة 61)

أثبتت العديد من الأدبيات النظرية أن الابتكارات تحفز نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطورها، وأكدت الدراسات التجريبية .على وجه التحديد، أجرت " بيتكوفسكا 2011 في مقدونيا، بُنّا على عينة من 480 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، ووجدت أدلة على أن إدخال الابتكار يشجع نمو هذه المؤسسات في مقدونيا

✓ الابتكار كعامل في تطوير المؤسسة : تحتاج المؤسسات بشكل مستمر إلى طرح أفكار وتقنيات ومنتجات وخدمات جديدة للتطور والتنافس والبقاء في السوق .ولتحقيق ذلك، يجب أن تمتلك الإمكانيات المناسبة التي تسمح لها بتطبيق أفكارها

✓ المبتكرة في على أرض الواقع .وغالبا ما يُحسّن الابتكار جودة حياة المستفيدين أو يُحل المشكلات القائمة بطرق أو وسائل جديدة.

✓ يتطلب الوضع التنافسي في السوق العالمي إدخال تغييرات باستمرار في مختلف عمليات المؤسسة، والعامل الرئيسي في ذلك هو الابتكار .فهو يُحفز التنمية الاقتصادية، مما يجعل المؤسسة أكثر جاذبية وتنافسية في السوق .ووفقًا ل دراكر، يعد الابتكار أداة ريادة تخلق، بفضل أنشطتها، فرصًا جديدة لتكوين الثروة) .

✓ الابتكار يُحقق الميزة تنافسية للمؤسسات في مواجهة التحديات الخطيرة من خلال طرق إنتاج مبتكرة أو ابتكار منتجات فريدة من نوعها .وفقًا " لدامانبور وأيفان" ، فإن الابتكار التنظيمي والابتكار الإداري يؤدي إلى تحسين مستوى أداء المؤسسة.

✓ الابتكار له أهمية كبرى للأعمال الكبيرة والصغيرة (خاصة المؤسسات الناشئة) فهو يساهم في زيادة ربحية المؤسسة، ويجعل الأعمال أكثر استقرارًا على المدى الطويل .كما أنه يعزز تنويع المنتجات، ويضمن تحسين الجودة( ابتكار طرق وأساليب جديدة للعمل .)يوفّر الابتكار الإداري والتنظيمي علاقة قوية مع العملاء والموظفين .كما يُسّن الابتكار الحصة السوقية، ويعزز. (كبير، 2025، صفحة 319)

✓ كفاءة العمليات التشغيلية، وسمعة المنظمة، ويقلل التكاليف. هناك إجماع عام على أن ممارسات الابتكار يمكن أن تقود المنظمة إلى الاستدامة. (كبير، 2025، صفحة 320)

ومن الأمثلة على الأنواع المختلفة التي يمكن أن يتجلى بها الابتكار فالمؤسسات نذكر ما يلي: (كبير، 2025، صفحة 320)

✓ ابتكار المنتجات :حيث أحدث هاتف أيفون من مؤسسة أبل ثورة في صناعة الهواتف المحمولة.

✓ أتمتة العمليات :حيث أحدث خط التجميع ثورة في عملية التصنيع ، ما سمح بالإنتاج بكميات كبيرة في وقت وجيز.

✓ ابتكار نموذج الأعمال : حيث أحدثت " نتفليكس " ثورة في تأجير الأفلام من خلال خدمة البث عبر الاشتراك

✓ الابتكار التنظيمي :حيث تشجع شركة " جوجل " الإبداع والتعاون بين الموظفين.

✓ الابتكار المفتوح ( توليد الأفكار ) حيث تسمح شركة " ليقو " للعملاء بتقديم أفكار لمنتجات جديدة، أو تحسينات مقترحة.

✓ الابتكار التسويقي : حيث أرسلت شركة " ريد بول " رجالاً إلى حافة الفضاء في مركبة تعمل بالهيليوم.

## 2-2- مفهوم الابتكار المفتوح:

استخدام مصطلح الابتكار المفتوح عند ظهور التعاون الخارجي في ظل العالم المعقد، حيث تم الترويج وهو أستاذ مساعد ومدير هيئة ، (Henry Chesbrough) له على وجه الخصوص من قبل هنري شسبرو التدريس لمركز الابتكار المفتوح في كلية هاس لإدارة الأعمال في جامعة كاليفورنيا، الذي أوضح منظوراً في كتابه الابتكار المفتوح : الحتمية الجديدة لخلق وتوظيف التكنولوجيا الذي صدر عام (2003). إذ تم من خلاله عرض أمثلة للشركات التي تأخذ نهجاً منفتحاً في كيفية إمكانياتها في أن تبتكر أسرع وبفعالية أكثر. يشمل هذا الكتاب كم واضح من الأبحاث تشمل أمثلة عميقة لشركات مثل (IBM, INTEL, CISCO) قبل الانتقال إلى تعريف الابتكار المفتوح، يجب التعرف على الفرق بينه وبين الابتكار المغلق، حيث يتمثل الابتكار المغلق في تلك العملية التي تستخدم الموارد الداخلية فقط وتوليد الأفكار والاختراعات والتحقيقات والتطورات اللازمة لوضع منتج في السوق داخل الشركة. أما الابتكار المفتوح، فيمكن للشركة أن تستخدم الموارد الخارجية مثل: التكنولوجيا، وفي نفس الوقت إتاحة ابتكاراتها الخاصة لشركات أخرى. (بوحيدي، 2025، صفحة 608)

