

مشهد الأعمال العراقي

تنمية ريادة الأعمال
في مجالات مبتكرة:
دروس من بيئة الريادة
العراقية

عدد ريادة الأعمال

مقابلات مع

علي الحلبي

مدير التسويق والاتصالات، مسواك

محمد الحكيم

مستثمر ومستشار ومؤسس فدشي
و EQIQ

طارق حسين

المؤسس والرئيس التنفيذي
لشركة الرفيل

فريق أبحاث كابيتا

رسم خريطة بيئة ريادة
الأعمال العراقية:
مجالات النمو والفاعلين
والبرامج الرائدة

سوق الشركات العراقية
الناشئة: كشف الفرص
غير المستغلة

مركز أعمال كابيتا

تغذية المشهد الريادي
العراقي: رؤى من برامج
كابيتا

مصطفى داود

زراعة بذور بيئة الأعمال:
تهيئة الأرض للرواد
المفتقرين للموارد

٤.

المقال الافتتاحي

الطفرة الريادية: إستكشاف التحول الجذري في مشهد الأعمال العراقي

٦.

آن صوفي ساباتوتشي

تنمية ريادة الأعمال في مجالات مبتكرة: دروس من بيئة الريادة العراقية

١٨.

مصطفى داود

زراعة بذور بيئة الأعمال: تهيئة الأرض للرواد المبتكرين للموارد

١٠.

مركز أعمال كابيتا

تغذية المشهد الريادي العراقي: رؤى من برامج كابيتا

مشهد الاعمال العراقي هي مجلة
فصلية تسلط الضوء على القطاع
الخاص العراقي وتحدياته وتطوراته
واستثماراته وعلى ساحة ريادة
الأعمال.

بدعم من:



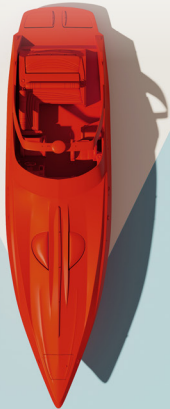
Implemented by
giz
Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Cooperation (GIZ) GmbH

١٨.

فريق تفاعل هب

ريادة الأعمال في البصرة: بيئة يغمرها الابتكار والتعاون

٣٦



رئيس التحرير:
محمد جمال

المحرر التنفيذي:
صفوة سالم

المحرر:
عيسى محمد

الباحثون:

رياض راضي

عصام منير

مؤمن الكاكي

زيد حبيب

المصمم الابداعي:

عمار جليل

مقابلات

٦٠.

علي الحلي

مدير التسويق والاتصالات،
مسواك

٦٨.

محمد الحكيم

مستثمر ومستشار
ومؤسس فدشي و EQIQ

٧٦.

طارق حسين

المؤسس والرئيس
التنفيذي لشركة الرفيل

٢٦.

زيد حبيب

مبادرة ريادة: تعزيز ريادة
الأعمال من أجل التقدم
الاجتماعي

٣٠.

بودكاست تجارب

عدسة تجارب: لماذا لا يوجد
مقاس موحد للنجاح في
مشهد الريادة العراقي؟

٣٦.

د. هيمن لطيف

صناعة التميز العظيم من بذل
القليل: دليل للسلامة الشخصية
والعالمية

٦٨



فريق أبحاث كابيتا

٥٠.

ملخص بحث

رسم خريطة بيئة
ريادة الأعمال
العراقية: مجالات
النمو والفاعلين
والبرامج الرائدة

٤٠.

ملخص التقرير

سوق الشركات
الناشئة في
العراق: الكشف
عن الفرص غير
المستغلة

الطفرة الريادية:

استكشاف التحول الجزري في مشهد الأعمال العراقي

في خضم التغيير والتحديات، يمر العراق بتحول في مجال ريادة الأعمال. ما يزال البلد يكتسب زخماً كبيراً يدفع التوجّه نحو تغيير واقعه من بلدٍ مُتَكِلٍ على ثروته النفطية والوظائف الحكومية، إلى بلدٍ يسنده قطاعٌ حاضٍ حيويٌّ وديناميكي. إن إعادة رسم مشهد الأعمال في العراق ليست مجرد ضرورة اقتصادية فحسب، ولكنها أيضاً خطوة مهمة نحو التحول المجتمعي.

اقتصادنا وخلق فرص عمل كثيرة. على الرغم من أنّ مسار القطاع الخاص العراقي لم يكن مماثل لنظرائه في البلدان الأخرى، إذ لم يتمكن من تبني التطورات الهامة التي حدثت خلال فترة العقوبات والقيود الاقتصادية، إلا أنّ بيئة ريادة الأعمال تُحدِث طفرةً في هذا المسار، مما يُمكن القطاع الخاص من تخطي مراحل عدّة من التطوير الذي فاتته.

وعلى الرغم من التحديات، يبرز العراق في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بعدة خصائص يميز بها، منها عدد سكانه الذي يصنّفه رابع أكبر البلدان سكاناً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وحقيقة أنّ 10% من مواطنيه لم يناهزوا سن الخمسة والعشرين عاماً، يتمتع العراق بإمكانات هائلة للشركات التي تستهدف فئة سكانية شابة وحيوية.

بُزوغ بيئة أعمال الشركات الناشئة في العراق

انطلقت بيئة أعمال الشركات الناشئة في العراق منذ العام ٢٠١٣، وحصل فيها قفزات في أنشطة ريادة الأعمال نقلتها من مجتمعات التكنولوجيا إلى هاكاثونات الشركات الناشئة. وقد تلقت هذه المبادرات، التي رعاها وعمل عليها المتطوعون، دعماً كبيراً من الصناديق الدولية، مثل صندوق الابتكار من أجل التنمية التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي. ويشير ظهور مراكز ريادة الأعمال مثل المحطة، المركز الأول في بغداد، إلى تطور بيئة الأعمال هذه. علاوة على ذلك، فإن الإنشاء اللاحق لمسرعات الأعمال وشبكات الاستثمار مثل مركز أعمال كابيتا وشبكة المستثمرين المخاطرين العراقية يشير إلى أنّ نمو بيئة الأعمال قد اكتمل وأنها قد بلغت مرحلة النضج. وفي الوقت ذاته، بدأت الشركات الناشئة في صياغة حلول مبتكرة، ممّا مهد الطريق لمستقبل أكثر إشراقاً في مجال ريادة الأعمال.

بدأت الشركات الناشئة العراقية في الآونة الأخيرة في الحصول على استثمارات، حتى أنّ بعضها «خرج» حيث تم الاستحواذ عليها من قبل شركات كبرى. وهذا دليل على تطور مشهد الشركات الناشئة في البلاد وهو يقدم طريقاً معبداً لرواد الأعمال المستقبليين، يرشدهم خلال رحلاتهم من البداية وصولاً إلى النجاح.

رؤية لاقتصاد يقوده القطاع الخاص

إن اعتماد العراق على النفط وقطاعه العام المترامي الأطراف واضح للعيان. وفي ظل تحدياتٍ على رأسها البطالة وعجز البنية التحتية، أثبتت محركات الاقتصاد التقليدية عجزها وعدم إيفائها بالغرض. يستوقفنا هنا سؤال: علامٌ نُغلقُ الآمال؟ والجواب هو على بناء قطاعٍ خاصٍ مزدهر. لن يقود القطاع الخاص البلاد نحو مستقبل مزدهر فحسب، بل سينتصدي للتحديات الكبرى التي تمس حال العراق، مثل الحاجة المُلحة لخلق فرص العمل.

كيف يمكننا تمهيد الطريق لقطاع خاص مزدهر؟ تكمن الإجابة في بناء بيئة ريادة أعمالٍ فعّالة وقوية. وستقدم لنا بيئة أعمالٍ مثل هذه حلولاً مبتكرةً ستساهم في تنمية

التحديات الحالية: عقبات يتحتم تذليلها

ما تزال الصَّعَاب وَالْعُرَاقِيل قَائِمَةً فِي طَرِيق هَذِهِ الرَّحْلَةِ. يُوَاجِه رَوَادِ الْأَعْمَالِ فِي الْعِرَاقِ الْعَدِيدَ مِنَ التَّحْدِيَّاتِ وَمِنْ أْبْرَزِهَا مَا يَلِي:

- محدودية الوصول إلى التمويل، إذ تُقَوَّلُ المَدخِرَاتِ الشَّخْصِيَّةِ وَالقُرُوضِ مِنَ المَعَارِفِ ٧٠% مِنَ المَشْرُوعَاتِ مَتَنَاهِيَةِ الصَّغْرِ وَالصَّغِيرَةِ وَالْمَتَوَسِّطَةِ، مِمَّا يَتْرِكُ نِسْبَةً ضَائِلَةً تَبْلُغُ ١١% تَعْتَمِدُ عَلَى القُرُوضِ المَصْرَفِيَّةِ، وَفَقْأً لِمَا ذَكَرَهُ بَرْنَامِجُ الْأُمَمِ المَتَّحِدَةِ الْإِنْمَائِي.
- البنية التَّحْتِيَّةِ المَصْرَفِيَّةِ: يَمْتَلِكُ ٢٢% فَقَطُ مِنَ العِرَاقِيِّينَ حَسَابَاتِ مَصْرَفِيَّةٍ، وَانْتِشَارُ البُنْيَةِ التَّحْتِيَّةِ المَصْرَفِيَّةِ ضَائِلٌ وَمُنْحَسِرٌ، مِمَّا يَجْعَلُ مِنَ المَعَامَلَاتِ المَالِيَّةِ عَقْبَةً كَبِيرَةً.
- العَقَبَاتِ القَانُونِيَّةِ: يَنْطَوِي تَشْغِيلُ الْأَعْمَالِ التَّجَارِيَّةِ عَلَى التَّعَامُلِ مَعَ نِظَامِ قَانُونِي مَعْقَدٍ، وَتَخْتَارُ الْعَدِيدُ مِنَ الشَّرْكَاتِ الْعَمَلَ دُونَ تَسْجِيلِ رَسْمِي. تَفْتَقِرُ نِسْبَةً هَائِلَةٌ تَبْلُغُ ٣٩,١% مِنَ المَشْرُوعَاتِ مَتَنَاهِيَةِ الصَّغْرِ وَالصَّغِيرَةِ وَالْمَتَوَسِّطَةِ إِلَى الوُضُوحِ فِي عَمَلِيَّاتِ التَّسْجِيلِ.
- مَعْوَقَاتِ الْإِسْتِثْمَارِ: إِنْ مَفْهُومُ الْإِسْتِثْمَارِ فِي الشَّرْكَاتِ النَّاشِئَةِ هُوَ أَمْرٌ جَدِيدٌ فِي الْعِرَاقِ. كَمَا أَنَّ تَعْدِيلَ عَامِ ٢٠١٧ لِقَانُونِ الشَّرْكَاتِ رَقْمِ ١٢ لِسَنَةِ ١٩٩٧، وَالَّذِي حَدَدَ سَقْفَ المِلْكِيَّةِ الْأَجْنَبِيَّةِ بِنِسْبَةِ ٤٩%، يَزِيدُ مِنَ تَعْقِيدِ التَّحْدِي.
- وَتَتَرَاوَحُ العَوَائِقُ الْإِضَافِيَّةُ بَيْنَ مَجْمُوعَةِ أُسْبَابِ مَنَاهَا قِلَّةُ المَوَاهِبِ، وَالْمَخَافَةُ المَتَعَلِّقَةُ بِالِاسْتِقْرَارِ، وَالْأُمِّيَّةُ فِي مَجَالِ تِكْنُولُوجِيَا المَعْلُومَاتِ، وَعَجْزُ البُنْيَةِ التَّحْتِيَّةِ.

الدعم العام ودعم المختصين لريادة الأعمال

تَشِيرُ النُّطُورَاتُ الْأَخِيرَةُ إِلَى إِدْرَاكِكَ مَتَزَايِدِ دَاخِلِ الدَّوَائِرِ الْحُكُومِيَّةِ لِأَهْمِيَّةِ رِيَادَةِ الْأَعْمَالِ فِي النُّهْضَةِ الْاِقْتِصَادِيَّةِ فِي الْعِرَاقِ. وَمِنَ الْأَمْثَلَةِ الْبَارِزَةِ عَلَى ذَلِكَ إِطْلَاقُ مَبَادِرَةِ الْحُكُومَةِ لِرِيَادَةِ الْأَعْمَالِ — «رِيَادَةٌ» — تَمَثِّلُ هَذِهِ المَبَادِرَةَ اِحْتِضَانًا وَاضِحًا مِنَ الْحُكُومَةِ الْعِرَاقِيَّةِ، وَإِظْهَارًا لِتَزَامُهَا بِتَعْزِيزِ مَسَاعِي رِيَادَةِ الْأَعْمَالِ. عَلَاوَةً عَلَى ذَلِكَ، فَإِنَّ إِنْشَاءَ الْحُكُومَةِ لِشَبْكَةِ «رِيَادَةٌ» يَمَثِّلُ قَفْزَةً كَبِيرَةً إِلَى الْأَمَامِ. ضُمَّتِ «رِيَادَةٌ» لِتَحْيِكِ شَبْكَةً وَطَنِيَّةً مِنْ مَرَاكِزِ رِيَادَةِ الْأَعْمَالِ هَدَفَهَا رِبْطَ مَخْتَلِفِ مَرَاكِزِ بَدْءِ التَّشْغِيلِ وَمُنْظَمَاتِ دَعْمِ رِيَادَةِ الْأَعْمَالِ فِي جَمِيعِ أَنْحَاءِ البِلَادِ. وَمِنْ خِلَالِ تَوْحِيدِ هَذِهِ المَرَاكِزِ، تَسْعَى الشَّبْكَةُ إِلَى تَوْفِيرِ مَنَصَّةٍ أَكْثَرَ تَمَاسِكًا وَتَكَامُلًا لِلسَّرْكَاتِ النَّاشِئَةِ، مِمَّا يَسْمَحُ بِتَبَادُلِ المَعْرِفَةِ وَتِقَاسَمِ المَوَارِدِ وَالتَّعَاوُنِ. تَجَسَّدَ هَذِهِ المَبَادِرَاتُ الَّتِي تَقُودُهَا الْحُكُومَةُ وَالقِطَاعُ الْخَاصُّ حَقْبَةً جَدِيدَةً مِنَ رِيَادَةِ الْأَعْمَالِ فِي الْعِرَاقِ وَتَتَوَكَّدُ عَلَى إِمْكَانِيَّةِ تَحْقِيقِ مَسْتَقْبَلِ أَعْمَالٍ أَكْثَرَ إِشْرَاقًا.

عدد مجلة بنس لانديكس عن بيئة ريادة الأعمال

فِي هَذَا الْعَدَدِ مِنَ مَجَلَّةِ بِنْس لَانْدِكْسِيْبِ، نَقْدَمُ لِلقِرَاءِ فُرْصَةَ التَّعْرِيفِ عَلَى التَّطُورَاتِ وَالْمَبَادِرَاتِ الْأَخِيرَةِ فِي بِيئَةِ رِيَادَةِ الْأَعْمَالِ فِي الْعِرَاقِ مِنْ خِلَالِ النُّظُرِ بَعْيُونَ الْخَبْرَاءِ وَعَبْرَ عَدَسَاتِ تَحْلِيلَاتِ المَخْتَصِّينَ. بِالإِضَافَةِ إِلَى ذَلِكَ، تُوفِّرُ مَلْخِصَاتُ أْبْحَاثِنَا فَهْمًا جَوْهَرِيًّا لِبِيئَةِ رِيَادَةِ الْأَعْمَالِ وَسُوقِ الشَّرْكَاتِ النَّاشِئَةِ فِي الْعِرَاقِ. وَأَخِيرًا، خْتَمْنَا عَدَدَنَا هَذَا بِمَقَابِلَاتٍ هِيَ بِمَثَابَةِ شَهَادَاتٍ حَوْلَ بِيئَةِ الْأَعْمَالِ بِأَكْمَلِهَا مِنْ وَجْهَاتِ نَظَرٍ لَفِيْفٍ مِنَ الْخَبْرَاءِ وَالْمَسْتِثْمِرِينَ وَرِجَالِ الْأَعْمَالِ.

محمد جمال

رئيس تحرير مجلة مشهد الاعمال العراقي

آن صوفي ساباتوتشي

مرشح للدكتوراه في ريادة الأعمال في كلية
كلي للأعمال بجامعة إنديانا

تنمية ريادة الأعمال في مجالات مبتكرة:

دروس من بيئة الريادة العراقية

لقد أُجريت معظم الأبحاث حول بيئات ريادة الأعمال (سنشير إليها بـ"بيئات الريادة") وكيفية تطورها في بلدان تتمتع بقطاع خاص متقدم للغاية وظروف مواتية لريادة الأعمال. وعادةً ما يكون لدى هذه البلدان لوائح تنظيمية تدعم الشركات والمنافسة العادلة، ويخدمها نظام مصرفي قوي ومعزز رقمياً، وتسودها ثقافة موجهة نحو الأعمال، وتستند على قاعدة معرفية تغذيها غالباً عدة شركات محلية نشطة. ولكي تتطور بيئة الريادة في مثل هذه السياقات، يتوجب على البيئات المحلية للأعمال أن تدعو روادها الواعدين المحنكين في هذا المجال والمتفرغين للعمل وتنسق بينهم. وعلى النقيض من هذا نشأت بيئة الريادة العراقية بغياب هذه الأسس المتطورة القائمة على السوق والثقافة والقطاع الخاص.

ولذا لم يقتصر الأمر فيها على دعوة رواد الأعمال الواعدين إلى السعي في تعزيز الريادة واستدامتها محلياً، بل توجب على هذه البيئة أن تفعل أكثر من ذلك بكثير: فقد نهضت وتوسعت، وبدا مهدت الطريق لتنمية القطاع الخاص في البلاد. ولذلك أضحت مهتمةً كباحثة بدراسة الجهود الرائعة التي تبذلها بيئة الريادة في العراق.

الكثيرين)، وانضموا إلى فضاءات مخصصة للريادة في مجموعات التليكرام وفيسبوك. وكانت هذه المواقع، التي يمكن القول بأنها "مراكز الشباب"، شديدة الأهمية في جذب الشباب العراقي إلى مجال ريادة الأعمال.

بناء برامج دعم ريادة الأعمال

ثانياً، أُنعت بيئة الريادة الشباب والشابات الذين انجذبوا حديثاً إلى مساحاتها بالانضمام إلى برامج الحاضنات، ومسابقات الشركات الناشئة، وبرامج التدريب على مهارات الأعمال بالإضافة إلى التكنولوجيا (والتي غالباً ما تطلب من المشاركين تطوير فكرة شركة ناشئة تتعلق بالمهارات التي تُدرّس). بالإضافة إلى التعليم، سمحت هذه البرامج للشباب العراقيين بتذوق تجربة تقديرهم كأفراد عند الانخراط في ريادة الأعمال – فقد شعروا بأنهم "يستحقون" جهد المدربين الذين "آمنوا بهم". وتدريب المشاركون على التفكير، والترويج، والتصرف مثل رواد الأعمال، والبناء والعمل في فرق مثل الشركات الناشئة.

لقد فازوا بجوائز وقوبلت محاولاتهم بالتقدير والإشادة. كثيراً ما سمعت اعتراضات من منظمات الدعم حول إعادة تدوير ذات المشاركين في العديد من تلك البرامج. ومع ذلك، سرعان ما أدركت عندما تحدثت مع الشباب في هذه البيئة أنهم كان عليهم أن ينضموا لأكثر من برنامج كي يزيدوا الثقة والحافز المستمر للانخراط في ريادة الأعمال، لأن معظمهم قد نشأ في أسر لديها إيمان راسخ بأفضلية خيارات أخرى "أكثر أماناً". تشير المسارات الوظيفية غالباً إلى الوظائف الرتيبة في القطاع العام التي تتعهد برواتب مضمونة ومعاش تقاعدي وفرص ضئيلة أو معدومة للتسريح من العمل.

ولادة رائد الأعمال العراقي

ثالثاً، حولت بيئة الريادة هؤلاء العراقيين المتحمسين الجدد تدريجياً إلى رواد أعمال. وبمرور الوقت، أصبح العديد منهم رواد أعمال موظفين بينما أسس آخرون شركاتهم الناشئة. وكان دور برامج التسريع والشركات الناشئة العراقية وشركات التكنولوجيا العالمية الناشئة جوهرياً في عملية التغيير هذه. وعلى سبيل المثال، وَظَّفت الشركات الناشئة الأكثر رسوخاً في كثير من الأحيان (ولكن ليس حصرياً) شباباً عراقيين شاركوا في العديد من هذه الأنشطة التي ذكرناها. لقد جعلوهم ينخرطون حقاً في

حصل أول تماسٍ لي مع مشهد الشركات الناشئة في العراق في حزيران من عام ٢٠٢٢ عندما حضرت حدثاً للتواصل استضافه فرع المحطة في أربيل ودُهِلْتُ حينها من حماس الجميع بالحركة المثيرة الحاصلة في مجال الشركات الناشئة في العراق. لذا قررت منذ ذلك اللحظة أن أسبر أعوار بيئة الريادة في العراق لأكتشف كيف تطورت ببطء ولكن بثبات في خضم التحديات الجليّة. رغم أن بحثي ما زال غير مكتمل، لكنّي وددت أن أشارك بعض الأفكار من التحليل الأولي للبيانات التي جمعتها خلال العام الماضي (لاحظوا أنني في سردي لهذه الأفكار، سأطرز ثانياً مقالتي باقتباسات مقتضبة من المقابلات التي أجريتها مع أشخاص منخرطين في بيئة الريادة العراقية). لقد وجدت أن بيئة الريادة في العراق ما زالت مستمرة في بناء جيلٍ من رواد الأعمال والموظفين الرياديين الماهرين في الأعمال المستعدين للانضمام إلى الشركات الناشئة حديثاً -وهذا أمر بالغ الأهمية- وقد حفزت هذه البيئة خريجها على الاستمرار فيها والمساهمة في توسعها. ولتحقيق ذلك، شاركت بيئة الريادة في أنشطة مختلفة أُخِضها بإيجاز في التالي:

إنشاء مراكز الشباب

أولاً، اجتذبت عموم الشباب العراقيين من طلاب الجامعات أو الخريجين الجدد الذين ليس لديهم معرفة مسبقة بريادة الأعمال إلى مساحاتها وورش العمل وشبكة العلاقات الاجتماعية. لقد قدمت لهم بيئة الريادة شيئاً مختلفاً لم يعتادوا عليه في العراق. ومن الأمثلة على ذلك أنّ بيئة الريادة روجت لورش عمل مجانية أو سهلة الوصول حول مواضيع متنوعة للغاية تشمل البرمجة، والروبوتات، والهندسة المعمارية، وصناعة الأفلام وغيرها – والتي لا ترتبط بالضرورة ارتباطاً مباشراً بالأعمال التجارية أو ريادة الأعمال. لقد وفرت أماكن دراسية مصممة بحرفية ومزودة بالواي-فاي حيث يمكن للشباب العراقيين الجلوس بحرية وقضاء بعض الوقت معاً، دون أن "يزعجهم أحد" (كما أخبرني أحدهم). كما نظمت مراراً محافل مجانية متعلقة بالتكنولوجيا أو الثقافة بمشاركة خبراء ملهمين محليين وأجانب.

لقد أدى وجود هذه المراكز إلى خلق تحاور شفهي بين الشباب العراقي. مفتونين بما بدا "غربياً" و"فريداً" في أعينهم، انجذبوا إلى بيئة الريادة التي فتحت لهم مساحات العمل المشترك ومساحات الصنّاع (maker spaces)، وراحوا يرتادون المقاهي حيث يتحدث الناس عن ريادة الأعمال (هذه "اللغة الجديدة" على مسامع

أو مدير أول في شركة ناشئة أو مرشدٍ مثلهم، في الوقت الذي شككوا فيه في قدرتهم أو رغبتهم في الاستمرار. كان القدماء في بيئة الريادة على علم بطريقة أو بأخرى، فعملوا جميعاً كموجهين، سواء كُلفوا بهذا الدور أم لم يُكلفوا، وكانوا يهتمون باستمرار بمشاكل الشباب — وهذا الاهتمام أمرٌ بالغ الأهمية لتجنب تخلي الشباب عن عملية التغيير.

رعاية المجتمع

وأخيراً، حفزت بيئة الريادة هؤلاء الشباب العراقيين على المساهمة في تطوير بيئة الريادة. كيف ذلك؟ شيدت بيئة الريادة "منزلاً" آخر (استثنائياً) لهؤلاء الشباب العراقيين. قالت لي إحدى الشابات: "كانت بمثابة منزل لنا... شعرت أن [الشركة الناشئة] كبرت، وكبرت معها". غالباً ما تقع مكاتب الشركات الناشئة في منازل فعلية وتعزز هذا الشعور. وصف الكثيرون بيئة الريادة بأنها مكان خاص يشعرون فيه بأنهم أنفسهم وعملهم وأفكارهم يحظون بالتقدير والاحترام مثل الآخرين، بغض النظر عن العمر أو الجنس أو الدين أو أي انتماء آخر.