يفترض نموذج الابتكار المغلق أن الابتكار الناجح يتطلب السيطرة، ويرتكز على فكرة ضياع المهارات الأساسية في حالة التبادل مع أطراف خارجية، لذلك يجب التركيز بقوة على الاستثمار في البحوث والتطوير الداخلية مما يؤدي للوصول إلى العديد من الاكتشافات التي تسمح لها بتقديم منتجات جديدة للسوق وتحقيق حجم مبيعات أكبر، وبالتالي ربح أكبر بفضل هذه المنتجات وإعادة الاستثمار في الابتكار الداخلي، وهذا الاعتماد على الذات يُعتبر من المبادئ الرئيسية لمفهوم الابتكار المغلق. (علوان و السبتي، 2019، صفحة 149)

## الفرق بين مبادئ كل من الابتكار المغلق والابتكار المفتوح

مبادئ الابتكار المغلق	مبادئ الابتكار المفتوح
يعمل الأشخاص الأذكياء لصالحنا	لا يعمل كل الأشخاص الأذكياء معنا، لذا يجب عليهم العثور والاستفادة من معارف وخبرات الأفراد المشرقيين خارج شركتنا
لتحقيق الربح من البحث والتطوير يجب علينا اكتشافه وتطويره وشحنه بأنفسنا	يمكن للبحث والتطوير الخارجي أن يخلق قيمة كبيرة، حيث يلزم البحث والتطوير التجريبي الداخلي للحصول على جزء من هذه القيمة
إذا اكتشفنا ذلك بأنفسنا فسوف نصل به إلى السوق أولاً	ليس علينا أن ننشئ البحث للاستفادة منه
الشركة التي تحصل على ابتكار للسوق الأول ستفوز	بناء نموذج عمل أفضل من الوصول إلى السوق أولاً
إذا قمنا بإنشاء أكثر الأفكار وأفضلها في الصناعة فسوف نفوز	إذا حققنا أفضل استخدام للأفكار الداخلية والخارجية فسوف نفوز
يجب أن نتحكم في ملكيتنا الفكرية (IP) بحيث لا يستفيد منافسوننا من أفكارنا	يجب أن نربح من استخدام الآخرين للملكية الفكرية الخاصة بنا، ويجب أن نشترى (IP) الخاص بشركة أخرى كلما تقدمت في نموذج أعمالنا.

(بخوش و بن سعدة، 2018، صفحة 64)

الباحث المعروف في ميدان الابتكار المفتوح Chesbrough ، قام بتطوير وتشكيل مفهوم "الابتكار المفتوح" كنموذج جديد لإدارة الابتكار. تشدد أفكاره على أهمية التعاون وتبادل المعرفة بين الشركات والمؤسسات الأكاديمية لتعزيز قدرتها على الابتكار والتطور. يرى Chesbrough أن "الشركات قادرة ومطلوبة بالاستفادة من الأفكار الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى استكشاف المسارات الداخلية والخارجية للسوق، بهدف تطوير تقنياتها. يركز هذا النموذج على تطلعات الشركات للتطوير التكنولوجي وتعزيز قدراتها الابتكارية. بمعنى آخر، الابتكار المفتوح هو وسيلة للشركات للاستفادة من نطاق أوسع من المعرفة والخبرة من داخل وخارج مؤسساتها من أجل دفع الابتكار والنمو. يوضح التعريف وجهة نظر Chesbrough أن نموذج الابتكار التقليدي المغلق، حيث تعتمد الشركات بشكل رئيسي على مواردها الداخلية للبحث والتطوير، أصبح غير كاف في ساحة الأعمال الحالية المعقدة والمتغيرة بسرعة. نقطة البداية لفكرة الانفتاح هي أن منظمة واحدة لا تستطيع الابتكار بمعزل عن غيرها. يجب أن تتعامل مع مختلف أنواع الشركاء لاكتساب الأفكار والموارد من البيئة الخارجية لمواكبة المنافسة. وفي تعريف آخر يرى Vanhaverbeke Wim : الابتكار المفتوح هو عملية ابتكار موزعة تستند إلى تدفقات المعرفة المدارة بشكل هادف عبر الحدود التنظيمية، باستخدام الآليات المالية وغير المالية بما يتماشى مع نموذج أعمال المنظمة. (سريدي و عابدي، 2024، صفحة 467)



لقد أعطيت عدة تعريف للابتكار المفتوح نوردها فيما يلي: (بوحديد، 2025، صفحة 609)

✓ عرف الابتكار المفتوح بأنه: إستراتيجية تعمل على استغلال المصادر الخارجية للتكنولوجيا والابتكار يهدف تطوير جهود البحث والتطوير الداخلية

✓ عرف بأنه: استخدام التدفقات الهادفة إلى الخارج وتدفق المعرفة لتسريع الابتكار الداخلي، وتوسيع الأسواق للاستخدام الخارجي للابتكار، فبمجرد أن يتم الافتتاح بالابتكار المفتوح، تصبح حدود الشركة قابلة للاختراق مما يسمح بدمج الشركة مع الشركات الخارجية المشاركة

✓ كما عرف بأنه: عملية ابتكار موزعة تعتمد على تدفقات المعرفة التي تتم إدارتها وفق الأهداف مع نموذج الأعمال المسطرة عبر الحدود التنظيمية بالاعتماد على ميزانية مالية كافية تماشيا الخاص بالشركات .حيث أن الفكرة الأساسية للابتكار المفتوح هي أنه في ظل التغيير التكنولوجي من ذلك شراء لا تستطيع الشركات أن تعتمد بالكامل على أبحاثها الخاصة، بل ينبغي عليها بدلا أو ترخيص براءات اختراع من شركات أخرى

✓ عرف الابتكار المفتوح بأنه تلك العملية التي تتجاوز مجرد استخدام مصادر خارجية للابتكار مثل العملاء والشركاء المنافسين والجامعات الأكاديمية، ويمكن أن يكون تغييراً في استخدام وإدارة وتوظيف الملكية الفكرية بقدر ما هو في توليد البحوث التقنية والبحثية للملكية الفكرية .بهذا المعنى، يُفهم على أنه التشجيع والتنقيب المنتظمين لمجموعة واسعة من المصادر الداخلية والخارجية للفرص المبتكرة

من خلال التعاريف السابقة، يمكن القول أن الابتكار المفتوح يتمثل في تدفق هام للمعرفة الخارجية والمعرفة الداخلية في الشركات والذي يتحول إلى مشاريع بالتعاون مع شركاء خارجيين ويتسبب في شراء ودمج التكنولوجيات الخارجية وتطوير تكنولوجيتها. (بوحديد، 2025، صفحة 609)

الابتكار المفتوح كنموذج يفترض أن المنظمة بإمكانها أو يجب عليها أن تستخدم كل من الأفكار، المعارف، المهارات والقدرات الخارجية إلى جانب الأفكار الداخلية لتطوير الابتكار والتكنولوجيا وبالتالي التوسع في الأسواق، حيث أن هناك مجموعة من المهارات والقدرات خارج المنظمة يمكن تعبئتها للحصول على الأفكار والاستجابة للطلب المعقد للابتكار بشكل فعال ويسرعة أكبر من خلال العمل مع الشركاء، الموردين، والزبائن .فالمنظمة تحتاج إلى تطبيق إستراتيجية ابتكار فعالة قائمة على الانفتاح التعاون وتنوع الأفكار والموارد. ويستخدم نموذج الأعمال الأفكار الداخلية على حد سواء مع الأفكار الخارجية لهدف خلق القيمة، ويتم استخدام التدفقات الواردة والصادرة من المعارف لتسريع وتيرة الابتكار الداخلي وتوسيع الأسواق بهدف الاستخدام الخارجي للابتكار. وفي ظل الابتكار المفتوح تصبح حدود المنظمة قابلة للنفاذ مما يسمح بالتكيف والتكامل مع الأطراف الخارجية، وتتمثل الأطراف الخارجية في التي يمكن أن تتعامل معها المنظمة في :العملاء، الموردين، الشركاء، المعاهد والمراكز البحثية، الجامعات، والمنافسين. أصبح نموذج الابتكار المفتوح أكثر النماذج التي تحظى بالاهتمام من طرف مجالس إدارة المنظمات وكذلك المدارس المتخصصة في مجال إدارة الأعمال، وأصبحت المنظمات على مستوى العالم تعي بأهمية وضرورة تطوير شبكات التعاون مع مختلف الأطراف الخارجية التي تمكنها من اكتساب معارف جديدة تساهم في تطوير منتجات جديدة، كما تمكن هي بدورها تلك

الأطراف من استغلال ما لديها من أفكار ومعارف يمكن أن تفيدهم وما يحقق لها أرباحًا إضافية. (علوان و السبتي، 2019، صفحة 151)

لقد تم تحديد خمسة مبادئ للابتكار المفتوح، وهي كالتالي: (بوحديد، 2025، صفحة 609)

- ✓ ليس كل الأشخاص الأذكاء يعملون داخل الشركة، لذلك يجب استكشاف والاستفادة من معارف وخبرات الأفراد المتخصصين خارج الشركة.
- ✓ يمكن للبحث والتطوير الخارجي أن يخلق قيمة كبيرة
- ✓ ليس من الضروري إنشاء البحث من أجل الاستفادة منه.
- ✓ إذا تم تحقيق أفضل استخدام للأفكار الداخلية والخارجية، فسوف يكون الفوز الأكيد. (بوحديد، 2025، صفحة 609)
- ✓ يجب أن يتم الربح من استخدام الملكية الفكرية الخاصة بالشركة، ويجب أن تشتري الملكية الفكرية الخاصة بشركة أخرى كلما تقدمت في نموذج أعمال الشركة. (بوحديد، 2025، صفحة 610)
- ✓ يقدم الابتكار المفتوح العديد من المزايا للشركات أبرزها ما يلي: (بوحديد، 2025، صفحة 610)
- ✓ تخفيض تكاليف إجراء البحوث والتطوير، وتحسين إنتاجية التطوير.
- ✓ التغذية العكسية التي تسمح بإدخال آراء العملاء في مرحلة مبكرة من عملية التطوير.
- ✓ إنتاج أبحاث دقيقة تستهدف السوق والعملاء.
- ✓ فتح المجال للتعاون بين الابتكارات الداخلية والخارجية.
- ✓ إمكانات التسويق الفيروسي.
- ✓ يرتبط تنفيذ الابتكار المفتوح بعدد من المخاطر والسلبيات، بما في ذلك: (بوحديد، 2025، صفحة 610)
- ✓ إمكانية الكشف عن معلومات غير مخصصة للتشارك.
- ✓ خطر فقدان الشركة المضيف لميزتها التنافسية نتيجة الكشف عن الملكية الفكرية.
- ✓ احتمال فقد السيطرة على التحكم في الابتكار وتنظيم كيفية تأثير المساهمين على المشروع.
- ✓ إمكانية ابتكار وسائل لتحديد الابتكار الخارجي ودمجه بشكل صحيح.
- ✓ إعادة هندسة استراتيجيات الابتكار الخارجي لتحقيق أكبر عائد.