وقد حققت بيئة الريادة ذلك من خلال الترويج والحماية من انتهاكات قيم الخدمة والمصداقية. ونتيجة لذلك، فإن المساهمة في الحفاظ على ظروف مثل تلك التي توفرها بيئة الريادة أمر مستحسنٌ وطبيعي، وتوسيعها يعني السماح للعراقيين الآخرين بأن يعمروا بذات التجربة. كما كشفت بيئة الريادة في كثير من الأحيان عن طموحها وأهدافها، إذ أخبرني أحد رواد الأعمال الشباب أن المشاركة في برنامج تسريع الأعمال وسع مداركه فأخبرني أنه "قبل البرنامج... كنت أنفق كل ما أجنه من أموال على السيارات، وأشتري أشياء لنفسي. لكن بعد هذا البرنامج، كما تعلمون... أدركت شيئاً... إن الأمر لا يتعلق بالمال... بل يتعلق ببناء ثقافة جديدة... إن موظفيك... هم بمثابة أولادك. وسوف تفخر بوجود هذا الفريق لديك" لذلك، طور الشباب في بيئة الريادة دافعاً جوهرياً للإضافة إلى الأنشطة المختلفة آفة الذكر والمساهمة في بناء قوة عاملة قادرة على تنظيم المشاريع في العراق.

نشاطات ريادة الأعمال: وأظهروا لهم المعنى الحقيقي لريادة الأعمال في العراق (العمل الشاق) وكيف يصبحون رواداً، وساعدوهم على إدارة تطورهم الشخصي كرواد. طلب من الموظفين تصور أفكار جديدة، واختبارها، وتحمل المسؤولية عن أخطائهم والتعلم منها، والاستمرار في العمل. من الأمثلة على هذه النشاطات أن شركة ناشئة خصصت دورياً كل شهر أموالاً إضافية لموظفيها لاختبار فكرة جديدة؛ وشجعت شركة ناشئة أخرى موظفيها على العمل في مشاريعهم بالإضافة إلى عملهم فيها؛ كان لدى شركة ناشئة ثالثة نظام مكافآت متطلب يدفع أو يخفض المكافآت بناءً على اقتراب الموظفين من أهدافهم وتحقيقهم لها. في البداية، عانى الكثيرون بعدما تلاشت "الأحلام الوردية" التي كانت في تصورهم عن برامج التدريب، وشعر البعض أنهم تلقوا "صفعة على الوجه" - ولكن سرعان ما "استوعبوا جوهر الأشياء"، وانقلب هذا "التوتر" إلى "فخر" يدفع التقدم على المستوى الشخصي والجماعي، ومع مرور الوقت، تحول هؤلاء الشباب العراقيون إلى جيل من رواد الأعمال.

كسر الحواجز الاجتماعية

رابعاً، حافظت بيئة الريادة على خط اتصال نشط ومستهدف مع هؤلاء الشباب العراقيين (وغالباً مع عائلاتهم أيضاً). لم يكن اجتذابهم أمراً بسيطاً قط، وتمكنت بيئة الريادة من التغلب على مقاومة العائلات للسماح لأولادهم بالمشاركة في أنشطة بيئة الريادة.

على سبيل المثال، كان لدى إحدى المنظمات فريق عمل مخصص لمقابلة أولياء الأمور في المقاهي وكسب ثقتهم كي يسمحوا لأولادهم بالانضمام إلى برامجها التدريبية. كان تحفيز الشباب ليصبحوا رواد أعمال أمراً صعباً أيضاً. أخبرني أحد الرواد الناشئين أنه كان متردداً في بادئ الأمر بشأن الالتحاق بالتدريب المجاني الذي عُرض عليه. لذلك، سأل المدرب بإصرار: "لماذا تفعلون هذا؟" و"ماذا تتوقعون منّا في المقابل؟" ولذا كان على بيئة الريادة أن تجيب وتشرح وتكسب ثقة الشباب العراقي أيضاً. والجدير بالذكر أن الرواد الشباب الذين كانوا في طور الإنشاء كانوا يشعرون في بعض الأحيان بالخوف في هذه العملية أو جنحوا للاستسلام، لأنّ تعلم ريادة الأعمال كان ينطوي في كثير من الأحيان على صراع. لقد أذهلتُ حقاً عند سماعي من عديد من المشاركين في بيئة الريادة قصصاً تلقيهم في الوقت المناسب دعماً جاء صدفةً عن طريق محادثة شخصية بين شخصين أو مكالمات هاتفية غير متوقعة من "مثلي أعلى" لهم كرائد أعمال ذو خبرة،

وبهذه الطريقة رأينا بيئة الريادة تتوسع ببطء بسبب كُبر حجم مشروعها وعمقها، إلا أن توسعها كان مطرداً. يؤدي توسع بيئة الريادة إلى نشر ثقافة الأعمال، وبناء الشركات، وجذب انتباه أصحاب المصلحة المعنيين بإنشاء مؤسسات أكثر رسمية قائمة على السوق في البلاد، وبالتالي تعزيز تنمية القطاع الخاص في العراق. على الرغم من أن بحثي حول الآليات المحددة التي مكّنت بيئة الريادة في العراق من التطور والتوسع ما يزال مستمراً، إلا أنني آمل أن تعطي العناصر الموجزة التي فصلتها هنا لمحة عن الجهد التعاوني الرائع للمشاركين في هذه البيئة في العراق.

مسار كابيتا للابتكار

إن مسار الابتكار هو في الأساس طريقة أو إطار تستخدمه الشركة لعملية الابتكار، وهي عملية لُصنع شيء جديد في السوق. يعد تنفيذ كل برنامج من برامج كابيتا بمثابة مسار للابتكار في مشهد الأعمال العراقي. صممت كابيتا ونظمت كل برنامج لتمكين مراحل الأعمال المختلفة، بدءاً من أفكار الأعمال، والشركات الناشئة في مراحلها المبكرة، وانتهاءً بالشركات القائمة. تساعد هذه المسارات على تحقيق نتيجتين، أولاهما هي إصلاح اتجاه تطور بيئة الأعمال العراقية بتوجيهها نحو اعتماد الطُّرُق الحديثة لإنشاء الأعمال. والنتيجة الثانية لها علاقةً بجودة المهارات الريادية المتاحة. تنمو مجموعة رواد الأعمال في السوق العراقية نمواً دورياً مع زيادة عدد خريجي البرامج والأفراد المحترفين والقادرين الذين يتوقون إلى التغيير والنمو.

صُمم برامج كابيتا لتغطية كل مرحلة من مراحل التطوير. ويشمل ذلك الوصول إلى المعرفة والتمويل والإرشاد والدعم العملي، وهو نهج شامل لضمان حصول رواد الأعمال على الدعم اللازم والازدهار في كل خطوة من خطوات رحلتهم. بهدف تحقيق هذا الهدف، نفذت كابيتا خمسة برامج مختلفة.



محمد حميد
مدير البرامج

صفوة سالم
باحث أقدم

عصام منير
باحث

مركز أعمال كابيتا

تغذية المشهد الريادي العراقي: رؤى من برامج كابيتا

لقد شهد مشهد ريادة الأعمال العراقي تطوراً مستمراً في العقد الماضي. اشتعلت شرارة بيئة الأعمال العراقية بفعل العديد من الهاكاثونات الرقمية، والمعسكرات التدريبية، ومبادرات التدريب قصير المدى، والمبادرات التطوعية، وغيرها الكثير بقيادة الشباب والمنظمات الداعمة. وقد أدى هذا على مستوى جماعي إلى زيادة الوعي بريادة الأعمال وشجع المزيد من الشركات الناشئة على تطوير أفكارها التجارية وتعزيز أسس أعمالها من خلال طلب المشاركة في برامج ما قبل الاحتضان والبرامج التحضيرية، التي غذت أفكارهم وتحققت من جدواها، وألهمت عقلية الرائد لأصحابها.

لقد طورت كابيتا برامج ومبادرات مختلفة بعد دراسة مشهد الأعمال العراقي الحالي، هدفها تغذية الجانب الريادي من المشهد برواد أعمال على أتم الاستعداد لمواجهة تحدياته والاستفادة من إمكانياته. تلي هذه البرامج والمبادرات احتياجات الشركات في جميع المراحل المختلفة بدءاً من صنع الأفكار ووصولاً إلى مراحل النمو للارتقاء ببيئة ريادة الأعمال والقطاع الخاص.

بالإضافة إلى ذلك، فإن برنامج سكيل اب أكاديمي (ScaleUp Academy Acceleration Program) هو برنامج تسريع بتمكين وتمويل من الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) وآسياسيل.

وهو يستهدف الشركات القائمة وهو مصمم لتمكين رواد الأعمال من توسيع نطاق أعمالهم بفعالية وكفاءة من خلال توفير التدريب العملي والإرشاد. اكتملت ٤ دفعات بنجاح تخرجت منها ٤٠ شركة ناشئة.

تقدم سكيل اب أكاديمي أيضاً الفرصة للشركات الناشئة لتقديم العروض أمام شبكة المستثمرين المخاطرين العراقية. مما يوفر للشركات الناشئة فرصة لتأمين التمويل المحتمل وإقامة اتصالات حيوية. بالإضافة إلى الدعم العملي في شكل خدمات وقسيمة بقيمة 0,000 دولار لكل منها لمساعدة الشركات الناشئة في رحلة تطوير أعمالها.

إدراكاً لإمكانات الشركات الصغيرة والمتناهية الصغر، تقدم مبادرة طاقات التابعة لشركة كاييتا، بالتعاون مع شركة جنرال إلكتريك (General Electric)، الدعم الأساسي لـ ٥٠ شركة تواجه تحديات أو تكافح من أجل النمو في السوق. خلال البرنامج، يعمل خبراء الصناعة بشكل وثيق مع الشركات لتحديد الحلول المصممة خصيصاً لتلبية احتياجاتهم الفريدة. لقد أحدثت المساعدة العملية التي قدمتها طاقات بالفعل تأثيراً كبيراً على الإنتاج والتسويق والمبيعات، مما دفع هذه الشركات الصغيرة والمتوسطة نحو النجاح.

تسعى مبادرة WeFi، بالتعاون مع مجموعة البنك الدولي والتي تنفذها كاييتا و 51Invest إلى تعزيز المشاركة المتساوية للمرأة في المشهد الريادي العراقي، وتركز على دعم الشركات التي تقودها النساء. يقدم البرنامج تدريباً على نحو الأمية المالية من خلال معسكر تدريبي لمدة ثلاثة أيام يُجرى في مدن رئيسية مثل بغداد والموصل.

أورانج كورنرز بغداد (Orange Corners Baghdad) وهو برنامج احتضان تنفذه كاييتا بدعم من سفارة مملكة هولندا. يستهدف البرنامج الشركات الناشئة في مراحلها المبكرة ويقدم دورات تدريبية حول تخطيط بدء التشغيل وإدارة الموارد والتسويق والاتصالات ومهارات البحث، بالإضافة إلى التدريب على تطوير الأعمال حول تقييم المخاطر ومهارات تطوير التسويق واحتياجات السوق الحالية.

تم تجهيز الشركات الناشئة بالمهارات والأدوات والمعرفة الأساسية لدعم دخولها وتوسعها في السوق العراقية. وقّر البرنامج بيئة داعمة مكنت رواد الأعمال الشباب من تحسين أفكارهم التجارية، وتطوير خطط عمل قوية، واكتساب رؤى حول مشهد السوق التنافسي. يمتد البرنامج أيضاً إلى إتاحة فرص التواصل والاستشارات المهنية والتمويل المحتمل، كل ذلك بهدف إنشاء مشاريع ناجحة. تخرجت ست دفعات من هذا البرنامج بنجاح، تضم كل منها ٢٠ شركة ناشئة، مما أدى إلى استكمال ما مجموعه ١٢٠ شركة لبرنامج الاحتضان المكثف لمدة ستة أشهر.

تنفذ كاييتا صندوق أورانج كورنرز للابتكار (OCIF) بالشراكة مع وزارة خارجية مملكة هولندا والمصرف الأهلي العراقي. يعمل صندوق أورانج كورنرز للابتكار على تحفيز الابداع وتحسين وصول الشركات الناشئة في مراحلها المبكرة إلى التمويل في جميع أنحاء العراق. ويساعد الجمع بين المنح والاستثمارات والتدريب على الاستعداد للاستثمار في نقل الشركات الواعدة إلى المستوى التالي واختراق السوق بفعالية.

أثبت برنامج صندوق أورانج كورنرز للابتكار أنه مبادرة تحويلية في توفير الوصول إلى التمويل للشركات الناشئة التي تخرجت من برنامج حاضنة أورانج كورنرز، نجحت كاييتا في تمويل ١٢ شركة ناشئة في المدة ما بين حزيران ٢٠٢٢ إلى حزيران ٢٠٢٣، من خلال برنامج صندوق أورانج كورنرز للابتكار، مما يؤكد التزامها بدعم نمو القطاع الخاص في العراق. تتنوع الشركات الناشئة التي تتلقى أموالاً من هذا البرنامج وتتخصص في التجارة الإلكترونية والأعمال الزراعية والكهرباء وتطبيقات الهاتف المحمول. تشمل الشركات الناشئة الفائزة شركة الرفيل، وأوردري، وحريز، و هوليفك (Holiveg)، وكابينة، وقطن، وتنوير، وستيب، وكاونتر، وجيوماتيكا.

زيادة الدافع الريادي بين الشباب

لقد واصلنا تلقي العديد من الطلبات مع مرور الوقت وبدأ الوباء في التناقص.

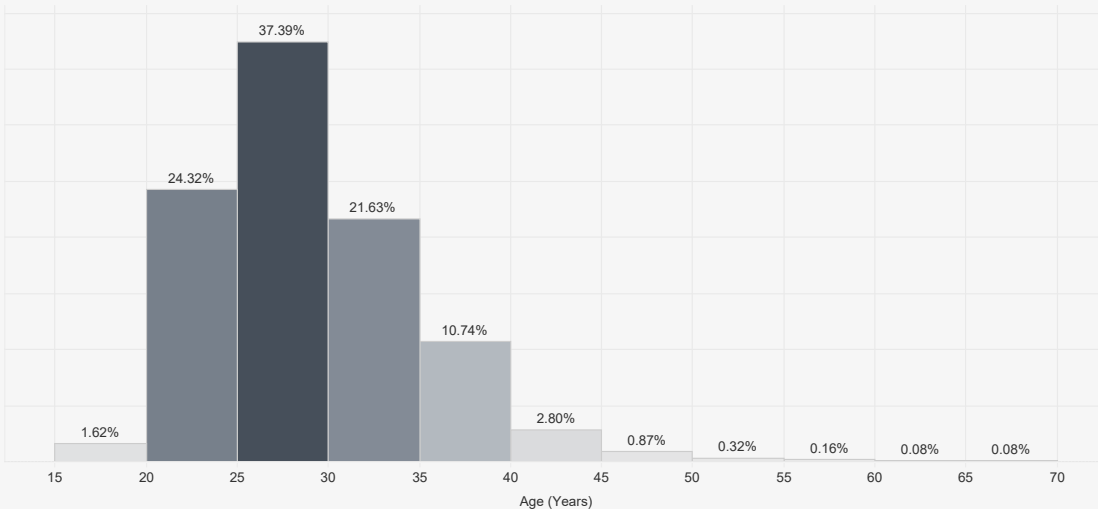
وتجدر الإشارة أيضاً إلى أن الدافع الريادي يظهر في الغالب بين الشباب، حيث تم تلقي معظم الطلبات من قبل شريحة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ٢٠ و ٣٥ عاماً، وحوالي ٣٧% منهم تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٣٠ عاماً.

يوجد الدافع أيضاً في الغالب بين خريجي الجامعات، حيث شكلوا ٥٠% من الطلبات، مما يدل على أنه يمكن أن يكون هناك تحول في عقلية بعض طلاب الجامعات اليوم، حتى لو كان طفيفاً مقارنة بأعداد خريجي الجامعات كل عام، وقد بدأ الشباب في التنقل في مسارات أخرى غير التوظيف في القطاع العام.

في غضون أربع سنوات تقريباً، شهدت مجموعة برامج كابتا نمواً هائلاً في عدد الطلبات المستلمة من خلال كل من برنامج حاضنة أورنج كورنرز ومسرعة اعمال سكيل اب اكاديمي. في الدفعة الأولى من أورنج كورنرز في عام ٢٠١٩، استقبلنا ٢٤٥ متقدماً ومن ثم زاد هذا العدد بأكثر من الضعف في المجموعة الأخيرة في عام ٢٠٢٣ ليصل إلى ٥٧٦. في المجموع، وصلت طلبات الحاضنة والمسرعة إلى حوالي ٣,٠٠٠ متقدم.

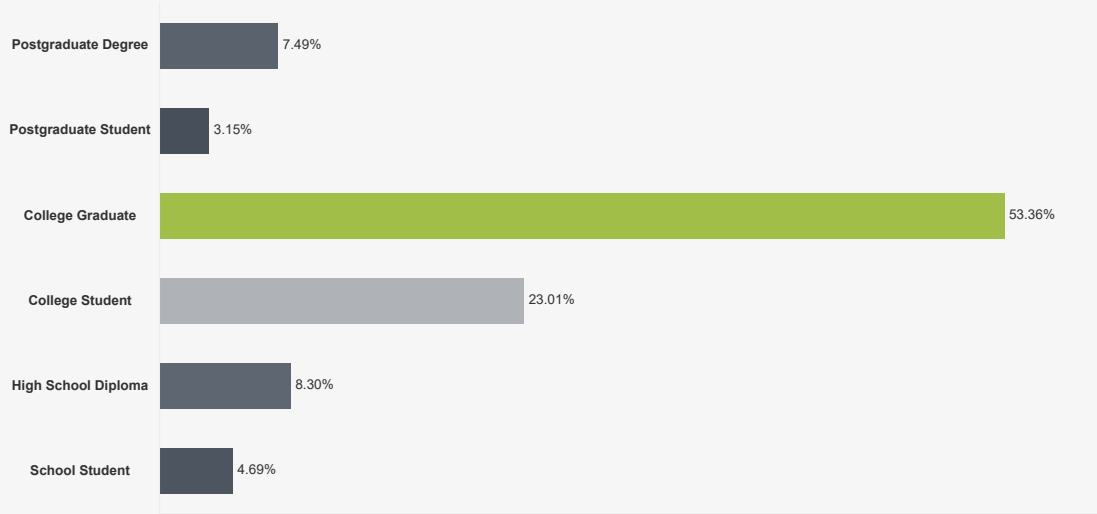
على الرغم من وجود العديد من رواد الأعمال الذين نفذوا برامج تطوير متعددة، إلا أن التطبيقات تُظهر وصولاً ملحوظاً للمستفيدين المحتملين الآخرين، الأشخاص الذين لم يسمعوا أو انضموا إلى أي برنامج تطوير ومع ذلك أظهروا إمكانات ملحوظة للنمو في أعمالهم. تُظهر البيانات التي تم الحصول عليها أيضاً أنه خلال جائحة كورونا في المراحل الأولى من الوباء، واجهت الشركات الناشئة الكثير من التحديات في تحسين حالة أعمالها، والترويج لمنتجاتها، والتوسع في مجالات جديدة. على الرغم من هذه العقبات، لم يؤثر ذلك على عدد التطبيقات بشكل كبير.

The Age of Applicants to OC throughout All the Cohorts



Copyrights: KAPITA Business Hub, 2023.

The Level of Education of Applicants to OC throughout All Cohorts



Copyrights: KAPITA Business Hub, 2023.

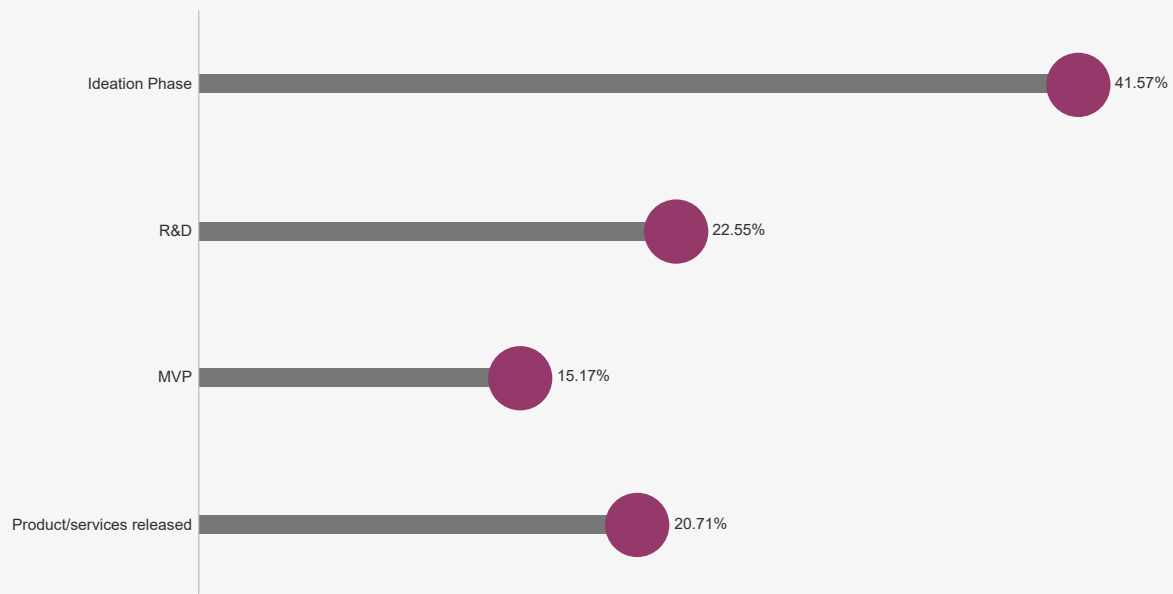
كانت القطاعات الرئيسية من إجمالي الشركات التي تم تطبيقها على برنامج الاحتضان في الغالب موجهة نحو التكنولوجيا أو في قطاع التجارة الإلكترونية، مع حوالي ٢٠% لكل منها، تليها الشركات القائمة على المنتجات ثم الزراعة، من بين قطاعات أخرى.

ومع ذلك، ازداد الاهتمام بقطاع الزراعة بشكل كبير على مر السنين، حيث تم تلقي ما يقرب من ٥٠% من الطلبات للحصول على أورنج كورنرز من الشركات العاملة في هذا المجال. كما لوحظ اتجاه مماثل في الأعمال التجارية القائمة على المنتجات.

توجهات مراحل وقطاعات الشركات الناشئة

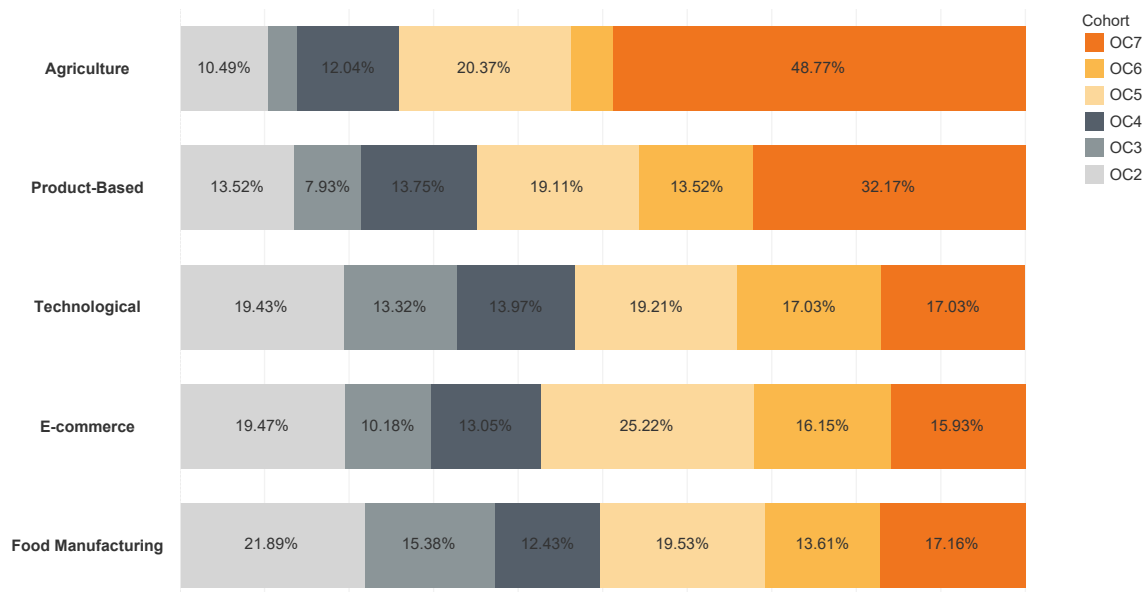
خلال المجموعات السبع لبرنامج حاضنة أورنج كورنرز، كانت غالبية الشركات الناشئة للمتقدمين في مرحلة التفكير؛ وظلت النسبة ثابتة تقريباً عند حوالي ٤٠%، بانخفاض طفيف عن النسبة في المجموعتين الأخيرتين. أما بالنسبة لسكيل اب اكايمي، التي تستهدف الشركات القائمة، فقد ظلت النسبة نفسها من المتقدمين ثابتة على مر السنين؛ حوالي ٤٠% كانوا يحققون إيرادات.