## 2-3- أنواع الابتكار المفتوح:

يمكن أن تتخذ ممارسات الابتكار المفتوحة للمؤسسة أشكالًا عديدة، ويمكن اعتمادها بدرجات متفاوتة وتتمثل

غالبًا في:

أ. الابتكار المفتوح الصادر: Outbound - يتضمن نقل تكنولوجيا الشركة أو الملكية الفكرية إلى شركات أو

مؤسسات أو أفراد آخرين خارج الشركة. فيما يلي بعض الأمثلة على الابتكار المفتوح الصادر:

✓ الترخيص؛

✓ رأس المال الاستثماري joint venture؛

- ✓ مفتوح المصدر Open source :يمكن للشركة أن تفتح المصدر لتقنياتها أو ملكيتها الفكرية، مما يسمح للآخرين باستخدامها وتعديلها بحرية . كما هو الحال بالنسبة لشركة (Microsoft)
- ب. الابتكار المفتوح الوارد : Inbound - يتضمن اكتساب أو الحصول على المعارف والأفكار والتقنيات الخارجية لتطوير منتجات أو خدمات أو نماذج أعمال جديدة .فيما يلي بعض الأمثلة على الابتكار المفتوح الوارد:
- ✓ الكشفية التكنولوجية :تقوم بالبحث عن تقنيات أو أفكار جديدة طورتها شركات أو منظمات بحثية أخرى؛
- ✓ الابتكار التعاوني:الدخول في شراكة مع أصحاب المصلحة الخارجيين، مثل العملاء والموردين والشركات الناشئة والشركات الأخرى، للمشاركة في إنشاء منتجات أو خدمات جديدة والمشاركة في تطويرها؛
- ✓ التعميد الجماعي :يتم ذلك من خلال منصة عبر الإنترنت حيث يمكن الشركة من الاستفادة من الذكاء الجماعي والإبداع لمجموعة كبيرة من الأشخاص، لحل مشكلة أو إنشاء أفكار جديدة أو تصميم منتجات أو خدمات جديدة؛ (سريدي و عابدي، 2024، صفحة 469)
- ✓ مسابقات الابتكار؛
- ✓ الشراكات الأكاديمية :الدخول في شراكة مع الجامعات أو المنظمات البحثية للوصول إلى أحدث الأبحاث والخبرة في مجال معين.
- ت. عملية الابتكار المقترنة :يجمع هذا النوع بين الأبعاد الواردة والصادرة :بدلاً من مشاركة الموارد - والخبرات، تعمل الشركات معاً لتطوير المعرفة والحلول الجديدة .يشتمل هذا النوع من التعاون على تكامل وثيق بين الطرفين في مجال البحث والابتكار.
- في الأخير، يمكن القول أن الابتكار المفتوح، سواء صادراً أو وارداً، يوفر فرصاً للشركات للوصول إلى المعرفة والموارد الخارجية بتكاليف منخفضة وتحقيق العوائد المالية، ولكنه يتطلب إدارة دقيقة للملكية الفكرية والمخاطر والعلاقات الشراكة. (سريدي و عابدي، 2024، صفحة 470)
- ينقسم الابتكار المفتوح إلى نوعين لهما تسميات مختلفة لكنهما متشابهان في مضمونهما (الاكتشاف والاستغلال، الخارج والداخل، الوارد والصادر)، إذ أن العامل المشترك لهذه الأسماء المختلفة هو اتجاه الابتكار، سواء من خارج الشركة أو من داخل الشركة، وهي كالتالي:
- ✓ الابتكار الخارجي غير المادي :في هذا النوع من الابتكار المفتوح، تقوم الشركة بمشاركة مواردها بحرية مع شركاء آخرين، دون مكافأة مالية فورية، حيث يكون مصدر الربح له طبيعة غير مباشرة ويتجلى كنوع جديد من نموذج العمل.
- ✓ الابتكار الخارجي المادي :يتمثل في قيام الشركة بتسويق اختراعاتها وتكنولوجيتها من خلال بيع أو ترخيص التكنولوجيا إلى طرف ثالث. (بوحديد، 2025، صفحة 610)
- ✓ الابتكار الغير مبتكر للداخل :في هذا النوع تقوم الشركة باستخدام المعرفة الخارجية المتاحة بحرية كمصدر للابتكار الداخلي .حيث تقوم الشركة بمراقبة البيئة الخارجية للبحث عن الحلول المتاحة قبل البدء في أي مشروع

داخلي للبحث والتطوير، فيصبح البحث والتطوير الداخلي أداة لاستيعاب الأفكار الخارجية للاحتياجات الداخلية.

✓ الابتكار المبتكر للداخل: تقوم الشركة في هذا النوع بشراء الابتكار من شركائها من خلال الترخيص أو الإجراءات الأخرى التي تنطوي على مكافأة مالية للمعرفة الخارجية. (بوحديد، 2025، صفحة 611)

## 2-4- أساليب الابتكار المفتوح:

توجد تسعة أساليب تستخدم للابتكار بشكل مفتوح أهمها: (بوحديد، 2025، صفحة 611)

✓ برنامج زميل الجمهور: هو برنامج تدريبي تطلقه غالبا جهة حكومية عبر الإنترنت لمشاركة وتطوير الأفكار حول متطلبات الابتكار الجديدة، كما يهدف إلى تطوير الموظفين الموهوبين وتمكينهم ليصبحوا قادة المستقبل.

✓ حاضنة الابتكار: هي مختبر يتم من خلاله دعم متكامل مصمم لتسريع وتطوير المشاريع الناشئة من خلال توفير مجموعة من الخدمات والموارد التي يصعب على أصحاب هذه المشاريع الحصول عليها بمفردهم.

✓ برنامج الريادية الداخلية: هو برنامج يسمح ويحفز رجال الأعمال الداخليين لتنفيذ وإطلاق مقترحات الأعمال الجديدة.

✓ الاستماع الاجتماعي: هي تقنية بحث لمراقبة المحادثات أو الخبرات الخارجية من خلال تحليل وسائل الإعلام الاجتماعية أو البحوث الإثنوغرافية لكشف رؤى الابتكار الجديدة.

✓ مجتمع الإنشاء المشترك: يتمثل في مجموعة من الأفراد أو الشركات الذين يتعاونون معا عبر منصات رقمية كشركاء فاعلين بشكل منظم بهدف خلق قيمة جديدة سواء كانت أفكار أو منتجات أو خدمات مما يعزز الولاء ويمنح لهم شعورا بالملكية والانتماء. (بوحديد، 2025، صفحة 611)

✓ صندوق تمويل الشركات: هو ذراع استثماري للاستثمار أو اكتساب المواهب أو التكنولوجيا أو المنظمات الخارجية التي يمكنها تعزيز القدرة الحالية أو خلق فرص جديدة في السوق.

✓ تحدي الابتكار المفتوح: يتمثل في منافسة مع العملاء أو الشركات الناشئة أو عمليات توسيع النطاق لإصدار أفكار وموهبة وتقنيات جديدة يمكنها التعامل مع احتياجات العمل الحالية والمستقبلية.

✓ برنامج مسرع: يتمثل في برنامج زمني محدود مع الفضاء، التوجيه والتمويل المقدمة لاختبار وتطوير منتجات وخدمات جديدة في مقابل الأسهم.

✓ فتح نظام الابتكار البيئي: هي شبكة تعاونية تتكون من: الشركات، الهيئات التنظيمية الداعمة، المستهلكون والوسطاء تهدف إلى تطوير تبني الابتكارات التي تعطي حل ولا جديدة تحد من التأثير السلبي على البيئة وتدير الموارد بشكل أكثر كفاءة وقادرة على المنافسة. (بوحديد، 2025، صفحة 612)

## 2-5- نماذج الابتكار المفتوح:

تتمثل نماذج الابتكار المفتوح فيما يلي: (بوحديد، 2025، صفحة 612)

✓ شركات نقل المعرفة: تعد شركات نقل المعرفة في المملكة المتحدة كآلية لتمويل تشجع على الشراكة بين الشركة والشريك القائم على المعرفة، حيث تمثل برنامج تعاون بين شريك قائم على المعرفة (بمعنى شركة أبحاث)، وشريك

شركة، وشريك واحد أو أكثر (أي أشخاص مؤهلين مؤخرًا مثل الخريجين). وفي نهاية مشروع شركات نقل المعرفة، يتعين على الجهات الفاعلة الثلاثة المعنية إعداد تقرير نهائي يصف مبادرة شركات نقل المعرفة دعمًا لتحقيق أهداف الابتكار للمشروع.

✓ منصة المنتج :، لغرض توفير إطار أو يتضمن هذا النموذج تطوير وتقديم منتج مكتمل جزئيًا مجموعة أدوات للمساهمين في الوصول والتخصيص والاستغلال. الهدف هو أن يقوم المساهمون بتوسيع وظائف منتج المنصة مع زيادة القيمة الإجمالية للمنتج لجميع المعنيين. ومن بين الأمثلة الشائعة لمنصات المنتج إطارات العمل المتاحة بسهولة مثل مجموعة تطوير البرامج هذا النهج شائع في الأسواق ذات التأثيرات القوية API أو واجهة برمجة التطبيقات SDK للشبكة، حيث يزداد الطلب على المنتج المنفذ للإطار (مثل الهاتف المحمول أو التطبيق عبر الإنترنت) مع عدد المطورين الذين ينجذبون إلى استخدام مجموعة أدوات النظام الأساسي. غالبًا ما تؤدي قابلية تطوير النظام عاليًا إلى زيادة تعقيد الإدارة وضمان الجودة. (بوحديد، 2025، صفحة 612)

✓ مسابقات فكرة :يستلزم هذا النموذج تنفيذ نظام يشجع القدرة التنافسية بين المساهمين من خلال مكافأة الاقتراحات الناجحة. حيث تسمح هذه الطريقة للشركات بالوصول إلى أكبر عدد من الأفكار المبتكرة بأقل التكاليف، مع توفير رؤية أعمق لاحتياجات عملائها والمساهمين.