The Stages of OC Applicants' Projects throughout All the Cohorts



Copyrights: KAPITA Business Hub, 2023.

Types of Projects by Cohort



Copyrights: KAPITA Business Hub, 2023.

سد الفجوة بين الجنسين

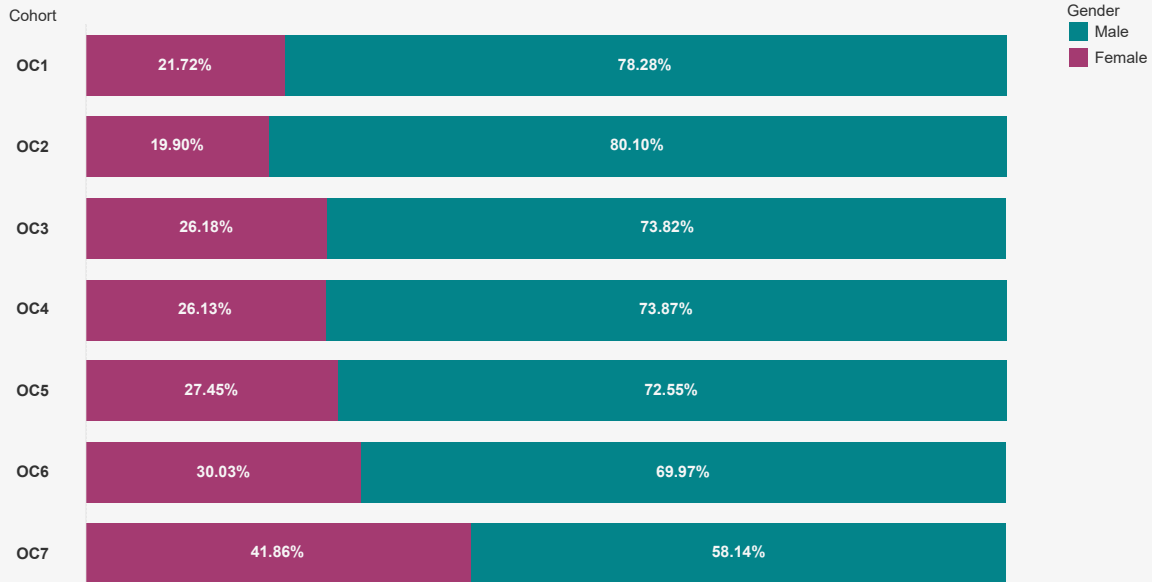
الأعمال المبتكرة في مستوياتها المتقدمة، وهذا يقودنا إلى استنتاج مفاده أن عدد الشركات المؤسسية من شريحة النساء والتي تعتبر متقدمة وجاهزة للمشاركة في برنامج تسريع هو أقل من تلك المؤسسة من الرجال. ومع ذلك، أدت مهمة كابيتا لتعزيز مجموعة الشركات الناشئة والتركيز على الشركات التي أسستها النساء إلى إطلاق مبادرات مثل مبادرة WeFi التي ركزت على دعم الشركات التي تقودها النساء.

وتجدر الإشارة أيضاً إلى أن غالبية الشركات التي أسستها النساء في قطاعات معينة، مثل قطاعات الصناعات اليدوية وتجارة التجزئة والخدمات، ما تزال مصنفة بامتلاكها إمكانات نمو أقل، وفي كثير من الحالات، تعتمد حملة ريادة الأعمال داخل سيدات الأعمال على الضرورة، بينما تظل القطاعات الموجهة نحو التكنولوجيا مهيمن عليها من الذكور.

لا تزال مشاركة المرأة في بيئة الأعمال العراقية أقل بكثير من مشاركة الرجال. يمكننا أن نرى ذلك في جوانب مختلفة، من نقص الشركات التي أسستها النساء، ورائدات الأعمال، والمستثمرات، والموجهات مقارنة بالرجال. وقد انعكس ذلك في عدد المتقدمين المستلمين لبرنامج كابيتا. ومع ذلك، من خلال مجموعات مختلفة من أورانج كورنرز بغداد، رأينا أن هناك زيادة ملحوظة في عدد الشركات التي أسستها النساء. تضاعفت النسبة المئوية للمتقدمات إلى مجموعة أورانج كورنرز الأخيرة مقارنة بالمجموعة الأولى. أدى الوعي المتزايد ببرامج دعم ريادة الأعمال والحملات المستهدفة إلى دفع المزيد من النساء للتقدم إلى برنامج الحاضنة.

حافظت طلبات التقديم لسكيل اب اكايمي على زيادة مستمرة تقريبا في عدد المتقدمات بنسبة لا تزيد عن 0% تقريباً لكل مجموعة من الطلبات. ويرجع ذلك إلى السبب في أن أورانج كورنرز تستهدف الشركات في مراحلها المبكرة بينما تصبُّ سكيل اب اكايمي تركيزاً أكبر على

Gender of Applicants by Cohort



Copyrights: KAPITA Business Hub, 2023.

الوصول إلى التمويل

يعد الوصول إلى التمويل أحد التحديات الرئيسية التي يواجهها رواد الأعمال داخل بيئة الأعمال العراقية. لا يؤدي مستوى نضج الشركات الناشئة الحالية إلى خلق طلب كبير لزيادة المعروض من التمويل، في حين أن عدم الحصول على التمويل يعيق أيضاً إمكانات نمو العديد من الشركات الناشئة. حالياً لا تزال مبادرات مثل مبادرة EDF-i من قبل المنظمة الدولية للهجرة، وغيرها من البرامج في مراحلها الأولى لتحقيق أي نتائج لصرف المنح والقروض المتعددة للشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة. من ناحية أخرى، تهدف مهمة كابيتا إلى توفير الوصول إلى التمويل، والذي تم تمكينه من خلال مبادرات مثل تأسيس أول شبكة للمستثمرين وهي شبكة المستثمرين المخاطرين العراقية وصندوق أورانج كورنرز للابتكار.

في فترة أقل من ٣ سنوات، حصلت كابيتا على نصيبها من الصفقات الاستثمارية الناجحة من خلال توقع نجاح ٧ صفقات استثمارية من خلال شبكة المستثمرين المخاطرين العراقية من إجمالي ما يقرب من ١٥ صفقة استثمارية في جميع أنحاء العراق. منح صندوق أورانج كورنرز للابتكار، في غضون عام واحد، ١٢ شركة أكملت برنامج حاضنة أورانج كورنرز مبلغاً إجمالياً قدره ٢٧,٥٠٠ يورو لكل شركة ناشئة. سيساعد هذا الدعم المالي هذه الشركات على النمو، وتعزيز وجودها في السوق، وتعزيز القوى العاملة لديها، وتوسيع خطوط منتجاتها من خلال دمج المنتجات الحالية وتحسينها.

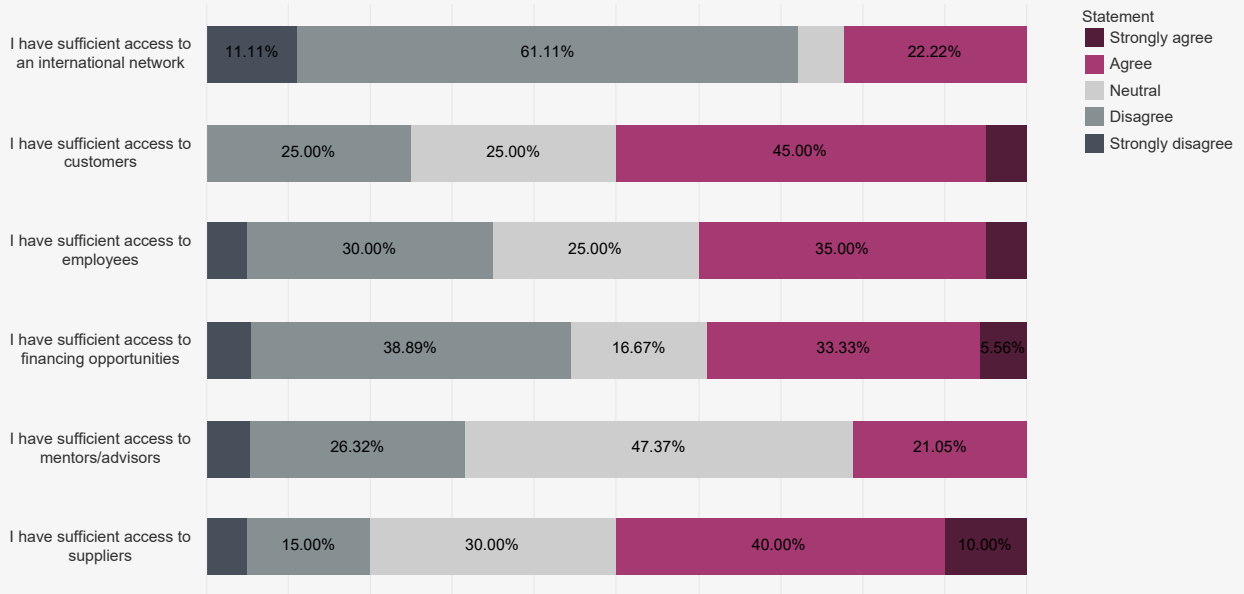
بناء بيئة ريادة الأعمال لخلق اقتصاد مستدام

لا تزال مهمة كابيتا لدعم وتمكين الشباب مستمرة من خلال تشجيع تأسيس الشركات القوية التي تدعم تنمية الاقتصاد العراقي. لا تزال التحديات تواجه في العثور على الشركات التي تتناول حلول التكنولوجيا المالية والتكنولوجيا الزراعية وإدارة الموارد المائية. هذا التفاني في العثور على مثل هذه الشركات ودعمها أمر بالغ الأهمية بشكل خاص في معالجة بعض التحديات الملحة في العراق، مثل تغير المناخ. على المدى الطويل، تسعى كابيتا إلى سد الثغرات الحرجة في هذه القطاعات، من خلال دعم وتسهيل ظهور الشركات في مجال التكنولوجيا المالية، تعمل كابيتا على تعزيز الابتكار المالي وتحسين الوصول إلى الخدمات المالية الحديثة وتعزيز الشمولية الاقتصادية.

في مجال التكنولوجيا الزراعية، نحاول تعزيز الممارسات الزراعية، وزيادة إنتاج الغذاء، وفي نهاية المطاف ضمان الأمن الغذائي للعراق. بالإضافة إلى ذلك، فإن تركيزنا على إدارة الموارد المائية أمر محوري في معالجة واحدة من أكثر مخاوف العراق إلحاحاً، حيث تساعد على تحسين الاستخدام المستدام لهذا المورد الذي لا يقدر بثمن، وتخفيف التحديات المتعلقة بالمياه وتعزيز الاستدامة البيئية. ما زلنا نعمل على وضع الأساس لقطاع خاص أكثر قوة وتنوعاً في العراق.

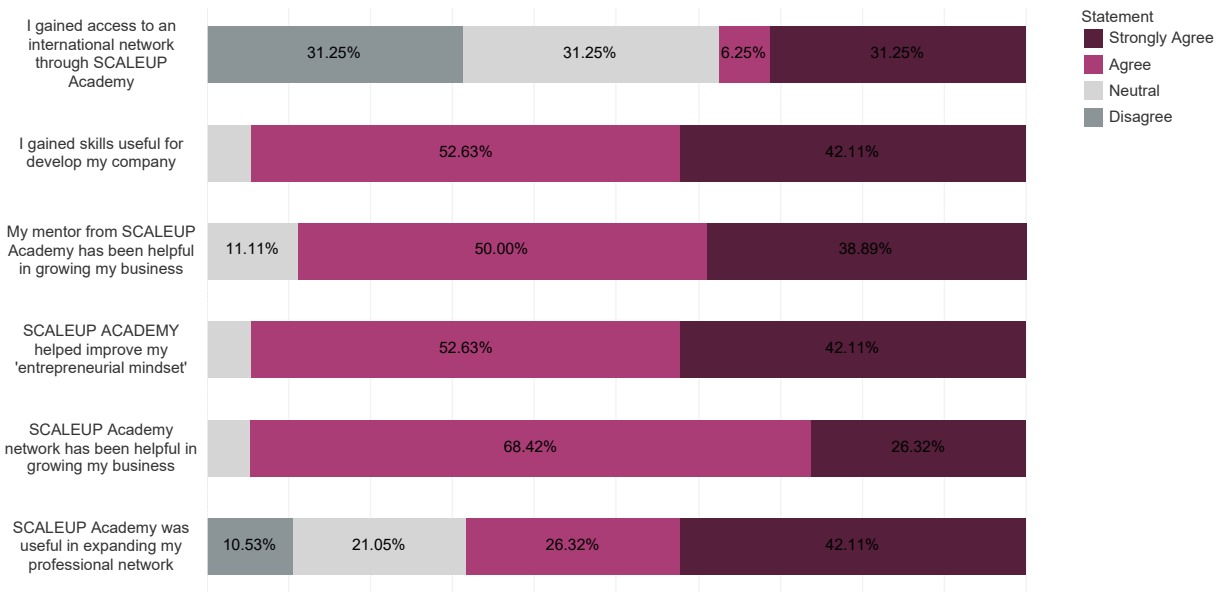
من خلال تنفيذ برامج طويلة الأجل ومبادرات صغيرة، تأمل كابيتا في تحويل عقلية الشباب من القطاع العام إلى القطاع الخاص. من خلال دعمنا المستمر، نعتقد أنه حتى الشركات التي لم تحقق النجاح بعد التخرج من هذه البرامج قد تمكنت على الأقل من تغيير عقلية مؤسس الشركة. من خلال الخضوع لمثل هذا التدريب، ومواجهة التحديات في السوق العراقية، وتطوير مهاراتهم القيادية في مجال الأعمال، سيكون رواد الأعمال هؤلاء بالتأكيد أكثر قدرة على دفع أعمالهم الحالية أو المستقبلية إلى النجاح من خلال الاعتماد على الدروس المستفادة والمعلومات المكتسبة من خلال هذه البرامج التنموية.

ScaleUp Academy Pre-Training Survey



Copyrights: KAPITA Business Hub, 2023.

ScaleUp Academy Post-Training Survey



Copyrights: KAPITA Business Hub, 2023.

زراعة بذور بيئة الأعمال: تهيئة الأرض للرواد المبتكرين للموارد

تصبح بيانات ريادة الأعمال محركات حيوية للنمو والاستقرار في الأماكن التي تتعافى من الصراع. تخيل شركة ناشئة في بغداد تتغلب على تحديات المشهد الاقتصادي المتغير. مثل العديد من الشركات الأخرى، تسعى هذه الشركة الناشئة إلى بناء أساس متين والوصول إلى الموارد الحيوية. إنها تبحث عن فرص لتكوين العلاقات ومشاركة المعرفة والتواصل عالمياً. ومبتغى هذه الشركات أبعد من مجرد نمو العمل التجاري، لأنها تبحث عن بيئة أعمال تعزز شفاء المجتمع وإعادة البناء وإلى رسم مستقبل مشرق ومستقر.

وبناءً على هذه الرؤية، أظهرت بيئة أعمال الشركات الناشئة العراقية علامات واعدة للنمو والإمكانات. إذ حققت الشركات الناشئة في أوائل عام ٢٠٢٢ مثل عالسريع و TipTop استثمارات كبيرة، لم تجذب انتباه أصحاب المصلحة المحليين فقط بل تلقت اهتماماً من المستثمرين الدوليين كذلك. تسلط هذه المعالم الضوء على مشهد ريادة الأعمال المتطور في العراق. في حين أن بيئة الأعمال العراقية لا تزال في طور النمو، إلا أن تواجدها المتنوع في جميع المحافظات جدير بالملاحظة. وقد لعبت الجهود التعاونية التي بذلتها جهات التمكين مثل المحطة وكابيتا و 51Labs وغيرها الكثير دوراً حاسماً في هذا التطور، مما أدى إلى زيادة الموارد المتاحة لنمو الشركات الناشئة وتعزيز ريادة الأعمال والاستثمار المحلي والعالمي.

إحدى أقوى الطرق لتحقيق ذلك هي التعاون مع المجتمعات الصغيرة في جميع أنحاء البلاد. تمتلك تلك المجتمعات – التي غالباً ما تكون متأصلة بعمق في سياقاتها المحلية – رؤى فريدة حول التحديات والفرص الإقليمية. ومع ذلك، غالباً ما تظل إمكاناتهم غير مستغلة بالقدر الكافي بسبب عدم إمكانية الوصول إلى الموارد والإرشاد والخبرة الفنية.

ومن خلال تزويد هذه المجتمعات الصغيرة بالتحريب والدعم، يمكن لعوامل التمكين الرئيسية مثل المحطة دمجها في بيئة ريادة الأعمال الأوسع. وهذا التكامل لا يفيد المجتمعات فحسب؛ فهو يوسع نطاق بيئة الأعمال إلى مناطق غير مستغلة سابقاً. وعندما يتم تمكين هذه المجتمعات وتزويدها بالأدوات المناسبة، يصبح بوسعها العمل كمراكز إقليمية، وتعزيز ريادة الأعمال على المستوى الشعبي وتوسيع حدود بيئة الأعمال لتشمل المزيد من الشركات.

تصوّز وجود شبكة موحدة من بيئات الأعمال في جميع أنحاء العراق، تقدم دعماً مخصصاً يتجاوز المراكز المعزولة. تتمكن الشركات ضمن هذا الهيكل بغض النظر عن موقعها من الوصول إلى الموارد والإرشاد. تتدفق المعلومات بسهولة، مما يعزز التكيف السريع لأفضل الممارسات. وتصبح بيئة الأعمال هذه منبعاً للمعرفة المشتركة، مما يؤدي إلى تكافؤ الفرص لجميع الشركات الناشئة والشركات الصغيرة.

إن توسع بيئة ريادة الأعمال يتجاوز عالم الشركات الناشئة، إذ تمتد فائدته إلى تنشيط اقتصاد البلد وتنويعه وزيادة مرونته. نحن لا نمهد الطريق لنجاح ريادة الأعمال فحسب، بل نؤسس لاقتصاد قوي ومتنوع، ومستعد لمواجهة التحديات ورسم مسار نحو الرخاء المستدام للعراق.

في حين أن بيئة الأعمال كانت حافزاً للعديد من الشركات الناشئة، فمن الضروري التعرف على عدد لا يحصى من الشركات التي حققت نجاحاً خارج نطاقها. لقد نجح العديد من المؤسسين في إنشاء مجالاتهم الخاصة، والتنقل عبر تعقيدات السوق دون دعم مباشر من بيئة الأعمال القائمة. أحد رواد الأعمال هؤلاء هو خالد الساعدي. إذ بدأ خالد رحلته في القطاع الخاص، مراكماً خبراته في مختلف المجالات. حتى قادته عقليته التجارية إلى تأسيس "سعة الجنوب"، شركته الخاصة بالسلع الاستهلاكية سريعة الحركة. برز مشروع خالد في سوق شديدة التنافس، وصار له حضور قوي وحقق نمواً كبيراً. تكلل هذا المشروع بالنجاح بجهود مستقلة، دون تأثير أو دعم مباشر من بيئة ريادة الأعمال الأوسع.

ومع ذلك، بدأت مرحلة التحول في رحلة خالد عندما تعامل مع المحطة. ومن خلالها، تواصل خالد مع بيئة الأعمال ووفرت له ثروة من الموارد والإرشاد والفرص. دفعته هذه المشاركة إلى إطلاق "جميلة"، وهي امتداد رقمي لأعماله الخاصة بالسلع الاستهلاكية سريعة الحركة، حيث يقدم منصة تطبيقات الهاتف المحمول لتجار التجزئة للسلع الاستهلاكية سريعة الحركة.

يقول خالد متأملاً في رحلته، "يتمتع مؤسس الأعمال بالخبرة اللازمة لإنشاء مشروع تجاري وتشغيله ولكنه يحتاج إلى المعرفة التقنية لتحسينه والتخطيط له"، في إشارة إلى المعرفة والأفكار التي اكتسبها من معلمه في CoGrowth، علي الحلي. ولخص خالد تجربته بالقول: "يستطيع المؤسس حل المشكلات، ولكن ما يكتسبه من خلال التعامل مع بيئة الأعمال هو عقلية المؤسس".

تؤكد تجربة خالد على استراتيجية أوسع لها دور محوري في توسيع بيئة الأعمال، ألا وهي التواصل. في حين أن المشاركة المباشرة مع الشركات الناشئة أمر بالغ الأهمية، إلا أن هناك إمكانات غير مستغلة في التواصل مع الشركات العاملة خارج الحدود الحالية لبيئة الأعمال.



فريق تفاعل هب

ريادة الأعمال في البصرة:

بيئة يغمورها الابتكار والتعاون

من نقاط قوتها الفريدة، مثل موقعها الاستراتيجي وسوقها المزدهر.

كما أن بيئة ريادة الأعمال القوية لها نتائج بعيدة المدى على التنمية الشاملة للبصرة، إذ تخلق الشركات الناشئة والشركات الصغيرة المتزايدة فرص العمل، وتقود التقدم الاجتماعي والاقتصادي وتحسّن مستويات معيشة سكان البصرة. إن عقلية ريادة الأعمال التي تتغلغل في المدينة وتزرع ثقافة الابتكار وركوب المخاطر، تلهم الجيل الجديد من شباب البصرة على رفع سقف أحلامهم ومواصلة سعيهم في تحقيق تطلعاتهم الريادية.

وعلاوة على ذلك، تجذب بيئة ريادة الأعمال المزدهرة الاستثمارات المحلية والأجنبية، مما يحفز النشاط الاقتصادي ويدعم تطوير البنية التحتية. ومع زيادة الاستثمار، يمكن أن تعزز البصرة قدراتها اللوجستية، وتحسن قطاعها الزراعي، وتطور البنية التحتية للأعمال عموماً. ولا ينتفع بهذه التحسينات رواد الأعمال فحسب، بل يمتد تأثيرها إلى خلق نتائج مضاعفة في جميع نواحي اقتصاد المدينة، وبذلك يتحفز نمو مختلف القطاعات وتصبح البصرة قوة اقتصادية إقليمية.

كما يمكن للبصرة إنشاء أساس متين للتطور السريع لبيئة ريادة الأعمال من خلال تعزيز التعاون بين الجهات الحكومية والمؤسسات التعليمية ومنظمات القطاع

تقع البصرة في جنوب العراق، وهي مدينة تحمل إرثاً تاريخياً عريقاً ومستقبلاً واعداً. فبينما خطف بغداد الأضواء في الأعوام الأخيرة، عززت البصرة بكل هدوء بيئة ريادة أعمال نابضة بالحياة يقودها جيل جديد من أبنائها الطموحين والصامدين في وجه الظروف. وبينما تشهد بغداد تأسيس العديد من المبادرات التي تقودها كابيوتا والمحطة وكومبيوترك وغيرها من المراكز، تستعد البصرة لإطلاق إمكانياتها الكاملة، وجذب انتباه أصحاب المصلحة المحليين والدوليين الحريصين على المساهمة في نموها الاقتصادي وتمكين الشباب العراقي.

تحمل بيئة ريادة الأعمال في البصرة مفتاح مستقبل مباشر للمدينة. وتنجح هذه المبادرات، ما أن تحصد الاهتمام اللازم، في تحقيق غايتها المنشودة في إضاءة شعلة الابتكار وخلق فرص العمل والتنمية الاقتصادية، والحرص على رعاية ريادة الأعمال. ويمكن لبصرة الخير أن تخلق بيئة مواتية للنمو والتحول السريعين بالاستفادة

كما تؤدي جامعات البصرة دوراً محورياً في رعاية ريادة الأعمال وتعزيز الابتكار. ومن المبادرات الأخرى مبادرة "إنجاز"، التي نفذها مشروع سراج المعرفة بالتعاون مع عميد جامعة البصرة الدكتور سعد شاهين التي تمثل منصة لرواد الأعمال الشباب المهتمين بعرض أفكارهم وإحيائها. كما تعمل شعبة مركز التأهيل والتوظيف في جامعة البصرة، بقيادة الدكتورة إيناس على ردم الفجوة بين الوسط الأكاديمي وسوق العمل، حيث توفر للخريجين برامج التدريب والتطوير وفرص العمل. يجسد هذا التعاون أهمية الشراكات بين القطاعين العام والخاص في دفع بيئة ريادة الأعمال في البصرة إلى الأمام.