✓ انغماس العملاء :على الرغم من أن هذه التقنية موجهة في الغالب نحو نهاية دورة تطوير المنتج، إلا أنها تنطوي على تفاعل جدي مع العملاء من خلال فرق الشركة التي تعمل على فهم تجاربهم ومشاعرهم ودوافعهم وتحدياتهم بشكل دقيق بهدف دمج مداخلات العملاء مع السماح لهم بالمشاركة الفعلية في عملية التصميم ودورة إدارة المنتج من أجل تصميم منتجات وخدمات تلبي احتياجاتهم بشكل مميز.

✓ تصميم وتطوير المنتجات التعاونية :على نحو مماثل لمنصة المنتج، تقوم الشركة بدمج مساهميتها في تطوير المنتج. ويختلف هذا عن النظام الأساسي، بمعنى أنه بالإضافة إلى توفير إطار عمل يتم تطوير المساهمين فيه، حيث لا تزال الشركة المضيفة تتحكم في المنتجات النهائية التي يتم تطويرها بالتعاون مع المساهمين. وتمنح هذه الطريقة الشركات مزيدًا من التحكم من خلال ضمان تطوير المنتج الصحيح في أسرع وقت ممكن مع تقليل التكلفة الإجمالية للتطوير.

✓ شبكات الابتكار :على غرار مسابقات الأفكار، تقوم الشركة بتعزيز شبكة من المساهمين في عملية التصميم من خلال تقديم مكافأة على شكل حافز. ويتعلق الاختلاف بحقيقة أن شبكة تستخدم منتجات المساهمين لتطوير حلول للمشكلات المحددة ضمن عملية التنمية بدلا الجديدة. مشروعًا تحت شعار (Ludwig Boltzmann Gesellschaft) في العلم :بدأ المعهد النمساوي "أخبرنا" يتضمن قضايا الصحة العقلية واستخدم مصطلح الابتكار المفتوح لتوجيه أسئلة البحث الجماعي في النمسا، كما أطلق المعهد أول مختبر للابتكار المفتوح في العلوم عشرين اختبارًا لتعليم مفهوم الابتكار المفتوح على مدار عام واحد. (بوحديد، 2025، صفحة 613)

### 3- دراسة حالة شركة (يسير):

تعود فكرة إنشاء شركة "يسير" كتجربة جزائرية بالكامل إلى مؤسسيها ومطوري برامجها، ويرجع فضل تأسيسها إلى الصديقين "مهدي يطو" و"نور الدين طيبي"، حيث بدأت الشركة نشاطها في جانفي 2017 قدمت نسختها التجريبية لتطبيق، يسير للنقل في جويلية 2017 ، أما النسخة التجارية فقد كانت في سبتمبر 2017 . وتعود فكرة إنشاء تطبيق "يسير" إلى شركة جزائرية أمريكية أقيمت من قبل جزائري يعمل في كاليفورنيا "سيليكون فالي" و آخر مقيم بالجزائر، وتطورت بفضل خبرة جزائرية مائة بالمائة، وهي جزء من شركة ياتكنولوجي " التي يديرها مهدي يطو - وهي من إنشاء نخبة جزائرية مغتربة . تم اختيار تسمية "يسير" التي تجمع بين معنيين وهما اليسر و السير أي تيسير حياة الناس. يسير هي خدمة نقل مبتكرة ويمكن استخدامها عن طريق الهاتف الذكي في أي مكان وفي أي وقت، إذ أنها تسمح للجميع لحجز سائق والتنقل بأمان وترتكز شركة يسير على المبادئ التالية: (بن شريف، 2023، صفحة 561)

✓ بساطة الاستخدام :كفي أن يقوم الزبون بتنزيل التطبيق على هاتفه، أما السائقون فلديهم نسخة خاصة بهم .

✓ الخدمة متوفرة دائما :وهذا في أي وقت ومكان تغطيه الشركة

✓ تقديم أفضل تسعيرة :حيث تأخذ بعين الاعتبار كثافة حركة المرور، نوعية الخدمة، المسافة وتوقيت التنقل

✓ تقديم خدمة ذات جودة :وهذا بتقليص وقت الانتظار النسبة للزبون والسائق، تقديم خدمة آمنة وتحسين

التواصل بين السائق والزبون

وتقدم شركة يسير خدمات عديدة ، على غرار السماح للزبون الراغب في الشغل بطلب خدمة طاكسي ، يتم وضعها في متناوله سريعا مع تحديد هوية السائق و كافة المعطيات والاتفاق على التسعيرة بناء على مقاييس محددة وغالبا ما تكون تنافسية مقارنة بالأسعار المتداولة وهناك خدمات أخرى:

✓ خدمة : VIP وتتيح الفرصة للشركات و المؤسسات الاقتصادية و الجمعيات بحجز سيارات فخمة لنقل موظفين وضيوف بأريحية.

✓ خدمة الحجز المسبق : و تتيح الفرصة للحجز المسبق لسيارة يسير مع تحديد الوقت المطلوب و الوجهة المرجوة.