ركائز بيئة الريادة في البصرة: ريادة الأعمال، والخدمات اللوجستية، والزراعة، والبنية التحتية

تزدهر بيئة ريادة الأعمال في البصرة بوجود الطاقات الجماعية الحاضرة في العديد من اللقاءات والفعاليات المحلية. وتعمل هذه المنصات على تعزيز التواصل ومشاركة المعرفة والتعاون، مما يخلق إحساساً بالانتماء المجتمعي بين الأفراد ذوي التفكير المماثل. فالفعاليات المتنوعة مثل لقاءات فاصلة الإبداعية، ولقاءات سراج المعرفة الاستشارية، وجلسات مناقشة مركز تفاؤل، ولقاءات كريبنتف سيوت البصرة، ولقاءات مساحة، وجلسات اقرأ لتفكر، والبودكاست الإبداعي "بُغْد"، لها دور محوري في إلهام الشباب البصري وتمكينه، وتعزيز ثقافة الابتكار والفضول الفكري.

تسهم هذه اللقاءات إسهاماً كبيراً في تلبية احتياجات المدينة وإيجاد حلول لمشاكلها. وتؤدي البصرة دوراً محورياً في تسهيل التجارة والتبادل التجاري بصفتها بوابة لوجستية مهمة تربط العراق بالعالم.

فالحلول المبتكرة في مجال الخدمات اللوجستية وإدارة سلسلة التوريد لها دور بالغ الأهمية إذ يمكن من خلال هذه الحلول تلبية متطلبات السوق العالمية المترابطة بشكل متزايد. كما يؤدي تطبيق التقنيات المتقدمة وتبسيط أنظمة النقل وتحسين شبكات التوزيع إلى رفع ميزة البصرة التنافسية ويعزز مركزها اللوجستي الإقليمي. إذ ستجذب هذه الحلول الشركات وتخلق فرص عمل وتحفز النمو الاقتصادي من خلال تحسين الكفاءة وخفض التكاليف.

الخاص. حيث يضمن هذا التعاون حصول رواد الأعمال الطموحين على الموارد وفرص الإرشاد والتمويل لتحويل أفكارهم إلى حقيقة واقعة. كما يشجع تبادل المعرفة والتواصل وتداول أفضل الممارسات على خلق مجتمع نابض بالحياة يزدهر فيه رجال الأعمال ويتعلمون من تجارب بعضهم البعض.

ومع ازدهار البيئة البصريّة لريادة الأعمال، تجذب المدينة أفضل المواهب وترعى العقول المستنيرة. ولا تساعد حركة جذب العقول هذه في نجاح الشركات الناشئة الفردية فحسب، بل تعزز الاستنارة الجماعية التي تحت روح التنافس والابتكار. وتتمتع البصرة بثروة من الإمكانيات غير المستغلة، التي يمكن الاستفادة منها من خلال رعاية بيئة ريادة الأعمال التي تجعل المدينة مركزاً للابتكار والإبداع والازدهار الاقتصادي.

أرض خصبة لريادة الأعمال:

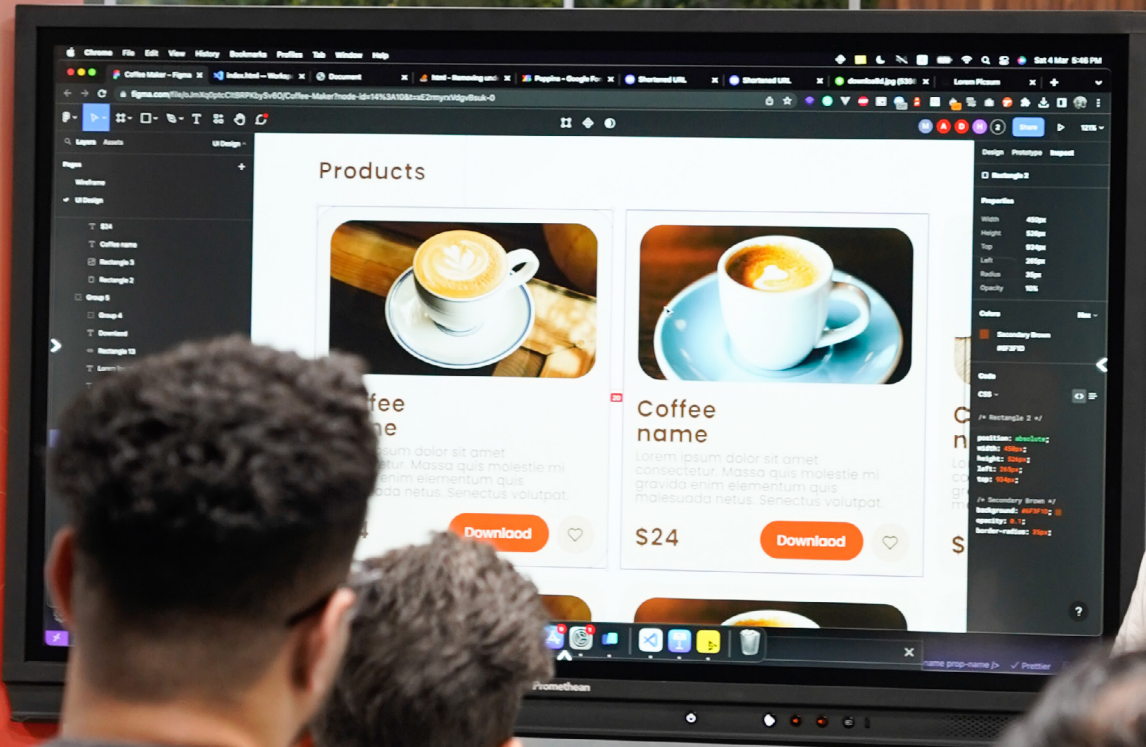
قد تفتقر البصرة إلى مرافق واسعة النطاق، ولكنها تحتضن مجموعة مختارة من رواد الأعمال الذين تحدا الصعاب وشقوا طريقهم نحو النجاح. لقد تحلى هؤلاء الرواد بعزيمة لا تنزعزع وشقوا طريقهم في تأسيس صناعات في قطاعات مختلفة كاللوجستيا والزراعة. ومع ذلك، فإن التحول الحقيقي لبيئة الريادة في البصرة يكمن في الجهود الجماعية للجيل العراقي الشاب، المستعد للتصدي لمهمة الريادة وصنع المستقبل. فتعطش الجيل الجديد للنمو والابتكار والتعاون هو حجر أساس في ازدهار بيئة الريادة في البصرة.

تركت سلسلة المبادرات التطويرية بصمة لا تمحى من المشهد الريادي في البصرة. منها مبادرة ريادة، التي أطلقها رئيس الوزراء العراقي، محمد شياع السوداني، التي تهدف إلى تمكين الشباب والاستفادة من مهاراتهم ومواهبهم، لتحقيق نتائج طويلة الأمد ينتفع بها المجتمع المحلي. كما يعمل رواد الأعمال مثل ميثم سعد، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة برحية على إحداث ثورة في مجال صناعة الطعام في البصرة من خلال تحويل التمور المحلية إلى أصناف فريدة من الحلوى. أما الدكتور عصام يونس، صاحب رؤية "سراج المعرفة"، فهو مثال يُحتذى به في تقديم التدريب والاستشارة ومساحات العمل المشترك من خلال مشاريع مختلفة مثل "مساحة" للعمل المشترك و "بيزنيس أفينيو".



وفي المقابل، تعمل البصرة بنشاط على تعزيز الممارسات الزراعية المستدامة ومبادرات زراعة الأشجار. إذ تعمل العديد من المنظمات غير الحكومية بلا كلل لإحداث ثورة في القطاع الزراعي، وتحرص على الاعتراف بأهمية الأمن الغذائي والحفاظ على البيئة. وتهدف البصرة إلى تعزيز الإنتاجية وضمان توافر منتجات عالية الجودة وتقليل التأثير البيئي، من خلال اعتماد التقنيات الحديثة، مثل الزراعة الدقيقة والزراعة المائية والممارسات العضوية.

لا تسهم هذه المبادرات في تحقيق الاكتفاء الذاتي للمدينة فحسب، بل تفتح الباب للوصول إلى الأسواق الجديدة المحلية والدولية. إن التزام البصرة بالزراعة المستدامة يجعلها عنصراً مبتكراً في هذا القطاع، مما يقدم فوائد طويلة الأجل لكل من الاقتصاد والبيئة.



مفاتيح إطلاق العنان لإمكانات بيئة الريادة في البصرة

يملك الشباب العراقي مفتاح إطلاق العنان للإمكانات الكاملة لبيئة ريادة الأعمال في البصرة. ومن خلال الدعم والتوجيه المناسبين، يمكن للشباب العراقي قيادة التحول والترويج للمدينة كمركز مزدهر للابتكار والنمو الاقتصادي. فيما يلي بعض الحلول الحيوية التي يمكن أن تمهد الطريق لتطوير بيئة ريادة الأعمال في البصرة وتؤدي إلى نتائج اقتصادية إيجابية، ما إذا نفذت بشكل صحيح وغذاها شغف الشباب وعزيمتهم.

▪ التعليم وتطوير المهارات:

يعد الاستثمار في التعليم الجيد وبرامج تنمية المهارات أمراً بالغ الأهمية لتزويد الشباب بالمعرفة والخبرة اللازمتين للازدهار في المشهد الريادي. يمكن أن تؤدي الجامعات والمؤسسات التعليمية في البصرة دوراً حاسماً في تعزيز ريادة الأعمال من خلال تقديم الدورات وورش العمل وبرامج الإرشاد ذات الصلة. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن لعقد الشراكات مع خبراء الصناعة ورجال الأعمال الناجحين تزويد الشباب الطموحين بالأفكار القيمة والتدريب العملي.

تعد التحسينات في البنية التحتية ضرورية أيضاً لدعم بيئة ريادة الأعمال في البصرة. إذ تشكل المجمعات السكنية المصممة بإتقان ومراكز الأعمال الحديثة عنصراً أساسياً لازدهار رواد الأعمال. فمن خلال إنشاء مساحات حيوية وعملية، يمكن للبصرة جذب الأفراد الموهوبين واحتضانهم لضمان تعزيز نمو الشركات الناشئة والشركات الصغيرة. حيث تعمل مراكز الأعمال الحديثة المجهزة بالبنية التحتية التكنولوجية المتقدمة ومساحات العمل المشتركة وفرص التواصل على تعزيز التعاون ومشاركة الأفكار. وتعمل هذه التطورات على نمو بيئة أعمال تغذي الإبداع والابتكار وريادة الأعمال، وتدفع التقدم الاقتصادي في البصرة.

ففي نهاية المطاف، لا تعزز الاستثمارات في البنية التحتية بيئة ريادة الأعمال فحسب، بل تجعل البصرة وجهة جذابة للاستثمار الأجنبي أيضاً. وباستمرار البصرة في تطوير بنيتها التحتية وتحديثها، تستقطب الشركات الدولية التي تبحث عن شراكات استراتيجية وفرصاً للتوسع. إن تدفق الاستثمار الأجنبي لا يعني جلب الموارد المالية فحسب، بل توفير الخبرة والمعرفة أيضاً، التي تحفز التنوع الاقتصادي وتخلق فرص العمل. كما أن تحول البصرة إلى مدينة حديثة متصلة اتصالاً جيداً مع العالم سيرفع مكانتها العالمية ويجعلها مركزاً للأعمال التجارية الدولية، مما يمهد طريق ازدهارها ونموها الاقتصادي المستدام.



▪ الإرشاد والتواصل:

إن إنشاء برامج إرشادية تربط الخبراء من رواد الأعمال بالشباب أمر لا يقدر بثمن. يمكن للمرشدين تولي التوجيه ومشاركة تجاربهم الخاصة وتقديم المشورة بشأن التغلب على التحديات. يمكن لمحافل التعارف ومنصات التواصل تسهيل اللقاءات بين رواد الأعمال، مما يتيح تبادل الأفكار والتعاون والشراكات المحتملة. فبوجود شبكة تواصل داعمة، يمكن للشباب الاستفادة من الموارد والخبرات الكبيرة، وتسريع رحلتهم الخاصة في ريادة الأعمال.

▪ إتاحة التمويل والموارد:

غالباً ما يشكل الحصول على التمويل عقبة رئيسية أمام رواد الأعمال الشباب. إن إنشاء الصناديق والمنح وشبكات رأس المال الاستثماري الموجهة خصيصاً لرواد الأعمال في البصرة يمكن أن يوفر لهؤلاء الدعم المالي اللازم لإطلاق مشاريعهم وتوسيع نطاقها. كما يساعد إنشاء مراكز رعاية الأعمال ومرافق مساحات العمل المشترك المجهزة بالبنية التحتية والتكنولوجيا والموارد الحديثة في خلق بيئة مواتية للابتكار والتعاون.

▪ الدعم الحكومي والسياسات:

يؤدي الدعم الحكومي دوراً مهماً في تعزيز ريادة الأعمال. فوضع السياسات واللوائح التي تعزز بيئة الأعمال المواتية وتبسط الإجراءات البيروقراطية وتقدم حوافز ضريبية، يمكن أن تشجع رواد الأعمال الشباب على البدء في تأسيس مشاريعهم. يمكن للحكومة أيضاً التعاون مع القطاعات الخاصة والمنظمات الدولية لتوفير برامج الإرشاد والتدريب وفرص التمويل.

▪ الوعي والتحول الفكري:

إن رفع الوعي بفوائد ريادة الأعمال وغرس عقلية ريادة الأعمال بين الشباب أمر ضروري. يمكن للحملات التعليمية وورش العمل ومبادرات التوعية المجتمعية أن تسهم في تحويل العقلية من النفور من المخاطر إلى احتواء المتوقع منها. كما يسهم الاحتفال بقصص النجاح وإبراز النماذج التي حققت نجاحاً ريادياً إلى إلهام الشباب وتحفيزهم لتحقيق أحلامهم.

▪ تكاتف بيئة الأعمال وتكاملها:

يعد التعاون بين مختلف أصحاب المصلحة أمراً بالغ الأهمية للتنمية الشاملة لبيئة الريادة في البصرة. فلا بد أن تعمل الجامعات والهيئات الحكومية والمنظمات غير الحكومية والقطاعات الخاصة والمنظمات الدولية معاً لإنشاء نظام دعم متعاوض. إذ يمكن لمشاركة الموارد والمعرفة وعرض أفضل الممارسات أن يخلق بيئة مزدهرة حيث يساهم الجميع في النمو الجماعي لرواد الأعمال في البصرة ونجاحهم.

مبادرة ريادة:

تعزير ريادة الأعمال من أجل التقدم الاجتماعي

من المؤشرات الجيدة للتقدم الاجتماعي والنمو في سياسات التنمية وخطتها وبرامجها والمجتمعات المحلية هو مدى الدور الذي تلعبه ريادة الأعمال في المشهد الاقتصادي للبلاد. لقد خلقت سنوات من عدم الاستقرار السياسي والصراعات بيئة غير مواتية لنمو أهم محرك اقتصادي، ألا وهو الشركات الصغيرة والمتوسطة، مما ترك الاقتصاد رهينة لعائدات النفط وقوض دور القطاع الخاص.

إنّ الاقتصاد الذي تدفعه ريادة الأعمال هو اقتصاد يقوده الشباب. وبحسب آخر أرقام الجهاز المركزي للإحصاء لعام ٢٠٢٠، بلغ عدد السكان الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ و ٣٤ عاماً ١٣,٧ مليون نسمة، أي ما يعادل نحو ٣٤% من إجمالي السكان. وبما أن الشباب هم الفئة العمرية المهيمنة، فإنّ هناك حاجة ملحة للنهوض بواقع ريادة الأعمال في العراق.

إنّ الحكومة الحالية مدركهً لضرورة تفعيل القطاع الخاص، وهي تعي الأعداد الهائلة من الداخلين إلى سوق العمل، بما في ذلك خريجي الجامعات الذين يبحثون عن فرص عمل في القطاعين العام والخاص.

وفي محاولة لها لتقليص الطلب على الوظائف العامة، أطلقت الحكومة مبادرة ريادة، التي تهدف إلى نشر الوعي الوطني بريادة الأعمال، واستيعاب الشباب وتطوير أفكارهم وتحويلها إلى أعمال مستدامة. وتسعى المبادرة أيضاً إلى ردم الفجوة بين الشباب والقطاع الخاص من خلال برامج توفر حاضنات للأعمال وتمويلًا للأفكار التجارية الواعدة.



أطلق رئيس الوزراء السيد محمد شياع السوداني في آذار ٢٠٢٣ رسمياً مبادرة ريادة بالتعاون مع عدة وزارات منها وزارة التربية والتعليم، ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ووزارة العمل والشؤون الاجتماعية، ووزارة الشباب والرياضة، ومن المحتمل أن تنضم لهم وزارة المالية. وقد وصلت مبالغ الأموال المخصصة لصندوق إقراض المشاريع الصغيرة إلى ٥٠٠ مليار دينار من الموازنة الاتحادية لعام ٢٠٢٣.

واقع ريادة الأعمال في العراق

شهدت بيئة ريادة الأعمال تغيرات جذرية على مر السنين. وقد شارك العديد من اللاعبين الدوليين والمحليين بنشاط في تحسين واقع القطاع الخاص العراقي. أدى ظهور عوامل تمكين بيئة الأعمال إلى نمو ثقافة واعدة لريادة الأعمال، مع التركيز على برامج ما قبل الحاضنة والبرامج الحاضنة، وبرامج التسريع، ومراكز التدريب، ومساحات العمل المشترك. لقد شهدت بيئة الأعمال في العراق ارتفاعاً مطرداً في عدد الشركات الناشئة، الهدف منه تحويل الأفكار إلى أعمال مستدامة، مما أدى إلى زيادة

مراحل مبادرة ريادة

تنقسم العملية المتبعة في هذه المبادرة إلى 5 مراحل، تبدأ بالتسجيل في تطبيق ريادة، والتدريب، والتحقق، والتمويل، والمتابعة.

تطبيق ريادة

وتأتي المبادرة مع تطبيق مخصص يضم العديد من الخدمات بمجرد تسجيل دخول المشاركين. يقدم التطبيق مجموعة واسعة من المزايا، بما في ذلك التسجيل في المحاضرات، والوصول إلى برامج دعم المشروع المتاحة، وخيار تنزيل مواد الدورة التدريبية، والمشاركة في الدورات التدريبية عبر الإنترنت، وشهادة الإنجاز عند النجاح. يمكن للمتدربين أيضاً رسم خريطة لمواقع حاضرات الأعمال في جميع أنحاء البلاد، والأهم من ذلك، أنها فرصة للمتدربين للتواصل مباشرة مع المدربين من خلال قنوات المراسلات النصية، وتتبع تقدم مشروعهم.

تسخير الموارد التعليمية والتدريب

تم هذه المرحلة في مراكز مخصصة مختلفة في جميع أنحاء البلاد. تم تخصيص فريق مكون من 1000 قائد تدريب لـ 100 ألف متدرب في السنة الأولى من الإطلاق. الفئة العمرية المستهدفة هي طلاب الجامعات والمهنيين والخريجين والباحثين عن عمل، الذين تتراوح أعمارهم بين 17 إلى 50 سنة.

وبلغ إجمالي عدد مراكز التدريب التي تستخدمها الحكومة العراقية 1691 مركزاً وهي على النحو التالي: 34 مركزاً للتدريب المهني، و 10 حاضنة أعمال، و 40 مدرسة ثانوية فنية (من أصل 334)، و 70 مركزاً للتطوير المهني (من أصل 383). بالإضافة إلى ذلك، تخطط الحكومة للتوسع في العام التالي للوصول إلى 166,000 متدرب. وفيما يتعلق بالمواد التدريبية، فإنها تركز بشكل أساسي على تطوير خطة العمل.

الاستثمار والاهتمام بهذا الوسط. ونتيجة لذلك، اكتسبت مبادرة "ريادة" شعبية ملحوظة بين الشباب العراقي، إذ بلغ عدد المتقدمين 80,167 طالباً و 39,081 خريجاً و 12,897 باحثاً عن عمل حتى تموز 2023، بحسب المكتب الإعلامي لرئيس الوزراء العراقي.

استكشاف ما تقدمه مبادرة ريادة

تقول الإحصائيات أنّ القطاع العام مساهمٌ كبيرٌ في التوظيف في العراق، وذكر مسؤول حكومي سابق أن نحو 6 ملايين موظف و 2,0 مليون متقاعد يتلقون مدفوعات مباشرة أو غير مباشرة من الحكومة.

يشكل الاعتماد على رواتب القطاع العام عبئاً ثقيلاً على الموازنة الاتحادية حيث تجاوزت المدفوعات ورواتب التقاعد 100% من إيرادات النفط في عام 2021. بالإضافة إلى ذلك، مع زيادة عدد الخريجين ومجموع القوى العاملة كل عام، يتم تشجيع الحكومة على البحث عن بدائل أخرى لاستيعاب هذا الضغط وإعادة توجيهه بشكل صحيح. ومن الضروري تفعيل القطاع الخاص من أجل تنويع الاقتصاد وخلق فرص العمل، لأن معدل البطالة بين العراقيين في ارتفاع مستمر، من 8% في عام 2012 إلى 10,0% في عام 2022 بحسب البنك الدولي.

مستوحاة من الخطة الاستراتيجية النرويجية "ارصد الفرص واجعلها حقيقة" لعام 2006 لريادة الأعمال في التعليم، تهدف المبادرة إلى إنشاء مجتمع ريادي من خلال 4 محاور مهمة: دراسة أفكار الشباب، والتأكد من فعالية هذه الأفكار، وإمكانية تحسينها وخلق حالة من المنافسة في السوق المحلية وتوفير فرص الإنتاج والخدمات.

لقد دعت العديد من الأصوات دعوةً فعالةً وقويةً إلى رفع الوعي الاجتماعي بين الشباب العراقي حول أهمية ريادة الأعمال. ومع ذلك، فإن ريادة تختلف بشكل كبير في هذا الشأن حيث أنها تتمتع بتواصل مجتمعي وتمويل أكبر، يمتد عبر الجامعات وخارجها. لقد سلط التأييد الرسمي الضوء على مشهد ريادة الأعمال الذي قد يعرفه أو لا يعرفه عدد كبير من العراقيين. أصبح لدى عامة الناس الآن فهم أفضل لهذا المفهوم والقيمة التي يحملها في سياق القطاع الخاص. ويتجلى هذا الوعي اجتماعياً بطرق مختلفة، وهي كما يلي:

الحصول على أبعديات الأعمال

الدخول في ريادة الأعمال يتحدى النهج التقليدي لبناء الأعمال التجارية. وهو يشجع الشباب على اكتساب نظرة ثاقبة للمعايير المهنية للممارسات التجارية، مثل السلوك الأخلاقي، وإدارة المخاطر، والإدارة المالية، والابتكار والبحث، على سبيل المثال لا الحصر. إن فهم هذه المعايير يمكن أن يعطي بالتأكيد أفضلية على المتابعين غير القياسيين ويزيد من معدل النجاح في سوق ديناميكي مثل السوق العراقية.

التحول الرقمي للأعمال

وتستخدم المبادرة تطبيقاً للتواصل مع المتدربين، مما يمهّد الطريق لمزيد من الأشخاص لمواكبة التحول الرقمي في السوق. إن حقيقة أن المتدربين بحاجة إلى تسجيل الدخول وملء استمارة الطلب وتتبع تقدمهم تشير إلى الانتهاء من الأساليب الكلاسيكية للتواصل بين الحكومة والشعب وتشير إلى دمج المزيد من التكنولوجيا. بالإضافة إلى ذلك، فهو يؤكد على حقيقة أن دمج التقنيات، بأي شكل من الأشكال، في تكوين الأعمال هو أمر أساسي ويجب تشجيعه.

عند انتهاء التدريب، يصل المتدربون إلى مرحلة التدقيق، حيث يقومون بملء نموذج وإرساله إلكترونياً إلى البنك الذي يختارونه. تسمح هذه الاستمارة للمتدربين والحاضنات بتوقيع عقد لمدة سنة من الإشراف والمشورة والتوجيه. أصدر مجلس الوزراء بتاريخ ٨ تموز من العام الجاري القرارات والشروط المتعلقة بمنح القروض لمتدربي مبادرة ريادة ووافق على طرح قروض (بحد أقصى ٢ مليون دينار عراقي مع فترة سداد ٧ سنوات) من قبل الرافدين والرشد للشباب الذين أنهوا البرنامج التدريبي ويرغبون في تأسيس مشاريع صغيرة ومتناهية الصغر.

ويتيح تطبيق ريادة لخرجي هذه المبادرة إمكانية المتابعة الذاتية لأكثر من ١٠ سنوات، حيث يمكنهم التحقق من تقدم أعمالهم من خلال سجلاتهم المالية ومقاطع الفيديو والصور التي يقومون بتحميلها على حساباتهم.

الأهداف الآنية والاستراتيجية

و من خلال إطلاق هذه المبادرة التي تهدف إلى تمكين الشباب في مجال الأعمال، تسعى الحكومة إلى تحقيق أهداف معينة. والنتيجة النهائية هي خلق اقتصاد مستدام ومتنوع يعتمد على نظام بيئي ديناميكي لرواد الأعمال والشركات الصغيرة بدلا من الاعتماد على الموارد النفطية. ولتحقيق هذه الغاية، يتعين على المبادرة أن تصل إلى بعض الأهداف المهمة على طول الطريق، والتي تمثل في جوهرها أهداف الحكومة.

مع ريادة، تسعى الحكومة إلى تحقيق أهداف قصيرة المدى حيث ستحول المراكز/الحاضنات إلى مراكز تقدم الحلول التي تعالج تحديات النظام البيئي لريادة الأعمال وتستفيد من الفرص الاقتصادية الواعدة من حيث الأفكار التجارية المبتكرة وشغف الشباب نحو ريادة الأعمال. بالإضافة إلى ذلك، ستكون هذه المراكز بمثابة معسكرات تدريب تمكن الشباب من اكتساب المهارات والمعرفة اللازمة لبناء وإدارة أعمالهم في السوق.

أما بالنسبة للأهداف الاستراتيجية، فإن النتيجة هي خلق المزيد من فرص العمل للشباب في جميع أنحاء البلاد ولعب دور كبير في تطوير القطاع الخاص، الأمر الذي يشجع بالتالي المزيد من الاستثمار والتركيز على مواردنا الطبيعية ورأس المال البشري وبناء القدرات.

مراكز تطوير الأعمال

النهائية، فإن ما يحمل أهمية كبيرة هو التعرض لتجربة مثيرة للاهتمام في مجال ريادة الأعمال، وخاصة التمويل.

تمثل شريحة الشباب الجزء الأكبر من السكان العراقيين، ودورهم ضروري لتحقيق التقدم الاجتماعي، وإحدى الطرق لتحقيق ذلك هي من خلال تشجيع ريادة الأعمال. وقد دعا العديد من اللاعبين إلى دور أكبر لرواد الأعمال والشركات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد المستدام، وتعد مبادرة ريادة مثلاً حديثاً على ذلك.

تهدف ريادة، التي أطلقتها الحكومة، إلى جذب الشباب العراقي إلى ساحة ريادة الأعمال من خلال تزويدهم بالتدريب والتمويل، وتمكينهم من تأسيس أعمالهم والمساهمة في الاقتصاد نتيجة لذلك. تعمل المبادرة أيضاً على نشر الوعي بين العراقيين حول أهمية ريادة الأعمال، ودمج التقنيات في إنشاء الأعمال التجارية وتوسيع نطاقها، وتوسيع المعرفة حول مراكز التمويل والتدريب في جميع أنحاء البلاد، وأخيراً، اعتماد المعايير المهنية لممارسة الأعمال التجارية.

لقد وسعت هذه المبادرة آفاق الشباب العراقي إلى إمكانيات جديدة من خلال تعريفهم بمراكز تطوير الأعمال هذه. وهذا يساعد على زيادة الوعي الاجتماعي وبناء منظور حول الغرض من هذه المراكز.

يستطيع الآن كل من يرغب في تحويل فكرة إلى شركة ناشئة ناجحة ولكنه يفتقر إلى المهارات والمعرفة اللازمة، أن يسجل الدخول إلى أحد هذه المراكز - وليس بالضرورة أن تكون مرتبطة بهذه المبادرة. هناك العديد من العوامل التمكينية في بيئة الأعمال العراقية التي توفر أساسيات حول كيفية إنشاء شركة ناشئة وتوسيع نطاقها، بالإضافة إلى اكتساب مجموعة واسعة من المهارات التي يمكن أن تكون مفيدة لرواد الأعمال.

إن تعريف الناس بأن العديد من منظمات ومبادرات دعم ريادة الأعمال يمكنها احتضان وتمويل فكرة ما، هو مستوى آخر من الوعي الاجتماعي الذي تبثه مبادرة ريادة.

رفع مستوى المعرفة بالتمويل

العديد من رواد الأعمال العراقيين لديهم فكرة، لكنهم يفتقرون إلى التمويل. تقدم مبادرة ريادة فرصة عملية لرواد الأعمال الشباب لاكتساب خبرة عملية في إجراءات التمويل، ويخضع المتدربون لعدة مراحل فنية وقانونية مع حاضنات الأعمال والبنوك في محاولة لتأمين التمويل بنجاح لمشاريعهم التجارية. وبغض النظر عن النتيجة



جميل امير،
مؤسس ومقدم

عمر عزيز،
منتج

محمد صادق،
منتج

سنرتقي وإياكم في هذا المقال شلّم بناء الأعمال التجارية من مختلف عتباته - بدءاً من الدخول الأوّل، وإدارة الموارد البشرية، وكسب العملاء، والتسويق، إلى مفترق الطرق الحاسم في الاستحواذ على الشركات. نسعى إلى عرض الاستراتيجيات المتنوعة التي تقود النجاح في مشهد ريادة الأعمال من خلال سماع الروايات المختلفة.

الدخول إلى مشهد ريادة الأعمال

تبدأ رحلة ريادة الأعمال بلحظة فريدة، قفزة إلى المجهول تأخذ الفرد من عالم الأفكار إلى عالم الأعمال الواقعي. تشكل هذه الخطوة الأولية فهم المؤسس للصناعة، وتضع الأساس لمشروعه، وتؤثر على نجاحه المستقبلي. تتنوع كيفية تحقيق رواد الأعمال لهذه القفزة، والأفكار التي يستمدونها من تجاربهم، بتنوع الشركات التي ينشئونها.

على سبيل المثال، دخل عامر صالح من iQ Cars، وهو سوق لبيع وشراء السيارات عبر الإنترنت، إلى عالم السيارات بعد انتقاله من السويد إلى العراق. من خلال قضاء بعض الوقت في وكالات السيارات والتعامل مع العملاء، لاحظ السيد عامر مشكلةً مهمةً

شكلت أساس مشروعه. تتحدث

قصته عن أهمية الخبرة

العملية في فهم

تعقيدات الصناعة وتحديد

فرص الابتكار.



بودكاست تجارب

عدسة تجارب:

لماذا لا يوجد مقاس موحد للنجاح في مشهد الريادة العراقي؟

”تجارب“ هو بودكاست يستضيف رواد الأعمال والمديرين التنفيذيين وصانعي التغيير البارزين في القطاع الخاص العراقي. تتوفر حلقاته بصيغة صوتية ومرئية، وتتراوح مدتها من 0٠ إلى ٩٠ دقيقة، وتتناول مجموعة واسعة من المواضيع، وتجذب جمهوراً متنوعاً - بدءاً من الشباب حديثي الدخول إلى سوق عمل القطاع الخاص وحتى المؤسسين المتمرسين وأصحاب الأعمال والمديرين التنفيذيين للشركات والمستثمرين.

ينير كلٌ منهم طريقاً للنجاح في عالم ريادة الأعمال المعقد بسرد ما خاضه من تحديات فريدة وما اتبعه من خططٍ واستراتيجيات. يقدم ”تجارب“ منصة لهذه المغامرات المميزة، ويكشف عن قصص ملهمةٍ من فحوى تجارب رواد الأعمال الطموحين في العراق.

ولهذا السبب التحقت بالدراسة لنيل الماجستير. "توضح هذه الرحلات الريادية المتميزة أن الدخول الناجح إلى عالم الأعمال لا يعتمد فقط على الخبرة، بل على القدرة على تحديد المشكلات وابتكار الحلول. سواء من خلال الخبرة المباشرة في الصناعة، أو عبر سبر أغوار مجال جديد، أو بسبب حماس منعش يعوض رتابة الوظيفة السابقة، أو حتى عدم الرضا عنها، فقد استفاد كل من أمير وآزاد ومروان وباسمة من وجهات نظرهم الفريدة وسعة الحيلة لخلق قيمة ملموسة، كل منهم في صناعته. وتسلط قصصهم الضوء على المسارات التي لا تعد ولا تحصى في ريادة الأعمال، وتوضح كيف أنّ التجارب المتنوعة وعقلية حل المشكلات هما أساس المشاريع الناجحة.

كسب العملاء

بعد ذلك، نتعمق في التحدي الاستراتيجي المتمثل في كسب العملاء، وهي مهمة حاسمة يمكنها رسم مسار نمو الأعمال بشكل أعمق، إن كسب عملاء جدد يشبه وضع اللبنة الأولى للشركة، وتشكيل حضورها في السوق، وتأسيس علامتها التجارية. سواء كانت الشركة تعمل في سوق راسخة أو كانت رائدة في اتجاهات جديدة، فإن أسلوبها في كسب العملاء يمكن أن يكون عاملاً مهماً في تحديد نجاحها.

يُعَدُّ السيد محمد السامرائي وكالة كريزي تاون (Crazy Town) مثالاً حياً على قوة سمعة العلامة التجارية في جذب العملاء. ومن خلال خبرته، يمكن أن يكون اسم العلامة التجارية القوي مقنعاً للغاية لدرجة أنه يقلب النموذج التقليدي للأعمال، جاعلاً العميل هو الطرف الذي يبادر بالتواصل. وهذا مثال على التسويق الداخلي، إذ تجذب السمعة القوية للشركة العملاء المحتملين، مما يقلل الحاجة إلى الجهود الخارجية.

"معظم عملائنا الآن هم في الذين يبادرون بالتواصل معنا في المرة الأولى، خاصة وأننا أسسنا علامتنا التجارية واسمنا في السوق. بالكاد يستطيع فريقنا مواكبة الطلب في الوقت الحاضر، لذلك يتعين علينا الاعتذار من العديد من العملاء الذين يطلبون منا العمل معهم.

"عُدْتُ إلى العراق في العام ٢٠١٧ وعملت لدى الوكيل المحلي لشركة تويوتا، وبدأتُ منذ ذلك الحين أتُعرف أكثر وأكثر على عالم سوق السيارات وتعقيدها. ولاحظت بعد أن خدمتني لفترة في وكالات السيارات وتفاعلي مع العملاء كثيراً، وجود مشكلة لدى الذين يرغبون شراء سيارة."

بينما غامر رائدٌ آخر، آزاد حسن، في مسار متناقض منتقلاً من السلك الأكاديمي إلى ريادة الأعمال بتأسيس "ايدوبا"، وهي نظام لإدارة التعليم في المدارس. بعد أن أغرته فكرة إنشاء مشروعه الخاص والاستقلال الذي سينعم به إلى استكشاف قطاع تكنولوجيا التعليم، وهو مجال يختلف عن خبرته. نرى من رحلته كيف يحفز الفضول والعزيمة لحل المشكلات رواد الأعمال أن يطأوا مناطق غير مألوفاً، ليخلقوا لنا أعمالاً تجارية مبتكرة.

"لقد كنت منخرطاً في المجال الأكاديمي في معظم حياتي، لكن فكرة فتح مشروعتي الخاص كانت حاضرة دائماً في ذهني. لقد أحببت الحرية والاستقلال اللذان نعمت بهما بسبب المشروع، على النقيض من اعتمادي على مصدر واحد للدخل خارج عن سيطرتي. وهذا هو الوقت الذي بحثت فيه عن المشكلات ووجدت واحدة موجودة في قطاع تكنولوجيا التعليم"

يشغل مروان أحمد حالياً منصب نائب الرئيس للتنمية التجارية والأفراد في مسواك، منصة التجارة الإلكترونية الرائدة في العراق، وقد وضع قدمه في عالم ريادة الأعمال عبر طريق غير تقليدي. فبدلاً من الاعتماد على خبرته السابقة في الصناعة أو السلك الأكاديمي، كان دخوله إلى هذا المجال مدفوعاً بانبهاره بثقافة الشركات الناشئة النابضة بالحياة التي واجهها خلال أحد الأحداث.

"عندما شاركت في ستارتب ويكيند (Startup Weekend)، شدني التناقض بين طبيعة البيئة هناك وما اعتدت عليه في وزارة التعليم العالي في ما يخص المناصب والبيروقراطية، ومنذ تلك اللحظة انجذبت [لبيئة الريادة]."

بدأت باسمة عبد الرحمن، مؤسسة KESK، وهي شركة للحلول الخضراء، رحلتها في مجال ريادة الأعمال كرد فعل على استيائها المتزايد من وظيفتها الحكومية. وبدلاً من البحث عن الراحة والأمان في منصبها، أدركت أنها كانت في حالة ركود مهني وشرعت بالبحث عن فرص جديدة. "لقد تبين لي أنّ العمل في الحكومة ليس المكان الذي أشعر بالانتماء إليه، إذ لم يمدني بأي إحساس بالتنمية الذاتية. بعد عامي الأول، أدركت أنني بحاجة إلى المغادرة،

تؤكد هذه الأساليب المتنوعة أن استراتيجيات كسب العملاء يجب أن تكون مصممة وفقاً للظروف المحددة لكل شركة. تؤثر عوامل مثل نضج العمل وحدثة صناعته تأثيراً بالغاً على الاستراتيجيات المستخدمة. ويساعد التعرف على الأساليب المتنوعة في توضيح الطبيعة الدقيقة والمتعددة الأوجه لمشهد ريادة الأعمال.

التسويق

تتجه محادثتنا بعد ذلك نحو التسويق، وهو الشريان الذي لا غنى عنه والذي يربط الشركة بعملائها المحتملين. إن هذا الجانب الاستراتيجي هو الوسيلة التي تدفع الفكرة المبتكرة إلى السوق، مما يعزز وجودها ويحدد مكانتها. التسويق في جوهره هو صوت الأعمال التجارية، الذي يملي كيف تقدم ذاتها للعالم، وكيف توصل عرض القيمة الخاص بها، وكيف تبني علاقات دائمة مع عملائها.

مصطفى علوان، مؤسس تطبيق كاونتر (Kawenter)، وهو تطبيق يساعد المسافرين من جميع الجنسيات في الحصول على تأشيرات إلى وجهاتهم بشكل أسرع

في المقابل، يؤكد رواء الحيدر المدير العام لصكرلابز (Sagerlabs)، وهي وكالة تسويق معروفة، على أهمية الوصول الاستباقي إلى المستهدفين عند العمل في اتجاه متطور مثل التسويق عبر المؤثرين (influencer marketing). يشير هذا إلى ضرورة قيام الشركات في الصناعات الأحدث ببذل جهد إضافي، والبحث بنشاط عن العملاء المحتملين وعرض خدماتهم لترسيخ وجودهم في السوق.

"نحن نتواصل مع معظم عملائنا. يعد التسويق عبر المؤثرين توجهاً جديداً على مستوى العالم. ومن ثم، فإننا نتوجه إلى العلامات التجارية العالمية والإقليمية والمحلية لتثقيفهم حول هذه الأداة القوية. كما نشرح للعلامات التجارية العالمية المشهد التسويقي المؤثر في العراق لنقدم لهم صورة شاملة تمكنهم من الحصول على عائد جيد على الاستثمارات."



الموارد البشرية

تعدُّ إدارة الموارد البشرية عنصراً حاسماً في أي عمل تجاري، فهي تشكل ثقافة الشركة وكفاءتها ونجاحها الشامل. يختلف النهج المتبع في بناء الفريق وإدارة الموظفين اختلافاً جذرياً اعتماداً على طبيعة العمل ومتطلباته التشغيلية وفلسفة القائد. تعكس هذه الاستراتيجيات المختلفة في كثير من الأحيان تنوع وتشعب ريادة الأعمال.

ويسلط زيد الخفاجي، من السينما العراقية، وهي أكبر سلسلة دور سينما في البلاد، الضوء على قيمة عملية التوظيف القائمة على الجدارة، لا سيما في الأعمال التجارية ذات العمليات الفنية والتغييرات المتكررة. يشير أسلوبه في مراجعة الطلبات وإجراء المقابلات وتوفير التدريب الصارم إلى إيمانه الراسخ بالتوظيف على أساس المؤهلات وتطوير المواهب من خلال التعلم المنظم.

“عندما نبحث عن أشخاص جدد، نفتح الطلبات ونقرأ السير الذاتية، وعلى أساسها ندعو الأفراد لإجراء المقابلات. يخضع الأشخاص الذين نخترهم بعد ذلك لبرنامج تدريبي صارم يجريه مديرونا، وهم خبراء في الجزء التشغيلي لدور السينما. لقد جربت التوظيف عن طريق التوصية أو المعارف من الأقارب في بعض الأحيان، ولكن ثبت أن معظمهم كسالى وغير متحمسين.

من ناحية أخرى، يقدم غيث الأوسي من “غيث جيم”، أكبر سلسلة صالة رياضية في البلاد، وجهة نظر مختلفة، ويفضل العلاقات الأسرية والعاطفة الشخصية في إدارة فروعها. وتؤكد استراتيجيته على دور الثقة والتفاني في الأعمال التجارية اللذان يحافظان على ثبات سريان العمليات إلى حد كبير.

“معظم مديري الفروع الذين تراهم هم من الأقارب. والدتي تحير فروعنا النسائية، وابنة عمي تحير تلك التي في الرصافة. لا أستطيع أن أعهد هذه المهام إلى أي شخص آخر. يجب أن يكون لديك العاطفة والاهتمام، كي تحسن أداء عملك. عندما أجد أخطاءً يبدأ دمي بالغيلان. لن تحصل على هذا النوع من الاهتمام بالعمل إلا إذا أوكلت المهمة لأحد أفراد عائلتك.

وأسهل، يجسد وجهة نظر واحدة، معتقداً أن المنتج القوي يمثل أفضل أداة تسويقية. ويضيف مصطفى أن الترويج الشفهي من العملاء ورضاهم يمكن أن يدعم العلامة التجارية دعماً عظيماً، فيغنيانها عن تخصيص ميزانية كبيرة للتسويق. إنها شهادة على قوة المنتج الذي يلبي طلب السوق، ويتردد صدها بقوة لدى جمهوره لدرجة أنهم يصبحون المروجين الأكثر فعالية له.

“نحن لا ننفق دولاراً واحداً على التسويق. إذ نؤمن بأن المنتج الذي نقدمه يسوق ذاته، ونحن واثقون من كلام عملائنا الشفهي بناءً على تجربتهم الجيدة. بالإضافة إلى ذلك، نحن ننتج الكثير من المحتوى الذي يعزز تصنيفنا في محركات البحث، والذي يحل محل أي إعلانات مدفوعة الأجر.”

وفي تناقض آخر، يدعو عمار أمين، من منصة مسواك للتجارة الإلكترونية، إلى اتباع نهج تسويقي أكثر نشاطاً. ويؤكد على دور الحملات التسويقية القوية، ليس فقط في جذب العملاء ولكن أيضاً في رسم سلوكيات التسوق الخاصة بهم وإبقائهم متفاعلين. ويؤكد هذا المنظور على إمكانيات التسويق كعامل تغيير قادر على توجيه العملاء نحو تجارب جديدة وتعزيز العلاقات طويلة الأمد.

“التسويق جزء حيوي من مسواك. الطريقة الوحيدة لتعريف الأشخاص بطريقة جديدة للتسويق هي إطلاق حملات تسويقية قوية لكسبهم مع الإنفاق أيضاً على الخصومات لإبقائهم منخرطين. وهذا يؤتي ثماره في نهاية المطاف عندما يكتمل إنشاء نمط السلوك مع العميل.

غالباً ما يعتمد التوازن بين عرض القيمة الفريدة للشركة واستراتيجيتها التسويقية على ما يميزها في الصناعة. يمكن لمنتج متميز أو ابتكار تكنولوجي في كثير من الأحيان تسويق ذاته، مما يؤدي إلى اهتمام حقيقي من العملاء وربما تقليل الحاجة إلى حملات تسويقية واسعة النطاق. على العكس من ذلك، قد تجد الشركات التي تخلق تجربة جديدة شاملة قيمة أكبر في الاستثمار بكثافة في التسويق لتقديم مفاهيم جديدة، وإعادة تشكيل سلوك المستهلك، والحفاظ على المشاركة. ومع ذلك، هذه ليست قاعدة توجيهية، بل مبدأ توجيهي. يجب على كل شركة، في تفردتها، أن تسير في طريقها الخاص، مع الأخذ في الاعتبار ديناميكيات السوق المحددة ونهج ريادة الأعمال لتحقيق التوازن الأمثل بين الابتكار والاستثمار التسويقي.

لا توجد استراتيجية قابلة للتطبيق عالمياً لإدارة الموارد البشرية. تتطلب الشركات ذات المتطلبات المختلفة والعمليات التشغيلية أساليب مصممة خصيصاً. وتتمتع كل طريقة بالجدارة، سواء كانت عملية توظيف قائمة على الجدارة في بيئة ديناميكية تقنية أو علاقات قائمة على الثقة في عملية مستقرة ومتسقة.

عمليات الاندماج والاستحواذ

وأخيراً، نصل إلى مفترق طرق الاستحواذ على الأعمال، وغالباً ما يكون ذلك بمثابة نقطة تحول عميقة وجوهرية في رحلة رائد الأعمال. تقدم هذه اللحظة المحورية مزيجاً فريداً من التحديات والفرص، وغالباً ما تمثل لحظة فاصلة في مسار الشركة. يمكن لعمليات الاستحواذ أن تدفع الشركة إلى مستوى أعلى من النمو، مما يجعلها تستفيد من موارد الشركة المستحوذة وخبراتها وشبكتها، كما يؤكد محمد الخفاجي من بيور بلاتفورم (Pure Platform)، وهي شركة تجارة إلكترونية تقدم حلولاً تُفكِّنُ العراقيين من شراء المنتجات وشحنها من خارج البلاد.

"لقد اخترنا الشركة العالمية للبطاقة الذكية (ISC) للاستحواذ على بيور بلاتفورم لأننا رأينا إمكانية نمو هذه العلامة التجارية والوصول إلى المزيد من الناس في إطار هذه الشراكة على نطاق واسع. سنتمكن عبر هذا الاستحواذ الاستفادة من المزايا الاستراتيجية التي تتمتع بها الشركة العالمية للبطاقة الذكية، والحفاظ على النطاق الحالي الواسع فعلاً من المنتجات، والمعرفة والاتصالات التي تتمتع بها في السوق. وبالإضافة إلى ذلك، فقد منحنا هذا الاستحواذ الفرصة لتحويل تركيزنا إلى زيادة محافظتنا التكنولوجية والتركيز بشكل أكبر على التوسع العالمي."

ومع ذلك، يمكن للاستحواذ أن يحد من استقلالية الشركة وآفاقها المستقبلية، وهي مخاطرة لم تكن رسل الجناي، من شركة "تركواز"، وهي علامة تجارية لمستحضرات التجميل، على استعداد لخوضها.

"لقد عرضت العديد من العلامات التجارية، المحلية والإقليمية، الاستحواذ على عملنا التجاري. لا أرى أي قيمة لذلك مقارنة بملكيته للشركة، لأننا نؤمن أننا نفهم السوق فهماً أفضل، ولا يزال لدينا مساحة هائلة يمكن الاستفادة منها"

تؤكد هذه المرحلة من الرحلة على الاعتبارات الدقيقة التي تلعب دوراً عند التفكير في عملية الاستحواذ. إن طبيعة العمل، ومكانته داخل الصناعة، والفوائد والعيوب المحتملة للاندماج مع كيان آخر - نركز على كل هذه العوامل تركيزاً كبيراً. في حين أن الشركات القائمة على التكنولوجيا قد تجد قيمة أكبر في الاستحواذ عليها بسبب الموارد الهائلة للشركات المندمجة، فإن شركات أخرى تعمل في أسواق غير مستغلة قد تقاوم مثل هذه الخطوة للحفاظ على السيطرة على النمو المستقبلي المحتمل.

وبينما نتنقل في هذه الرحلات الريادية الفريدة، تتلاشى فكرة المخطط العالمي للنجاح، ويحل محلها نسيج غني من الاستراتيجيات ووجهات النظر المختلفة، تسعى هذه المقالة إلى نسج هذه الروايات المتميزة معاً، لتكشف كيف تشق كل صناعة طريقها الخاص من خلال تحديات وفرص الأعمال. سواء كان الأمر يتعلق بنشأة فكرة ما، أو تعقيدات الموارد البشرية، أو استراتيجيات كسب العملاء، أو دور التسويق، أو القرارات الحاسمة المتعلقة بعمليات الاستحواذ، يصبح من الواضح أنه لا يوجد حقاً "مقاس موحد يصلح للجميع" في عالم ريادة الأعمال.