✓ خدمة الفوترة : تتيح للزبائن تلقي الفواتير المتعلقة برحلاتهم عن طريق البري الالكتروني ، اما تلقائيا بعد كل

رحلة أو شهريا. (بن شريف، 2023، صفحة 561)

كما تتبنى يسير مجموعة من القيم كالتزامها بتقديم منتجات ذات جودة غير مسبوقه، و تعتمد على طموح فريقها غير المحدود الذي يقودها للإبداع و التطوير و الوصول إلى آفاق جديدة، كما تؤمن بالشفافية في التواصل و بناء علاقاتها من أجل تحقيق الثقة و التعاون و قد تم اختيار شركة يسير لأنها تعتبر حسب دراسة قام بها الباحثان (Belli & Djoudi, 2023) من أحسن الشركات الناشئة عالميا للنقل التشاركي في قطاع السياحة. (بلحاج، 2025، صفحة 463)

تطور شركة يسير عدة تطبيقات على أندرويد و "أي.أو.أس" تجمع أزيد من 5 مليون مستخدم ، حيث تساهم الشركة في خلق إيرادات لأكثر من 50 ألف متعامل شريك من سائقين ورجال توصيل وتجار المواد الاستهلاكية و تجار الجملة إلى غاية مارس 2022 ، تتوفر خدمات يسير عبر 30 مدينة في الجزائر، تونس، المغرب، فرنسا وكندا بالإضافة

إلى بلدان في إفريقيا الغربية مع خطط للنمو. لتشمل مدنا أخرى حول العالم حيث حيث أسست الشركة قطبا تكنولوجيا في العاصمة الألمانية برلين. تعمل الشركة إلى غاية نوفمبر 2022 في ست دول و 45 مدينة حول العالم، حيث تخدم أكثر من 8 ملايين زبون وأكثر من 100000 شريك (بن شريف، 2023، صفحة 562).

خلال السنوات 2025 - 2024 ، ضمت شركة يسير إليها أكثر من 10 ملايين مستخدم (قاموا بتحميل التطبيق) و 150 ألف شريك منهم سائقين وموزعين والكثير من التجار وأصحاب المحلات التجارية وكذا المطاعم ومختلف الشركاء من المؤسسات الخدمائية التي تتعامل معهم، منتشرين في 50 مدينة مختلفة في كل من الجزائر، المغرب، تونس، لبنان، (بن داكير و جوادي، 2025، صفحة 868) جنوب إفريقيا، السنغال، كندا وفرنسا. بالإضافة إلى ما يزيد عن 600 موظف حول العالم من أكثر من 15 جنسية مختلفة، توفر "يسير" الآن خدمات متعددة حسب الطلب. وانطلاق من هذه البنية التحتية، تقدّم اليوم خدمات مالية لمساعدة مستخدمي يسير على الدفع والتوفير والاقتراض بشكل رقمي. وبحسب موقع Forge global ، فإن قيمة مؤسسة Yassir وصلت إلى 1.43 مليار دولار، وأصبحت تسمى بـ "يونيكورن" المؤسسات الناشئة في شمال إفريقيا ، ويطلق هذا اللقب على المؤسسات الناشئة التي تبلغ قيمتها السوقية مليار دولار، وهي علامة فارقة في تاريخ ريادة الأعمال في الجزائر والعالم العربي . (بن داكير و جوادي، 2025، صفحة 869).

ويمكن تلخيص أهم المحطات في تاريخ شركة "يسير" في النقاط التالية: (<https://yassir.com>)

- ✓ نشأة يسير: في عام 2017 في بالو ألتو، تخطى نور الدين طايبي خياله، وخرج بفكرة جديدة لتيسير عملية التنقل على كل جزائري. ومن هنا انبثقت فكرة "يسير"، أول خدمة خاصّة بنقل الركاب في الجزائر.
- ✓ الانطلاقة الأولى: في عام 2019، تمكّنت شركة يسير من جمع 13 مليون دولار من جولة استثمارية أولية، ممّا أتاح لها إطلاق مجالات التجارة الإلكترونية وخدمات التوصيل.
- ✓ مرحلة التعزيز: في عام 2021، حظيت شركة يسير باهتمام أكبر حاضنة للشركات الناشئة في العالم: YCombinator وحصلت على تمويل مرموق بقيمة 30 مليون دولار من الولايات المتحدة، مما كان عزّز خططها التوسعية بشكل كبير.
- ✓ القفزة: في عام 2022، حصلت شركة يسير على استثمار بقيمة 150 مليون دولار من جولة التمويل الثانية، وهو خمسة أضعاف ما تمّ جمعه في جولاتها السابقة من مستثمرين عالميين أمثال BOND و YCombinator. في الوقت ذاته، افتتحت الشركة مركزًا تكنولوجيًا في أوروبا حيث بدأت باستقطاب والبحث عن أصحاب الخبرة والمهارة للانضمام إلى المركز والمشاركة في هذا التوسع.
- ✓ مرحلة النمو: خلال السنوات الماضية، ضمت شركة يسير إليها أكثر من 6 ملايين مستخدم و130 ألف شريك موزعين على 45 مدينة مختلفة في كل من الجزائر، المغرب، تونس، جنوب إفريقيا، السنغال، كندا وفرنسا. بالإضافة إلى ما يزيد 450 موظفًا حول العالم من أكثر من 15 جنسية.

✓ التطبيق الشامل: توفر يسير الآن خدمات متعددة حسب الطلب مثل خدمات نقل الركاب وتوصيلات الطعام والبقالة والطرود. وانطلاقاً من هذه البنية التحتية، نقدّم اليوم خدمات مالية لمساعدة مستخدمي يسير على الدفع والتوفير والاقتراض بشكل رقمي، ساعين بذلك لضمّ القارة إلى عصر الاقتصاد الرقمي.

#### خلاصة:

لعبت مسابقات الإبداع والابتكار المفتوح، وبشكل أدق مسرعات وحاضنات الأعمال العالمية، دوراً حاسماً في رحلة تمويل شركة يسير (Yassir)، حيث كانت بمثابة بوابة العبور من المحلية إلى العالمية وجذب كبار المستثمرين. إليك كيفية مساهمة هذه المنصات في تمويل الشركة:

المحطة الأولى: الانضمام إلى Y Combinator نقطة التحول: يعد انضمام "يسير" إلى مسرعة الأعمال الشهيرة (YC) Y Combinator في وادي السيليكون (الولايات المتحدة) عام 2020 المنعطف الأهم في تاريخ تمويلها: (<https://yassir.com>)

✓ الدعم المالي المباشر: حصلت الشركة على تمويل أولي كجزء من البرنامج التدريبي للمسرعة.  
✓ الاعتراف العالمي: كونها أول شركة ناشئة جزائرية يتم اختيارها من قبل Y Combinator، منحها ذلك "ختم ثقة" عالمي جعلها محط أنظار كبار المستثمرين الدوليين. (<https://www.ycombinator.com>)

المحطة الثانية: جذب جولات تمويل كبرى عبر "يوم العرض (Demo Day)" من خلال مشاركة "يسير" في فعاليات الابتكار المفتوح وعروض المشاريع التي تنظمها المسرعات، تمكنت من عرض نموذج عملها المبتكر (التطبيق الفائق Super App – أمام مئات المستثمرين، مما أدى إلى: (<https://www.ycombinator.com>)

✓ جولة تمويل (Series A): في عام 2021، نجحت الشركة في جمع 30 مليون دولار لدعم توسعها.  
✓ الجولة التاريخية (Series B): في عام 2022، استطاعت حشد 150 مليون دولار بقيادة شركة BOND العالمية ومشاركة مستثمرين من Stanford Alumni Ventures وDN Capital، وهي الجولة التي جعلتها الشركة الناشئة الأعلى قيمة في شمال أفريقيا. (<https://www.forbesmiddleeast.com>)

المحطة الثالثة: الاستفادة من شبكات الابتكار المفتوح والتكنولوجيا لم تقتصر المساهمة على التمويل النقدي فقط، بل وفرت هذه المسابقات والبرامج: (<https://yassir.com>)

✓ الوصول إلى رأس المال الجريء (VCs): ربطت المسابقات المؤسسين بشبكة واسعة من رؤوس الأموال الجريئة التي لم تكن لتتوجه للسوق الجزائرية لولا وجود وسيط عالمي موثوق.



✓ الدعم التكنولوجي :وفرت برامج مثل ( Google Cloud for Startups ) بنية تحتية رقمية ساعدت الشركة على النمو السريع وتقليل التكاليف التشغيلية في بداياتها.

## قائمة المراجع:

- <https://www.forbesmiddleeast.com> (بلا تاريخ). تم الاسترداد من :<https://www.forbesmiddleeast.com>
- <https://www.ycombinator.com> (بلا تاريخ). تم الاسترداد من :<https://www.ycombinator.com>
- <https://yassir.com> (بلا تاريخ). تم الاسترداد من :<https://yassir.com>
- أنفال سريري، و محمد السعيد عابدي. (2024). مساهمة الابتكار المفتوح في تعزيز التعاون بين المؤسسات الناشئة والشركات الكبرى - قراءة في نماذج عالمية. *مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية والإدارية* ، 08 (01)، 482-463.
- إيمان بومليحة، هجيرة حلاسي، و ياسين بوناب. (2025). أثر تقنيات التسويق الرقمي على صورة العلامة التجارية للمؤسسة الناشئة -دراسة استقصائية لآراء عينة من زبائن مؤسسة يسير بولاية جيجل-. *مجلة نماء للاقتصاد والتجارة* ، 09 (01)، 571-555.
- توفيق كرمية. (2023). واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر. *مجلة الإدارة وريادة الأعمال* ، 03 (01)، 26-13.
- رضوان بلحاج. (2025). إمكانات شركات النقل التشاركي في تعزيز السياحة الداخلية في الجزائر شركة يسير نموذجاً. *Review MECAS* ، 21 (01)، 466-458.
- عمر كبير. (2025). أثر الذكاء الاصطناعي في تعزيز الابتكار لدى المؤسسات الناشئة في مركز الابتكار -عنابة. *مجلة التكامل الاقتصادي* ، 13 (04)، 330-312.
- ليلى بوحديد. (2025). أساليب ونماذج الابتكار المفتوح وعوامل نجاحه في ظل التغيير التكنولوجي. *مجلة المعيار* ، 16 (02)، 617-604.
- محمد لمين علوان، و وسيلة السبتي. (2019). مزايا ومعوقات تطبيق الابتكار المفتوح في منظمات الأعمال. *مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة* ، 02 (02)، 163-145.
- مديحة بخوش، و عبد القادر بن سعدة. (2018). الابتكار المفتوح بين الحاجة وخطوات تبنيه في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية. *مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية والإدارية* (04)، 75-59.
- مريم بن شريف. (2023). شركة يسير نموذج رائد للمؤسسات الناشئة في الجزائر -عوامل النجاح والتحديات-. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية* ، 09 (01)، 568-551.
- نهاد بن داكير، و علي جوادي. (2025). دور الإبداع والابتكار والتكنولوجيا في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر -دراسة حالة مؤسسة ناشئة جزائرية "يسير" للفترة 2017-2025-. *مجلة معارف* ، 20 (02)، 873-854.