تجرب
تجرب
تجرب

د. هيمن لطيف

مدير مركز ريادة الأعمال والابتكار في
الجامعة الأمريكية في العراق، السليمانية

صناعة التميز العظيم من بذل القليل:

دليل للسلامة الشخصية والعالمية

أمور نرفض أن نُقِرَ بها، لماذا؟

كم مرّة أحببنا شخص حين دعانا إلى حدثٍ مهنيّ دون إلحاق الدعوة بتفاصيل، أو قدّم لنا فكرةً ثم اعتذر بكثرةٍ انشغاله، أو جاء شخصٌ إلينا بصفحةٍ لكنه تجاهل رسائلنا، أو قدّم طلباً في الوقت الضائع دون مهلةٍ بين الطلب والموعود النهائي سوى ٤٢ ساعة؟

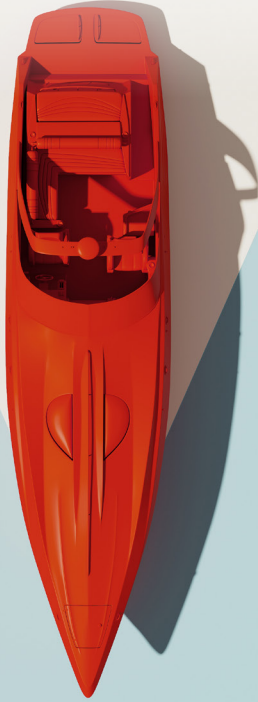
ليس هنالك ما هو أسهل من إلقاء اللوم عليهم، ولكن هل تسألنا يوماً ما إن كُنّا نسبب الإحباط ذاته للآخرين؟ تكمن الحقيقة في أننا نساهم جميعاً في حلقةٍ مفرغةٍ من الإحباط الشخصي، وخيبة الأمل، والنتائج الوخيمة؛ يعود ذلك إلى القيام بأكثر مما يجب، أو الانشغال بالعديد من المهام، أو تضييع وقتنا بأمورٍ لا نراها ذات جدوى. بصفتي مهنيّاً قمت بلعب العديد من الأدوار ومواجهة مختلف المواقف، كرست جزءاً من حياتي لنشر فلسفةٍ بذل القليل من الجهد دون التأثير على الجسم، شهدت بنفسني الفائدة المُرتجاة من هذا المبدأ، ولا أخص بهذا المهنيين المستقلين فقط، بل أشمل المؤسسات والمجتمع بشكل عام. يُسلط هذا المقال الضوء على هذا المبدأ، على أمل أن يساعد الآخرين في الخروج من هذه الدوامة.

هذا المقال مقسم إلى ثلاثة أجزاء منفصلة تستكشف معاً القوة التحويلية للتركيز على ما هو مهم. سيستعرض كل جزءٍ خمس مزايا لهذا المبدأ من وجهاتٍ نظرٍ مختلفة. يركز الجزء الأول على شخصك كمهنيّ، وسيستفحص الجزء الذي يليه تأثيره على كيانك، سواءً كنت مديراً أو موظفاً، أما الجزء الأخير فسينظر في الكيفية التي تساهم فيها هذه الفلسفة في خلق عالمٍ أفضل لنا جميعاً. إن هذه الفوائد ليست مجرد حبرٍ على ورق، بل هي فوائدٌ تدعمها الأبحاث، وآراء الخبراء، والأهم من ذلك، التجارب المُستقاة من الحياة الواقعية.

الجزء الأول: لك، بصفتك مهنيّاً

١. تحسين التركيز وجودة العمل

إن عدم انشغالك بمهامٍ متعددة يعني صبك انتباهك واستغلال المزيد من الموارد لكل مهمة، وهو ما يعزز جودة العمل الذي تقوم به. يُشير كال نيوبورت في كتابه "عمل عميق (Deep Work)"، إلى أن تركيز دون مشتتات أصبح أكثر ثروةً وقيمةً في عالمٍ مشبّع بالمعلومات. تُظهر الأبحاث، التي تدعم هذا الاعتقاد، أن تعدد المهام يمكن أن يقلل من الإنتاجية إلى نسبةٍ تصل إلى ٤٠%. وعلى هذا، فإن الجهد المبذول يتناسب عكسياً مع جودة العمل. ولكن ماذا يعني ذلك بالنسبة لك بصفتك مهنيّاً؟ الإجابة فيما يلي.



٢. تعزيز السمعة والموثوقية

إن القيام بعددٍ قليل من الأشياء على أتم وجه، يُصير منك شخصاً معروفاً بموثوقيته وتميزه في عمله. شدد الكاتب الأمريكي، ستيفن كوفي، في كتابه المعروف "العادات السبع للناس الأكثر فعالية (The 7 Habits of Highly Effective People)" على أهمية التركيز على المهام الهامة لبناء سمعة طيبة. وأظهرت دراسة نُشرت في مجلة علم النفس الوظيفي والتنظيمي أن الموثوقية والكفاءة ذات قيمةٍ كبيرةٍ في مكان العمل. إن القيام بأقل عدد من المهام على نحوٍ محمود، لا يضعك على قدم المساواة مع آمال الآخرين - بل تتجاوزها.

ولكن، لماذا يعدّ هذا مهماً؟ تعمل حُسنُ السيرة والسمعة المهنية على جلب المزيد من الفرص الفاعلة بالنسبة لك. سنستطرد في هذه النقطة فيما يلي.

٣. المزيد من الفرص لتحقيق تأثير ذو مغزى

إن التركيز على عددٍ قليل من المهام الضرورية يتيح لك مجالاً لتحقيق تأثيرٍ ملموسٍ بدلاً من الانغماس في بحرٍ من التفاهات. يقول الكاتبان جاري كيلر وجاي باباسان في كتابهما "الشيء الوحيد (The One Thing)"، "أن مدى ضيق تركيزك يُحدد النتائج الاستثنائية بصورةٍ مباشرةٍ. تدعم الأبحاث المنشورة في مجلة علم النفس التطبيقي هذا الاعتقاد، فشعور الرضا ملازم للموظفين الذين يُركزون على المهام الأساسية في عملهم، ناهيك عن تقديم أداءٍ أفضل. إن القيام بالقليل يتيح لك القيام بما هو مهم.

إن تحقيق أثرٍ ملموس هو أمرٌ فُجِر، لكن دعنا لا ننس تأثير ذلك على صحتك، وهذا ما ما سنتناوله فيما يلي.

٤. تقليل التوتر والاحترق الوظيفي

القيام بالكثير من المهام يمكن أن يقود إلى التوتر الذي سيؤدي بك إلى الاحتراق الوظيفي، ولهذا تأثير سلبي على صحتك النفسية والجسدية. تقدم الكاتبان إميلي ناغوسكي وأميلييا ناغوسكي، في كتابهما "الاستنزاف: السر لكسر دورة التوتر (Burnout: The Secret to Unlocking the Stress Cycle)" رؤى حول كيفية الخروج من دوامة التوتر، وقد اعترفت منظمة الصحة العالمية بالاحتراق الوظيفي كظاهرة مهنية، مرتبطة بالإجهاد المزمّن في مكان العمل. من خلال التقليل من عملك، فإنك تمنح نفسك الفرصة للتزود بالطاقة وتجنب خطر

الاحتراق الوظيفي.

تقليل التوتر أمرٌ ضروري، ولكن الهدف النهائي بالنسبة للكثير منا هو تحقيق حياةٍ متوازنة. دعونا نستكشف كيف يمكن أن يساعدك التقليل من عملك في تحقيق ذلك.

٥. تحقيق توازن أفضل بين العمل والحياة الشخصية

إن القيام بالقليل يسمح لك بتخصيص الوقت للنمو الشخصي والتركيز على الحياة العائلية والاستجمام، ولهذا دور في جعلك أكثر فعالية في حياتك المهنية. في كتابه، "العودة للجوهر: السعي المنضبط لبذل الأقل (Essentialism: The Disciplined Pursuit of Less)"، يتناول الكاتب جريج ماكيون أهمية جعل الحياة ذات معنى من خلال القيام بالقليل. كما سلطت إحدى مقالات مجلة هارفارد بزنس ريفيو الضوء على أهمية التوفيق بين العمل والحياة لتحقيق النجاح المهني والمحافظة على الصحة على المدى البعيد. إن التركيز على ما هو أساسي، يفتح باباً لحياةٍ ناجحةٍ ومليئةٍ بالرضا والسعادة.

الجزء الثاني: لكيانك، سواء كنت مديراً أو موظفاً

١. زيادة رضا الموظفين والاحتفاظ بهم

حين تقدم المؤسسات النوعية على الكمية، سيؤدي ذلك إلى ارتفاع شعور الموظفين بقيمتهم وستنخفض معدلات التوتر لديهم، وبالتالي زيادة رضا الموظفين ومعدلات الاحتفاظ بهم. يناقش دانيال أيتش بينك في كتابه، "الحافز: الحقيقة المدهشة بشأن الأشياء التي تحفزنا (Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us)"، كيف يمكن أن تزيد الاستقلالية و الدافع من رضا الموظفين. أظهرت الدراسات أن رضا الموظفين له علاقة وطيدة بالاحتفاظ بالموظفين، والذي يقلل بدوره من التكاليف المرتبطة بالتدوير العالي. إن الأمثلة على وجود موظفين راضين ومخلصين لا تعد ولا تحصى، ولكن من المهم ألا ننسى أن التركيز على القليل دون الإخلال بجودة العمل يعزز من سمعة مؤسستك.

٢. تعزيز سمعة المؤسسة

إن المؤسسة التي تركز على القيام بعددٍ قليلٍ من الأشياء على أتم وجه ستبني سمعة قوية قائمة على التفوق والموثوقية. يؤكد جيم كولينز، مؤلف كتاب "من جيد إلى عظيم (Good to Great)" على أهمية التركيز على مجالات يمكن للمؤسسة أن تتفوق فيها. وقد ربطت سمعة المؤسسة القوية بزيادة ولاء العملاء وثقة أصحاب المصلحة.

إن السمعة الحسنة هي من الأصول الثمينة، ولكن من المهم أيضاً النظر في دور هذه الفلسفة في تبسيط عملياتك وتقليل التكاليف.

٣. تبسيط العمليات وتقليل التكاليف

من خلال التركيز على الكفاءات الأساسية والابتعاد عن المهام غير الضرورية، يمكن للمؤسسات تبسيط العمليات وتقليل تكاليف التشغيل. يُبين كتاب "التفكير المرن (Lean Thinking)" للمؤلفين جيمس ب. ووماك ودانيال ت. جونز كيف يمكن لتبسيط العمليات الكبيرة أن يؤدي إلى توفير كبير في التكاليف. أظهرت دراسات الحالة أن ممارسات الإدارة اللينة يمكن أن تؤدي إلى كفاءات تشغيلية وتقليل التكاليف.

إن توفير التكاليف أمر مهم، وما يكافئه بالأهمية هو النظر في الطريقة التي يمكن فيها تركيز العمل أن يُحسّن من عملية اتخاذ القرار على مستوى المؤسسة بشكل عام.

٤. تحسين عملية اتخاذ القرار:

إن التركيز المؤسسي على القيام بعددٍ قليلٍ من الأشياء على أتم وجه يهيئ لها تحديد أهداف أكثر وضوحاً واتخاذ قرارات أفضل على جميع المستويات. يناقش دانيال كانيمان في كتابه "التفكير السريع والبطيء (Thinking, Fast and Slow)" كيف يمكن أن تؤثر التحيزات الإدراكية على عملية اتخاذ القرار وكيف يمكن أن يخفف التركيز من تلك التأثيرات. أظهرت الدراسات في مجال سلوك المؤسسات أن وضوح الأهداف يؤدي إلى اتخاذ قرارات أفضل وبالتالي تحقيق نتائج أفضل.

اتخاذ قرارات واضحة مهم، ولكن ماذا عن التأثير الأشمل لمؤسستك على المجتمع والبيئة؟

٥. تأثير اجتماعي وبيئي أكبر

من المرجح أن تقدم المؤسسات، التي تركز على تقديم مبادرات قليلة ذات معنى، تأثيراً اجتماعياً وبيئياً كبيراً. يقول أندرو سافيتز في كتابه "القيم الأساسية الثلاثة (The Triple Bottom Line)"، بأن المؤسسات يمكن أن تستفيد من التركيز على الأبعاد الاجتماعية والبيئية بالإضافة إلى الأبعاد المالية. أظهرت الدراسات أن الشركات التي تركز على المسؤولية الاجتماعية تتفوق على نظرائها على المدى البعيد.

الجزء الثالث: من أجل المصلحة العليا، المجتمع والعالم

١. تعزيز صحة المجتمع

عندما يركز الأفراد والمؤسسات على القيام بعددٍ قليلٍ من الأشياء على أتم وجه، فمن المرجح أن يؤدي ذلك إلى تحسّن سلامة المجتمع، على المدى البعيد. يناقش كتاب دان بوتنر "المناطق الزرقاء (The Blue Zones)" كيف تزدهر بعض المجتمعات بسبب الأنشطة المُركّزة ذات المغزى. أظهرت الدراسات أن سلامة المجتمع مرتبطة جوهرياً بممارسات الأفراد والمؤسسات.

٥. تركيز أكبر على الصحة العقلية

إن المجتمع الذي يُقدّر القيام بعددٍ قليلٍ من الأشياء على أتمّ وجه، غالباً ما يولي الأولوية للصحة العقلية. يستكشف كتاب "إخفاق التواصل (Lost Connections)" للمؤلف جوهان هاري كيف تساهم الحياة الحديثة في مشاكل الصحة العقلية وكيف يمكن للنهج المُركّز التخفيف منها. أكدت منظمة الصحة العالمية ضرورة الصحة العقلية لسلامة المجتمع بشكلٍ عام.

لإيجاز ما سبق، إنَّ من الواضح أنَّ "بذل القليل من الجهد دون التأثير على الجسد" ليست مجرد استراتيجية شخصية أو مؤسسية - بل هي مخطط لعالم أفضل. أرجو ألا يقتصر تأثير هذه المقالة على منجك رُوبة جديدة لقوة التغيير الكامنة بالقيام بعددٍ قليلٍ من الأشياء على أتمّ وجه، بل أن يكون له تأثير عملي في حياتك أيضاً. من الضروري إيلاء الأولوية للأهم حتى تتمكن من العمل عليه بشكلٍ أفضل ونسعى لتقديم نتائج عالية الجودة.

نختم هذه المقالة على اقتباس مؤثر للكاتب جون دور الذي قال في كتابه، "قياس ما يهم (Measure What Matters)", "إن العديد من الأشخاص يبذلون جهداً في عملهم دون تحقيق إنجازٍ عظيمٍ إياك أن تكون أحد أولئك الأشخاص الذين يعملون بجد دون جدوى تذكر. لا يتعلق الأمر بالإمكانية بل بالاستحقاقية، فإن كان الأمر يستحق بذل الجهد فيه، فإنه، بطبيعة الحال، يستحق إتمامه على أفضل وجه. لذا، فلنقم بعملٍ أقل ونكمله ونتقنه على أتم وجه لحياةٍ أفضل لك، تعود بأثرٍ أفضل لمؤسستك، وتخلق عالماً أفضل لنا جميعاً.



إن سلامة مجتمعاتنا أمر أساسي، ولكن ماذا عن استدامة أفعالنا؟

٢. التنمية المستدامة

يمكن أن يُسهم التقليل من المبادرات وجعلها أكثر تأثيراً في تعزيز التنمية المستدامة؟

التركيز على مبادرات أقل وأكثر تأثيراً يمكن أن يسهم في تعزيز ممارسات التنمية المستدامة. يتحدث كتاب "من المهد إلى المهد (Cradle to Cradle)" للكاتبين ويليام ماكدونوه ومايكل برونجارت عن أهمية التصميم المستدام. تسلط أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة أيضاً على ضرورة الجهود المركزة في تحقيق الاستدامة.

الاستدامة أمر بالغ الأهمية، ولكن من المهم أيضاً النظر في كيفية تأثير أفعالنا على استخدام الموارد.

٣. تقليل هدر الموارد

إن القيام بعددٍ قليلٍ من الأشياء على أتمّ وجه يمكن أن يؤدي إلى استغلال الموارد بكفاءة، مما يقلل من الهدر. يناقش كتاب "الشركة الناشئة المرنة (The Lean Startup)" للمؤلف إريك ريس كيف يمكن تحقيق الكفاءة في مختلف جوانب الحياة، دون الاقتصار على مجال الأعمال. تظهر الدراسات في مجال إدارة الموارد أن الكفاءة تؤدي إلى تقليل الهدر، الأمر الذي يصب في مصلحة المجتمع ككل.

الكفاءة مهمة، ولكن دعونا ننظر أيضاً في كيفية يمكن للنهج المركز تعزيز نسيجنا الاجتماعي.

٤. تعزيز نسيج المجتمع

يتيح لنا التركيز على القيام بعددٍ قليلٍ من الأشياء على أتمّ وجه، الاستثمار أكثر في العلاقات والمجتمع، وهو أمر يقوي النسيج المجتمعي. يتحدث روبرت د. بوتنام في كتابه "لعبة البولينج وحيداً (Bowling Alone)" عن انخفاض رأس المال الاجتماعي وكيف يمكن للجهود المُركّزة إعادة بنائه. أظهرت الدراسات أن الروابط الاجتماعية القوية ضرورية لسلامة المجتمع. إن الروابط الاجتماعية القوية مهمة، ولكن الصحة العقلية غالباً ما تكون جانباً مُهملاً من جوانب سلامة المجتمع.

سوق الشركات الناشئة في العراق:

الكشف عن الفرص غير المستغلة

نظرة عامة

لم تكن الكثير من الشركات الكبيرة التي نعرفها اليوم إلا أفكاراً جالت في بال مؤسسيها، والأفكار التي تلبى الاحتياجات الحقيقية قادرة على أن تتحول إلى أعمال ناجحة إذا استثمرت استثماراً صائباً. ولا شك أنّ معرفة آخر المعلومات والدراية بحال السوق، لا سيما في حقبتنا سريعة التطور التي ترتفع فيها قيمة البيانات والتي يضاعف امتلاك المعلومات فيها معدل نجاح الأعمال أضعافاً مضاعفة.

ولذا فإن الإلمام بخارطة طريق ريادة الأعمال العراقية من زوايا مختلفة سيلقي إلهاماً من الأفكار التجارية الجديدة ويساهم في تطوير الشركات الصاعدة. يقدم هذا التقرير خارطة طريق تستكشف أسواق الشركات الناشئة العراقية من خلال التركيبة السكانية العراقية والنتائج المحلي الإجمالي، واللعبين في بيئة الأعمال وفرص الاستثمار المتاحة وتحديات القطاع الخاص ومعرفة السوق. شهدت السوق العراقية نمواً في الفرص، مما شجع العديد من عوامل تمكين بيئة الأعمال على المشاركة في تطوير القطاع الخاص.

جذبت هذه الحركة الاقتصادية الاستثمارات المحلية والأجنبية التي سهلت الوصول إلى التمويل للشركات الناشئة. أنشئت العديد من الشركات الناشئة وتم تنميتها بمساعدة عوامل تمكين بيئة الأعمال والاستثمار على الرغم من التحديات في بيئة القطاع الخاص.

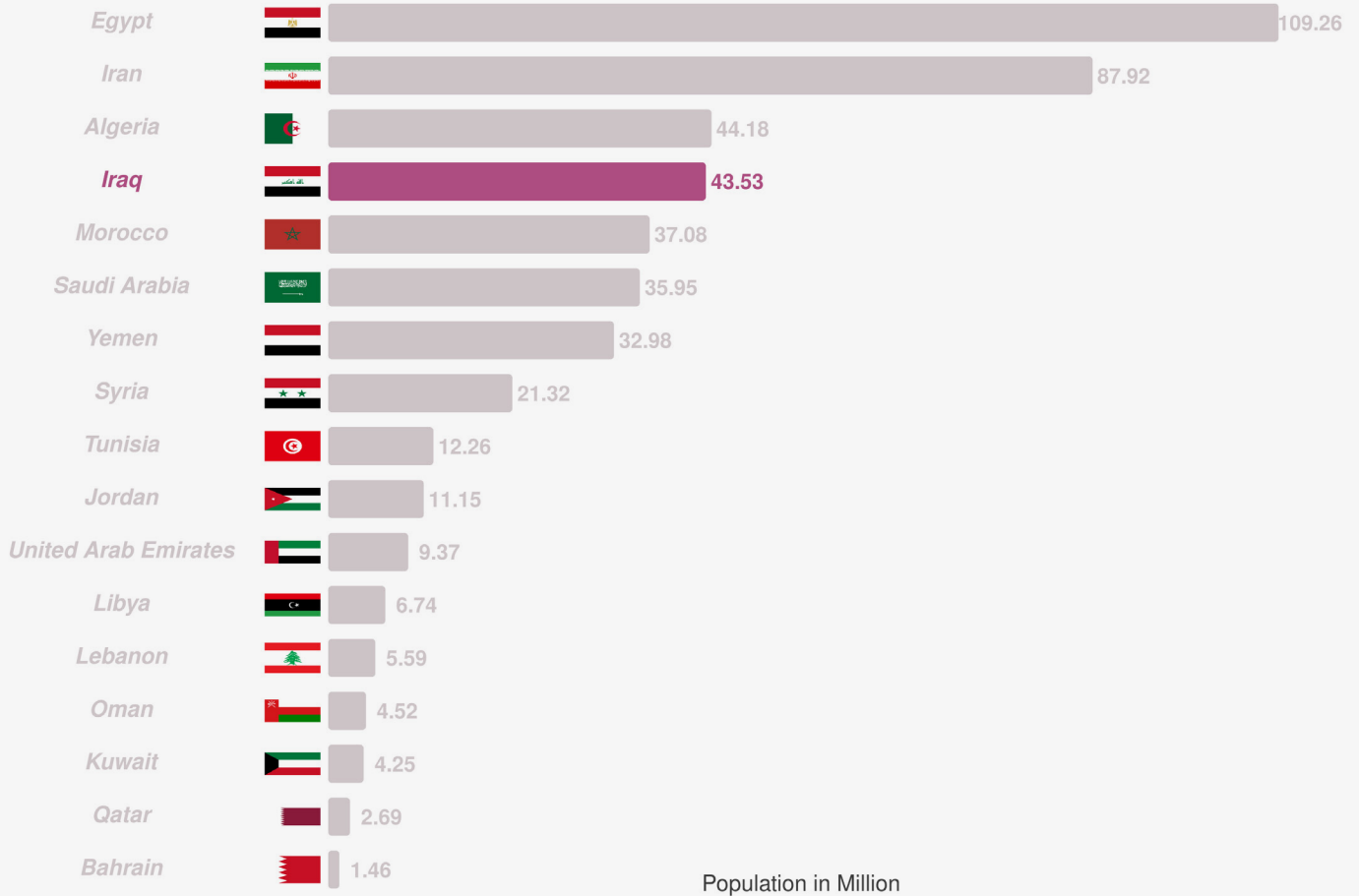
لماذا العراق

الخصائص الديمغرافية

يأتي العراق رابعاً من حيث عدد من السكان مقارنة بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بشكل عام، إذ يُقدر عدد سكان العراق بنحو ٤٣,٥ مليون نسمة في عام ٢٠٢١. يتوقع الجهاز المركزي للإحصاء في العراق أن عدد سكان العراق سيبلغ ٥١,٢ مليون نسمة بحلول عام ٢٠٣٠. تنقسم الفئات العمرية في العراق إلى أربع فئات: الأطفال والشباب والبالغين وكبار السن. والفئتان العمريتان المهيمنتان هما الأطفال والشباب، الذين تشير التقديرات أنّهم يشكلون ٦٠% من إجمالي السكان، بينما يشكل البالغون الذين تزيد أعمارهم عن ٢٥ عاماً ٣٦,٥%.

MENA Region Countries Population Estimates as of 2021

Iraq has the Fourth Largest Population in the MENA Region



Source: World Bank - World Development Indicators

تمكن البلاد من التغلب على هذه الأزمات التي أحاطت به. يعتبر قطاع النفط القطاع المهيمن مقارنة بالقطاعين الزراعي والصناعي، مما يجعل النمو الاقتصادي للبلاد عرضة لتقلبات الاقتصاد الكلي. لا تزال البلاد تعتمد على الاستيراد، فوفقاً للبنك الدولي، تشكل صادرات النفط ٩٩% من إجمالي الصادرات، بينما تمثل عائدات النفط ٨٥% و ٤٢% من ميزانية الحكومة والنتائج المحلي الإجمالي.

انخفضت مساهمة الزراعة في الناتج المحلي الإجمالي للعراق من ٩% إلى ٢% بين عامي ٢٠٠٢ و ٢٠١٩. وقد امتد هذا الانخفاض في الزراعة ليشمل العديد من المحاصيل الدائمة والمؤقتة، بما في ذلك القمح، إذ انخفض متوسط المحصول (كجم/دونم) من ٧٢٧,٦ في عام ٢٠٢٠ إلى ٤٤٧,٣ في عام ٢٠٢١.

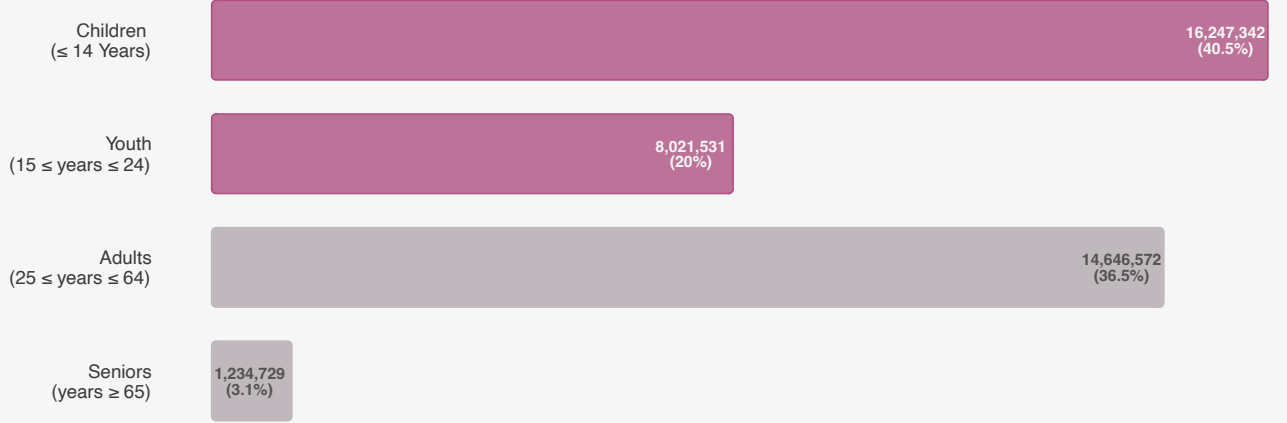
تحتل المحافظات الحضرية الرئيسية، مثل بغداد وبنوي والبصرة، المرتبة الأولى بين المناطق الثلاث الأكثر اكتظاظاً بالسكان، حيث تشكل ٣٩% من إجمالي السكان. في المقابل، يتراوح عدد سكان المحافظات العراقية المتبقية من ٢% إلى ٦%. المناطق الحضرية هي الأكثر في الكثافة السكانية، إذ يقطن ٧٠% من العراقيين فيها، في حين أن ٣٠% منهم يعيشون في المناطق الريفية.

المؤشرات الاقتصادية

وفقاً للبنك الدولي، فإن الزيادة في الناتج المحلي الإجمالي على مدى العقود الماضية جعلت العراق صاحب خامس أكبر ناتج محلي إجمالي بين دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. ورغم التحديات الأمنية وجائحة كورونا،

2020 Population Estimate According to Age Group

60% of Iraq's Population
are Under 25 Years Old



Population Estimate (% Of Total Population)

Source: Central Organization for Statistics – Population Estimates 2020

للهجرة، والوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، ووزارة الخارجية الفرنسية، والسفارة الهولندية، وغيرها.

برامج ما قبل الحاضنات:

الغرض من هذه البرامج هو تمكين رواد الأعمال الشباب المبتكرين من تحويل أفكارهم التجارية إلى منتجات قابلة للتطبيق.

Ignite هو برنامج ما قبل الحاضنة مدته أسبوعين تنفذه Five One Labs في أربيل والبصرة. يجمع هذا البرنامج تدريب رواد الأعمال في المراحل المبكرة معاً ويعلمهم المهارات اللازمة لتحديد ما إذا كانت أفكارهم قابلة للتطوير أم لا. تقدم Ignite فرصاً للتدريب والتواصل عالية الجودة برعاية وزارة الخارجية الأمريكية.

علاوة على ذلك، تنفذ المحطة برنامج "ينهض" لمرحلة ما قبل الحاضنات الممول من الاتحاد الأوروبي ووزارة الخارجية الفرنسية. وتتكون من سلسلة من التفكير النقدي والتدريب على حل المشكلات من أجل فهم أفضل لأفكار بدء التشغيل الخاصة بهم.

أما بالنسبة للقطاع الصناعي، فقد ارتفع عدد المؤسسات الصناعية الصغيرة إلى ٢٦,٢٤٧ منشأة، بإضافة ٥٠٠ منشأة إضافية مقارنة بعام ٢٠١٨. بالإضافة إلى ذلك، ارتفع عدد المؤسسات الصناعية الكبيرة من ٦٧٠ في عام ٢٠١٨ إلى ٧١٩ في عام ٢٠٢٠.

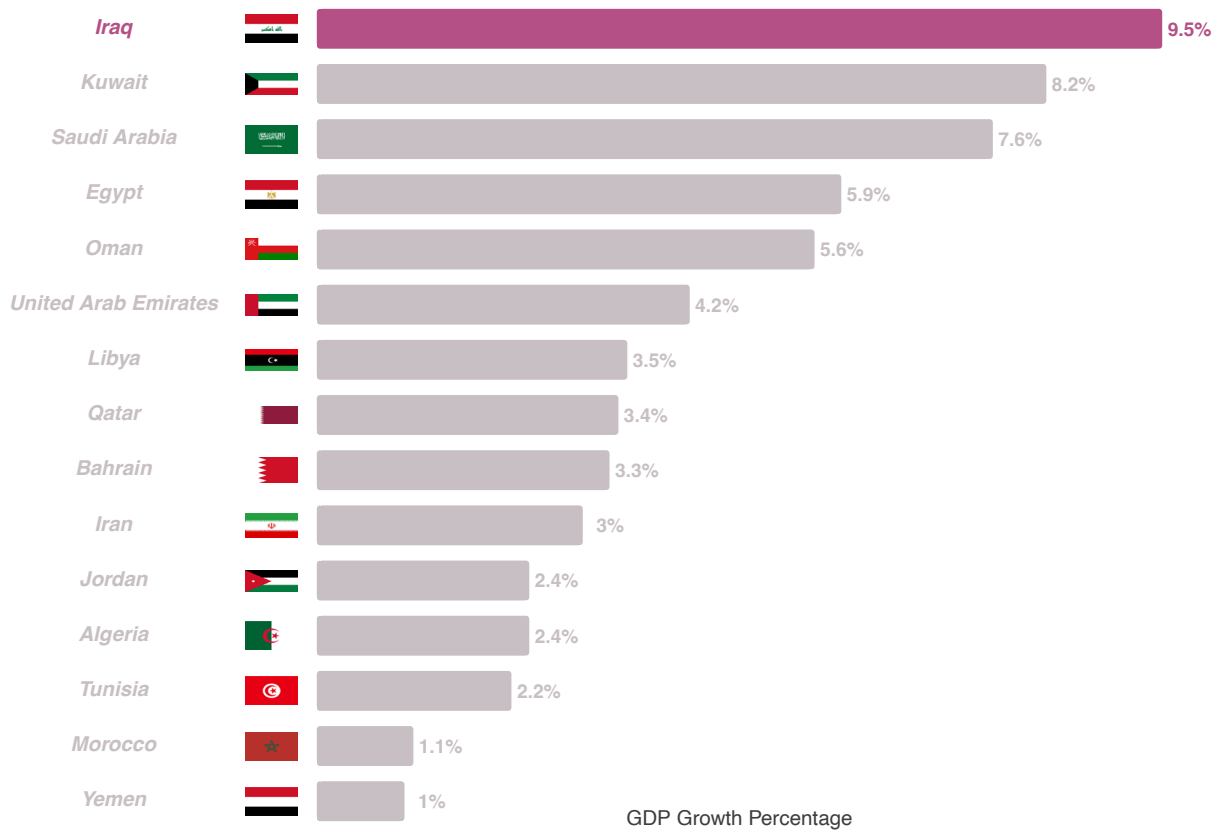
خارطة طريق ريادة الأعمال

عوامل تمكين بيئة الأعمال

طبيعة بيئة ريادة الأعمال العراقية تحتاج إلى تطوير لخلق بيئة يمكن فيها لرواد الأعمال الازدهار وتحويل أفكارهم إلى شركات ناشئة، الأمر الذي سيؤدي لاحقاً إلى تحسين واقع القطاع الخاص العراقي. لذلك، تمكنت العديد من المنظمات والمؤسسات ومراكز التدريب من تحويل مشهد الشركات الناشئة إلى واقع من خلال عوامل تمكين بيئة الأعمال عبر معسكرات بدء التشغيل، وبرامج ما قبل الحاضنات، وحاضنات الأعمال، وبرامج التسريع، ومساعدات العمل المشتركة. جرى دعم بعض هذه البرامج مالياً من خلال داعمين كُثر، مثل GIZ، والمنظمة الدولية

MENA Region Countries GDP Growth of 2022

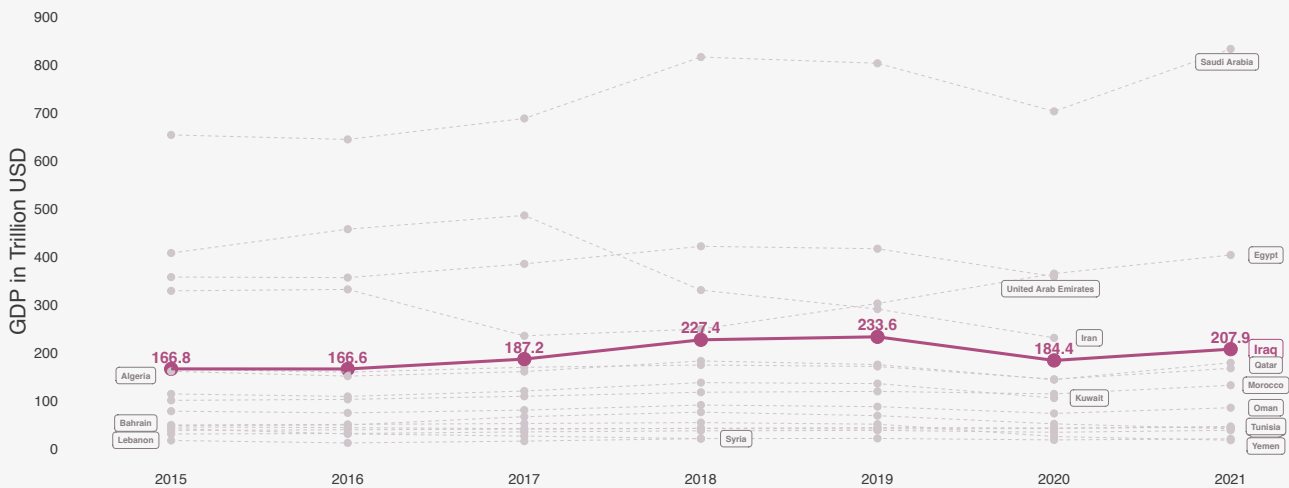
Iraq has the Highest GDP Growth in the MENA Region



Source: Global Finance – 2022

MENA Region Countries' Gross Domestic Product(GDP) Across the Years

Iraq has the Fifth Largest GDP in the MENA Region



Source: World Bank – World Development Indicators

برامج الحاضنات

تعتبر برامج الحاضنات حجر الزاوية في سلم تطوير الشركات الناشئة، حيث يأخذ العديد من اللاعبين زمام المبادرة.

تقدم شركة كابيتا، وهي شركة تطوير تابعة للقطاع الخاص، برنامج حاضنات أورانج كورنرز-بغداد (Orange Corners Baghdad). يسعى هذا البرنامج إلى إعادة تشكيل بيئة الشركات الناشئة العراقية من خلال التدريب وتطوير الأعمال والفعاليات وفتح مساحة العمل المشتركة والاستثمار.

في عام ٢٠٢٠، أطلق مختبر الابتكار العراقي حاضنة الأعمال الزراعية، وهي حاضنة تدعم الشركات المحلية والشركات الصغيرة والمتوسطة والأفكار التي تهدف إلى تحقيق الازدهار الاقتصادي في المناطق المتضررة، بما في ذلك صلاح الدين ونيوى وديالى وغيرها. وهي تركز على الشركات الناشئة في مراحلها الأولى، وخاصة في قطاع الأعمال الزراعية العراقي، لخلق المزيد من الازدهار الاقتصادي وفرص العمل.

في ايار ٢٠٢١، أطلقت المحطة برنامج "أبيشر" للاحتضان في الأنبار، بهدف دعم ١٠ شركات صغيرة ومتوسطة استمرت بالعمل واجتازت حقبة جائحة كورونا. يشمل التدريب في هذا البرنامج جلسات توجيهية يشرف عليها خبراء في الشؤون المالية والتسويق والمبيعات.

تمتلك Five One Labs أيضًا حاضنة للمشاريع الرائدة لمدة ثلاثة أشهر، والتي تستهدف ١٥ من رواد الأعمال الشباب في المراحل المبكرة لكل مجموعة. يوفر البرنامج القيادة في العالم الحقيقي وتقنيات الإدارة ومهارات الأعمال ذات الصلة. Startup Bus هي حاضنة أخرى لبيئة ريادة الأعمال أنشأها مختبر التسريع التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي.

برامج التسريع:

على عكس الحاضنات، تكون برامج التسريع أقصر من حيث الوقت ولديها تدريب موجه نحو النمو. يمكن للشركات الناشئة التي تطمح إلى توسيع نطاق أعمالها والتغلب على التحديات وزيادة الأرباح تسريع ذلك من خلال مثل هذه البرامج.

برنامج Scale Up Academy، من كابيتا، هو برنامج تسريع مدته تسعة أسابيع يستهدف الشركات الناشئة. طوال مدتها، يكتسب رواد الأعمال المعرفة في مجال التمويل والتسويق والإعلان وإدارة الموارد وتحسين نموذج الأعمال. يعمل المشاركون مع خبراء تطوير الأعمال.

تأسست Takween Accelerator في عام ٢٠٢٠ ومقرها في الجامعة الأمريكية في العراق، السليمانية. تساعد Takween الشركات في مرحلة النمو والمدعومة بالتكنولوجيا. يوفر هذا البرنامج عبر الإنترنت برامج تدريب مكثفة وإرشاد دولي وإمكانية الوصول إلى المستثمرين وشركاء بيئة الأعمال.

مساحات العمل المشتركة:

لقد بنت المحطة مساحات عمل مشترك، وهي مساحات عمل مبتكرة تتيح لرجال الأعمال الوصول إلى الإنترنت عالي السرعة ومكاتب الاجتماعات وقاعات المؤتمرات. الهدف منها هو تزويد الشركات الناشئة ببيئة تعاونية وتنسيقية تمكنهم من تعزيز أعمالهم.

وبالمثل، افتتحت كابيتا مساحة عمل مشتركة في بغداد تسمى CoWork. توفر مساحة عمل مشتركة وبيئة مهنية ومرافق للعاملين لحسابهم الخاص ورجال الأعمال والشركات الصغيرة. الهدف من Cowork هو بناء شبكة من الشباب المستقلين وأصحاب الأعمال والشركات الناشئة.

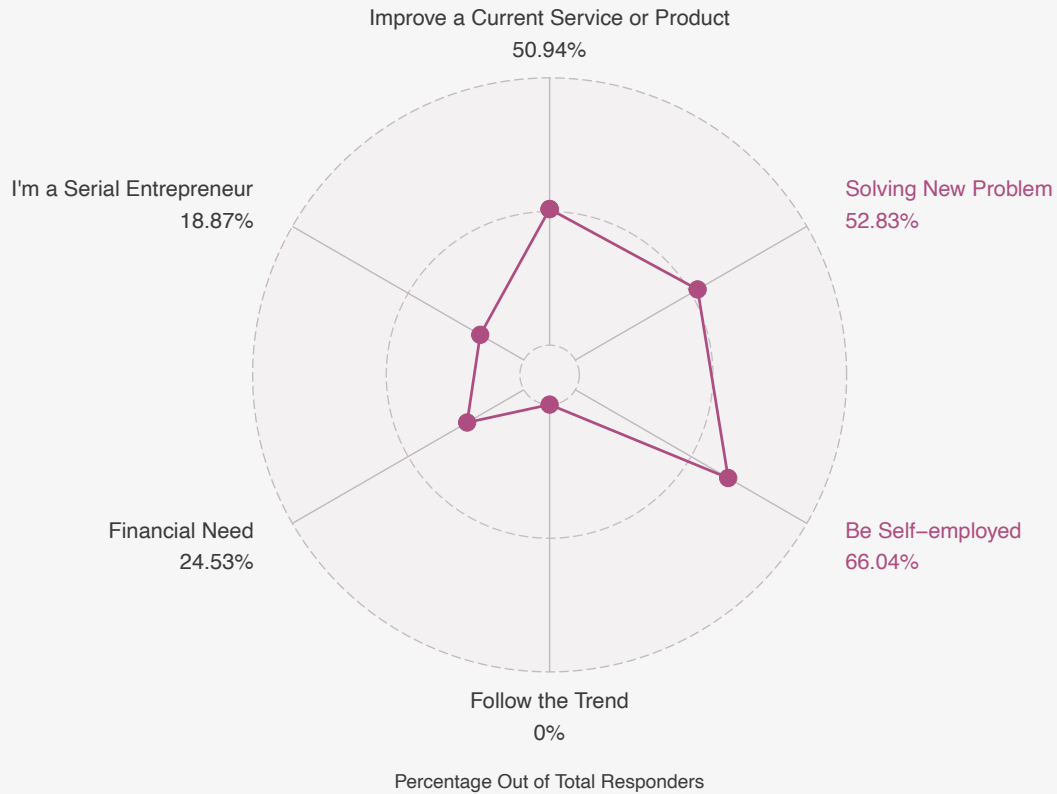
في حزيران ٢٠١٩، أطلقت Field Ready مساحة Makerspace جديدة في أربيل، إقليم كردستان. يقع مقر Makerspace في Re:Coded House، وهو عبارة عن مساحة مفتوحة للأحداث والدورات التدريبية، ومجهزة بالموارد المادية، مثل آلات CNC والطابعات ثلاثية الأبعاد وآلة القطع بالليزر والعديد من التقنيات الأخرى ذات الصلة.

دوافع بدء المشاريع الناشئة

يتوقع خريجو الجامعات العراقية النموذجيين الحصول على عمل/وظيفة أو بدء نشاط تجاري بناءً على خلفيته التعليمية، ومع ذلك تشير الأبحاث إلى أن ٣٠,١٩% فقط من الشركات الناشئة تعمل في نفس مجال دراسة مؤسسيها، بينما ٦٩,٨١% تتخصص في مجال مختلف. كما يُظهر أن العمل الحر هو الدافع الأكثر شيوعاً لإطلاق شركة ناشئة في العراق، بينما تأتي الرغبة لحل مشكلة جديدة في المرتبة الثانية.

Iraqi Entrepreneurs Motive to Lunch a Startup

Solving a New Problem is the Second Top Reason to Launch a Startup in Iraq



Source: KAPITA Business Hub. (2022, April 13). Iraqi Entrepreneurs' Journey V.2 New Trends and Insights

التوصيل، هناك عالسريع وليزو وتلي وغيرهم. "رازي" هي شركة ناشئة لمنصة الحجز الطبي في قطاع الرعاية الصحية. علاوة على ذلك، تعد lot-Kids ونخلة و KESK أمثلة على الشركات الناشئة في مجال التعليم والتكنولوجيا الزراعية والحلول الخضراء.

الوصول إلى التمويل

مشهد الاستثمار

جولات الاستثمار

منذ عام ٢٠١٨ وصعوداً، شهدت بيئة ريادة الأعمال نمواً استثمارياً سريعاً. جرت العديد من الاستثمارات في جولات الاستثمار -في العديد من القطاعات- التي انعقدت لمرّة أو أكثر على مدى فترة ممتدة. ففي قطاع التجارة الإلكترونية، هناك مسواك وأوردري، بينما في خدمات

مرحلة التمويل المبدئي. جمعت الشبكة استثمارات بقيمة مليون دولار تستهدف أسواقاً مختلفة.

صندوق الفرات العراق (Euphrates Iraq Fund)

تأسست صندوق الفرات العراق المحدودة في عام ٢٠١٠، وهي صندوق تحوط متخصص مقره في الولايات المتحدة الأمريكية. في عام ٢٠٢١، أطلق صندوق الفرات العراق، بالشراكة مع مستثمرين آخرين، صندوق الفرات لرأس المال الاستثماري للاستثمار في الشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة في جميع أنحاء العراق وإقليم كردستان.

Iraq Tech Ventures

ITV هي شركة استثمار رأس المال الاستثماري مقرها في الإمارات العربية المتحدة. إن مجال الاهتمام الرئيسي لشركة ITV هو الاستثمار في مرحلة التمويل المبدئي مستهدفةً الصناعات التقنية مثل التجارة الإلكترونية وخدمات التوصيل.

اهم اللاعبين في مشهد الاستثمار

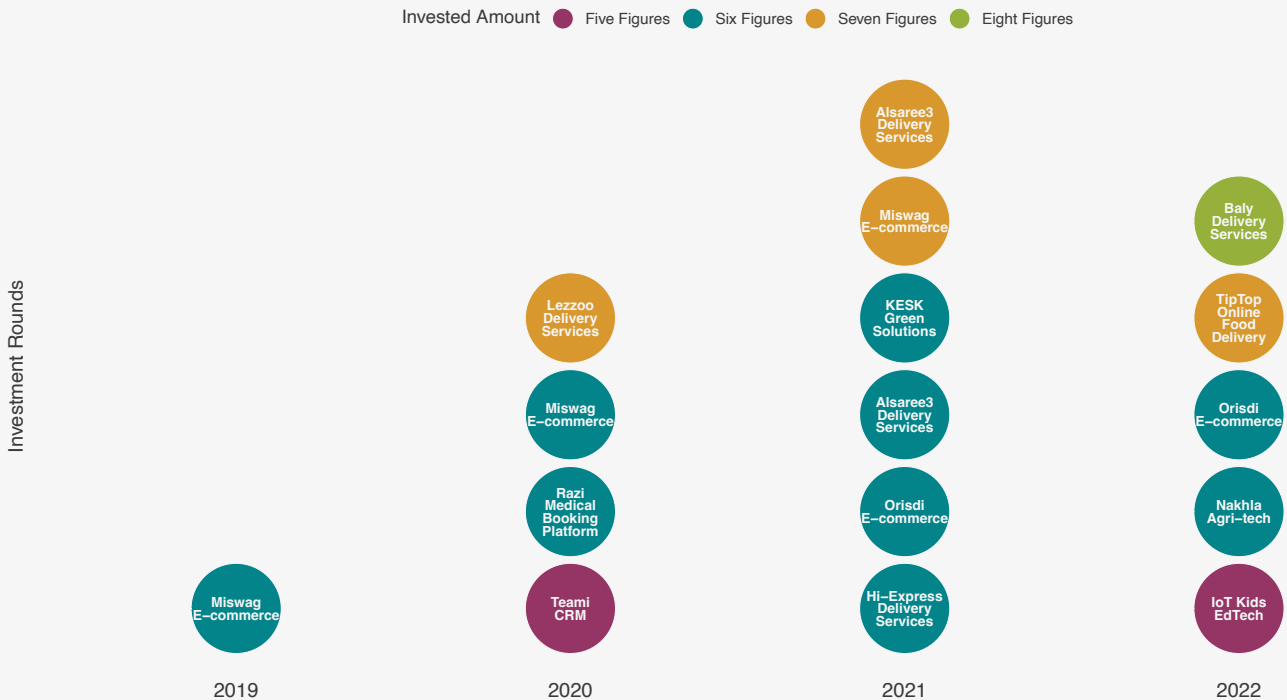
لقد اهتم العديد من المستثمرين المحليين/الدوليين والمؤسسات المالية بالسوق العراقية لأنها تعرض فرصاً للنمو. تم بناء الشبكات والمشاريع وإنشاء اتصالات لتأمين التواجد كمصدر مالي والمشاركة في تطوير بيئة الأعمال العراقية.

شبكة المستثمرين المخاطرين العراقية (IAIN)

تفخر شبكة المستثمرين المخاطرين العراقية بكونها المجموعة الأولى من المستثمرين ورجال الأعمال في العراق. تهدف الشبكة إلى إعادة تشكيل بيئة ريادة الأعمال من خلال الاستثمار ومن خلال شبكة تربط الشركات الناشئة بالمستثمرين المحليين والدوليين. لدى الشبكة التي أطلقتها كابيتا أكثر من ٣٧ مستثمراً محلياً وأجنبياً. تستثمر شبكة المستثمرين المخاطرين العراقية في الأعمال التجارية في مراحلها المبكرة، خاصة في

Investment Rounds Across the Entrepreneurial Ecosystem in Iraq

More than 141 Million Dollars has been Invested in Startups & SMEs in Iraq



Note1: Baly has Made a 10.5 Million USD Investment that is Not Included with Total Investment Amount
Source: KAPITA Business Hub. Research Department – 2022

تمويل

تمويل هي مبادرة تمويل لمكتب رئيس الوزراء والبنك المركزي العراقي للشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة. كما تضم البنك الزراعي ورابطة البنوك الخاصة. يبلغ إجمالي القرض 5 تريليون دينار عراقي تم منحه لمجموعة واسعة من المشاريع: الصناعية والزراعية والإسكانية والطاقة المتجددة المضافة حديثاً. الهدف هو دفع النمو الاقتصادي وخلق فرص عمل.

صندوق نمو العراق (NIF)

تم إدارة هذا البرنامج من قبل GroFin لمساعدة رواد الأعمال الشباب والشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة. ينشئ البرنامج التزاماً طويل الأمد مع رواد الأعمال الذين أسسوا بالفعل أعمالاً تجارية. يجب أن تستوفي الشركة متطلبات معينة لتكون مؤهلة للحصول على قرض متوسط الأجل يتراوح من 100 ألف دولار أمريكي إلى 2 مليون دولار أمريكي. يغطي صندوق نمو العراق قطاعات مختلفة، بما في ذلك التعليم والرعاية الصحية والمعالجة الزراعية والتصنيع ونفايات الطاقة والمياه وإعادة التدوير.

استثمارات شمال العراق Northern Iraq Investment

استثمارات شمال العراق (NII) هو برنامج من GroFin يقدم الأموال والدعم الفني للشركات الصغيرة والمتوسطة في الجزء الشمالي من العراق. أحد الصناديق المهمة التي تم تنفيذها هو برنامج NII COVID-19 لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة، والذي يوفر للشركات قرضاً قصير الأجل يتراوح بين 10 آلاف دولار أمريكي و 100 ألف دولار أمريكي بسعر فائدة مناسب.

مؤسسة الإسكان التعاونية (فيتاس) العراق

إنها مؤسسة غير ربحية تأسست عام 2003 ولديها 14 فرعاً في العراق. تقدم مؤسسة الإسكان التعاونية (فيتاس) نوعين من القروض. أحدها قروضاً صغيرة تتراوح من 100 دولار إلى 19,999 دولاراً للشركات الصغيرة وقروضاً صغيرة من 20,000 دولار أمريكي إلى 30,000 دولار أمريكي مع مدة مريحة لاسترداد القرض.

صندوق عراقي لتمويل المشاريع في المراحل المبكرة. تأسس المشروع في عام 2021، ويتألف المشروع من شراكة بين عمر الحنظل من المحطة ومحمد الخضير من Iraq Tech Venture، وبسام فلاح من Innovest ME. تهدف هذه الشراكة في المقام الأول إلى الشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة في جميع الصناعات.

Northern Gulf Partners

Northern Gulf Partners هي شركة استثمارية متخصصة لها سجلات حافلة في الاستثمار والاستشارات في العراق وعبر منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. تأسست NGP في عام 2008، وتعمل كجسر أساسي يربط الشركات العراقية القائمة على النمو بالمستثمرين الرأئدين. في عام 2019، قدمت NGP لشركة ليزو (Lezzoo) استثماراً مبدئياً بقيمة مليون دولار.

القروض والمنح

صندوق أورانج كورنرز للابتكار (OCIF)

صندوق أورانج كورنرز للابتكار هو صندوق بقيمة مليون يورو مخصص لشركة Orange Corners في بغداد. الهدف من برنامج الدعم هذا هو السماح لرجال الأعمال والشركات الناشئة بالوصول إلى الدعم المالي. يتضمن صندوق أورانج كورنرز للابتكار مسارين. الأول هو 320 يورو كبديل شهري وقسيمة 2400 يورو. أما المسار الثاني فهو عبارة عن قرض بقيمة 27,0 ألف يورو ينقسم إلى قسمين متساويين؛ الجزء الأول على شكل منحة، في حين أن الجزء الثاني عبارة عن قرض بدون فائدة يُمنح لخبرجي أورانج كورنرز في بغداد.

تحديات القطاع الخاص

محدودية الوصول إلى التمويل

الحصول على التمويل هو مسعى ضخم في العراق. هناك العديد من الأسباب خلف محدودية الوصول المالي لدى الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. في مسح لعام ٢٠٢١، أجرته وزارة التخطيط العراقية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي والوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، حول المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لمعالجة الاقتصاد الوطني وكيفية تنشيط القطاع الخاص.

يغطي المسح ٢٠١٧ الشركات الصغيرة والمتوسطة في بغداد والبصرة والموصل. أشارت الأرقام إلى أن المصدر الرئيسي للتمويل، الذي يصل إلى ٧٠%، يأتي من المدخرات الشخصية أو قروض العائلة/الأصدقاء، في حين أن القروض المصرفية تشكل ١١% فقط. كما أن نسبة أولئك الذين حاولوا الحصول على تمويل ولكنهم لم ينجحوا كانت ٣٠%. أشارت خمسة وخمسون بالمائة من الردود إلى صعوبة العثور على ممول وقرق تمويل مكلفة لأسعار الفائدة وتوفير الضمانات. وانطلاقاً من هذه الأرقام، هناك فجوة تمويلية ضخمة في السوق، مع ارتفاع الطلب على التمويل وانخفاض العرض من الجانب المصرفي. يسלט الاستطلاع الضوء على الأسباب الشائعة للتمويل وهي توسيع الأعمال وتحديث المعدات لدى ٧٠% من المستجيبين.

ضعف البنية التحتية المصرفية

فجوة واسعة في الشمول المالي

لا يمكن أن تتاح الفرصة للاقتصاد العراقي لتطوير نظام مصرفي حديث بخدمات مالية فعالة ليكون شاملاً مالياً بشكل منهجي.

لم يتمكن الاقتصاد العراقي على مدى فترة طويلة من الحصول على فرصة لتطوير نظام مصرفي حديث بخدمات مالية فعالة لتكون شاملة من الناحية المالية، وهو ما يعرفه البنك الدولي بأنه "يمكن للأفراد والشركات الوصول إلى منتجات وخدمات مالية مفيدة وبأسعار معقولة تلبي احتياجاتهم - المعاملات والمدفوعات والمدخرات والائتمان والتأمين - يتم تقديمها بطريقة مسؤولة ومستدامة".

نقص الخدمات المصرفية

لقد كان من الصعب إدخال عنصر الإنترنت في النظام المصرفي على الرغم من محاولات الإصلاح لرقمنة الخدمات المالية وتمكين الخدمات المصرفية. لا يزال الناس يستخدمون النقد للأنشطة الاقتصادية اليومية بدلاً من البطاقات الإلكترونية. الحلول المصرفية ما زالت متأخرة، بلغ عدد أجهزة POC ١٣,٧٩٤ جهاز ونقاط البيع ٧,٥٤٠ نقطة والصراف الآلي و ١,٣٤٠ صراف في عام ٢٠٢٠. بينما شهد العام التالي زيادة في أجهزة الصراف آلي قدرها ٢٢٦ جهاز فقط.

القوانين واللوائح

تحديات البدء والتوسع

إلى جانب صعوبة الحصول على التمويل والخدمات المصرفية السيئة، يواجه القطاع الخاص تحديات مرتبطة بالقوانين واللوائح المتعلقة بتسجيل الأعمال. تجد الشركات أن التحول إلى العمل الرسمي أمر مرهق ويستغرق وقتاً طويلاً. يشير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي إلى أن ٣٩,١% من الشركات الصغيرة والمتوسطة تفتقر إلى المعلومات حول عمليات التسجيل، في حين أن ٩,٩% الأخرى لديها مخاوف بشأن متطلبات الإبلاغ والتقارير التي قد تنجم عن التسجيل. ولذلك، فإن عدد المنشآت الصغرى والصغيرة والمتوسطة غير المسجلة ولا تملك الحوافز للمشاركة في الاقتصاد الرسمي مرتفع.

تحديات الاستثمار الأجنبي

قيود الاستثمار

كما تقطعت السبل بالقطاع الخاص في مجموعة محدودة من الفرص الاستثمارية على الرغم من زيادة الاهتمام الدولي ببيئة الأعمال العراقية. لا يزال الاستثمار الأجنبي يواجه تحديات في شكل قوانين ولوائح: قانون الشركة رقم ٢١ لعام ١٩٩٧، المعدل في عام ٢٠٠٤، وإدخال قيود الملكية الأجنبية في عام ٢٠١٧. والتي تنص على أن الملكية الأجنبية في الشركات العراقية لا يمكن ان تتجاوز ٤٩%.

الاستقرار والأمان

يبتعد المستثمرون عن السوق الاقتصادية العراقية بسبب نقص العوامل الاجتماعية والسياسية التي تسمح بتكون بيئة مناسبة. لم تقدم سنوات من الصراعات وعدم الاستقرار السياسي الاقتصاد العراقي كفرصة للعالم الخارجي.

التكؤ في تكنولوجيا المعلومات وإجراءات الاستثمار الشاقة

إنّ تكنولوجيا المعلومات أمر لا بد منه والأساس للشركات في جميع أنحاء العالم للعمل. لا يزال العراق متأخراً عندما يتعلق الأمر بالبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما يسهل الاتصال ويسهل بدء عمليات الاستثمار بين المؤسسات الحكومية. إن دمج التقنيات الحديثة يحفز المستثمرين ويجذب المزيد من رأس المال الأجنبي إلى الاقتصاد.



رسم خريطة بيئة ريادة الأعمال العراقية:

مجالات النمو والفاعلين والبرامج الرائدة

نظرة عامة

لقد تحول اقتصاد العراق من الاشتراكي القائم على نموذج دولة الرفاهية إلى اقتصاد أكثر رأسمالية. وتطور مشهد ريادة الأعمال في البلاد على مدى العقد الماضي تطوراً جلياً. وأيضاً ظهرت العديد من المنظمات الداعمة ومراكز التدريب والمؤسسات ومساحات العمل المشتركة وغيرها، مما أدى إلى تحريك ونشر المشهد، إذ تأسست العديد من الشركات الناشئة، مما أدى إلى تحويل الاقتصاد العراقي من خلال جذب المستثمرين وخلق فرص العمل. وقد شجع هذا أيضاً على تطوير التقنيات والسياسات والبنية التحتية المالية لمواكبة هذا التحول.

لذلك، يهدف هذا البحث إلى تتبع نمو ريادة الأعمال على مر السنين في العراق من خلال تقسيم هيكل بيئة الأعمال تقسيماً دقيقاً إلى فئات وإنشاء قاعدة بيانات لرواد الأعمال والمؤسسين والشركات الصغيرة والمتوسطة وأصحاب المصلحة والمستثمرين والعديد من الجهات الفاعلة الأخرى التي تشارك في تطوير بيئة الريادة. يقدم البحث خارطة طريق للفاعلين الرئيسيين من خلال تقديم النتائج المجمعة كسلسلة من الرسوم البيانية التي يمكن أن تكون بمثابة نقطة مرجعية ودليل لتقديم المشورة بشأن الإجراءات المستقبلية لجميع الجهات الفاعلة داخل بيئة الأعمال.

منهجية البحث

اتبع البحث أربع خطوات رئيسية لضمان تغطية شاملة وفُرْضية لمنظومة ريادة الأعمال العراقية.

١. هيكلية بيئة الأعمال العراقية إلى فئات تتبع هجيناً من مصدرين رئيسيين، وهما: "دليل رسم خرائط بيئة ريادة الأعمال" من إعداد الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) و"مجموعة الأدوات التشخيصية لبيئة ريادة الأعمال" من إعداد ASPEN. وتم اعتماد تعديلات إضافية على هذه الأساليب لاستيعاب السمات المختلفة لمشهد ريادة الأعمال العراقي الحالي.
٢. وقد جمع فريق من الباحثين البيانات ذات الصلة بمشهد ريادة الأعمال في العراق، التي تتضمن معلومات عامة عن الجهات الفاعلة المشاركة في هذه البيئة، وتفاصيل نشاطات كل منها وأين موقعها المناسب مع بيئة الأعمال. جُمعت البيانات من خلال مصادر عبر الإنترنت بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، مواقع الويب ووسائل التواصل الاجتماعي.
٣. التحقق من البيانات المجموعة مع بعض الجهات الفاعلة الرئيسية في المشهد الريادية العراقي لتقليل هامش الخطأ والتحيزات التي قد تطرأ بسبب جمع البيانات من طرف واحد.
٤. تصميم سلسلة من الرسوم البيانية بناءً على المعلومات المجموعة لتسهيل استيعاب البيانات وجعلها مستساغة أكثر وجذابة بصرياً.

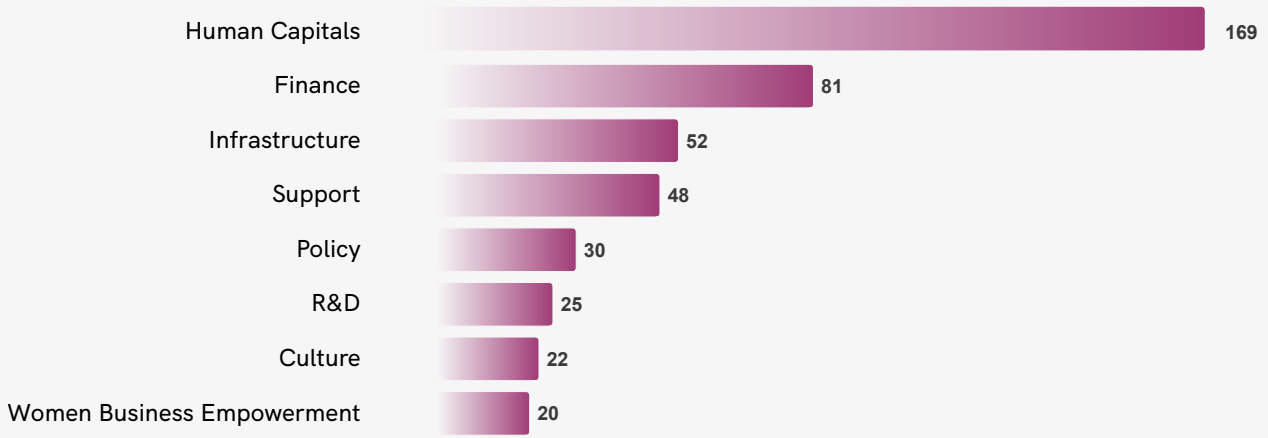
البيانات البحثية

بلغ عدد الجهات الفاعلة ذات الصلة التي جمعناها لهذا البحث ٣٧٩ جهة فاعلة، ولكل منها العديد من الأعمال الريادية. توضح الرسوم البيانية أدناه توزيع هذه الجهات الفاعلة عبر الفئات الثمان الرئيسية.

أُنشأت قاعدة البيانات بطريقة تُصنّف بيئة الأعمال إلى ثماني فئات رئيسية، لكل منها فئات فرعية خاصة بها. هذه الفئات هي الدعم، والتمويل، ورأس المال البشري، والبحث والتطوير، والسياسات، والثقافة، وتمكين المرأة في مجال الأعمال، ورأس المال البشري، والبنية التحتية.

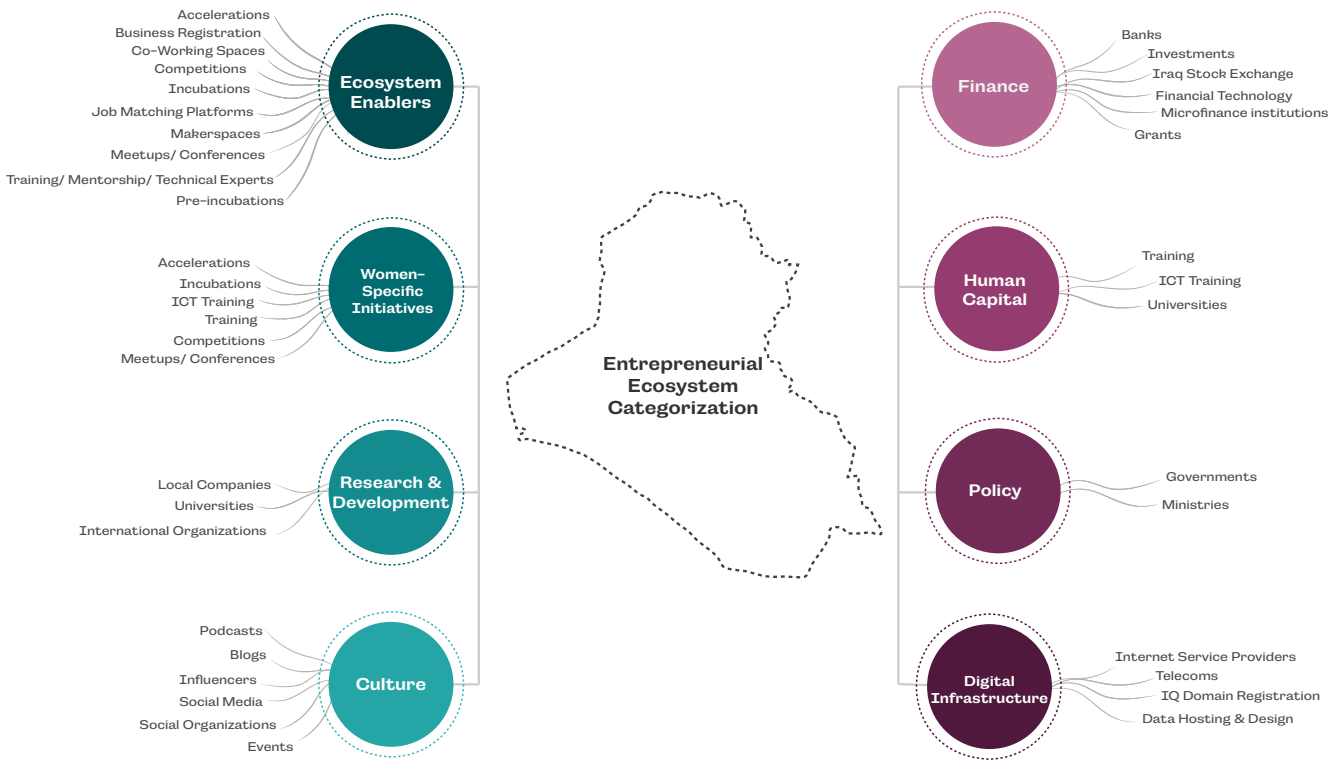


توزيع الفاعلين المضمنين في الدراسة حسب النشاط الريادي



Actors Count

Note: Some actors can be categorized into more than one category.

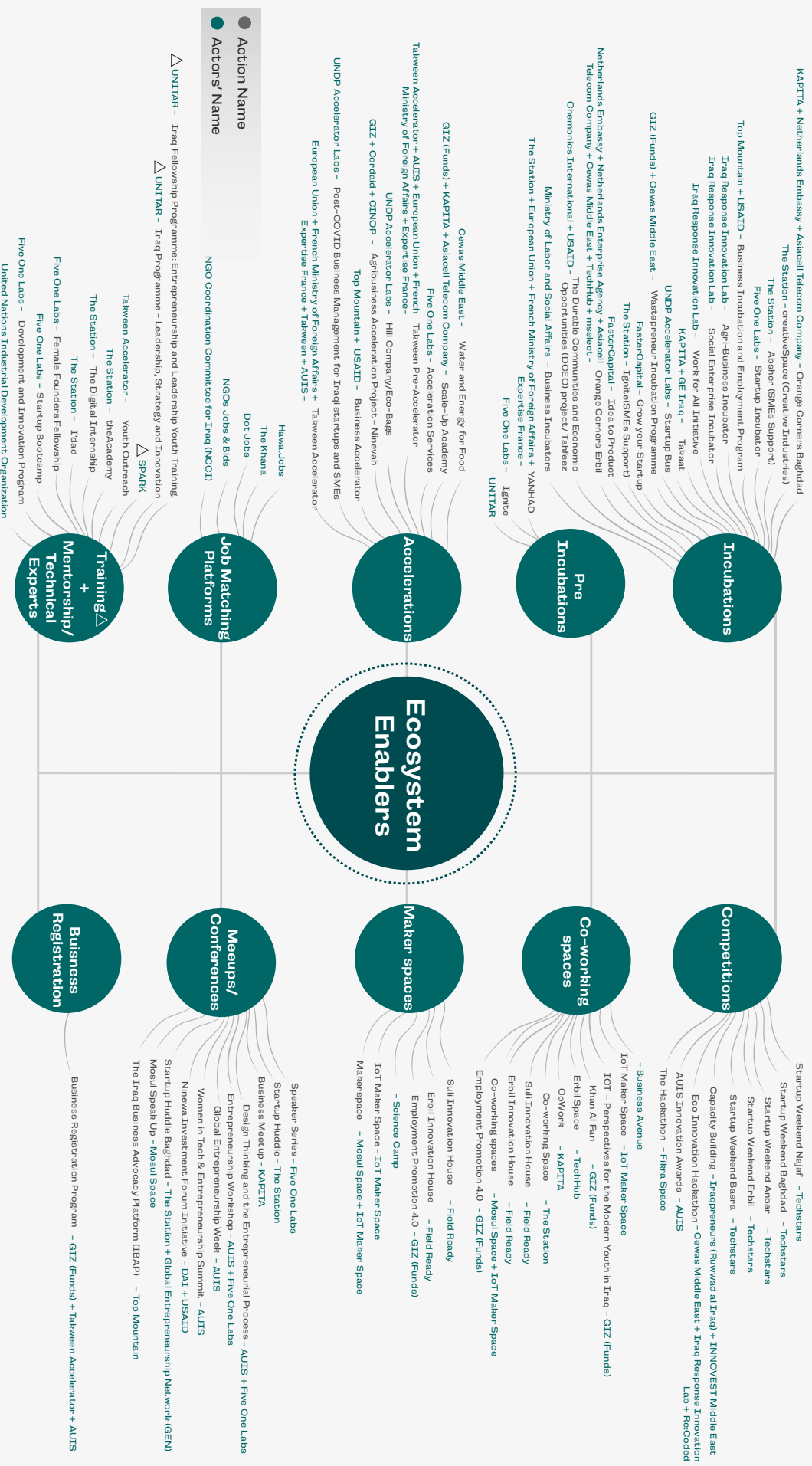


The graph above shows the distribution of these actors across the main eight categories

نتائج البحث

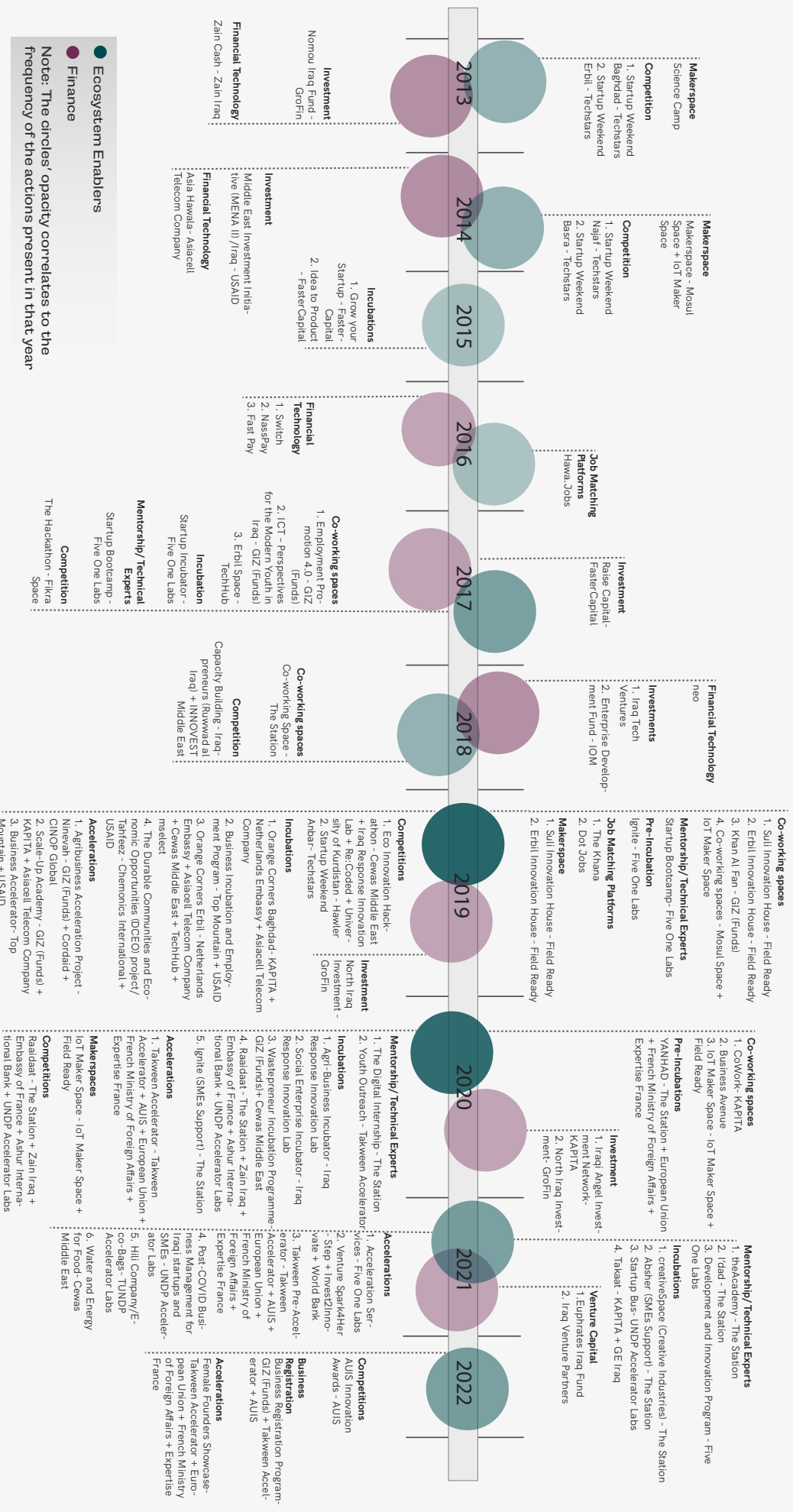


عوامل تمكين بيئة ريادة الأعمال



This infographic focuses on the Ecosystem Enablers category and its subcategories, listing the actors' names and their actions

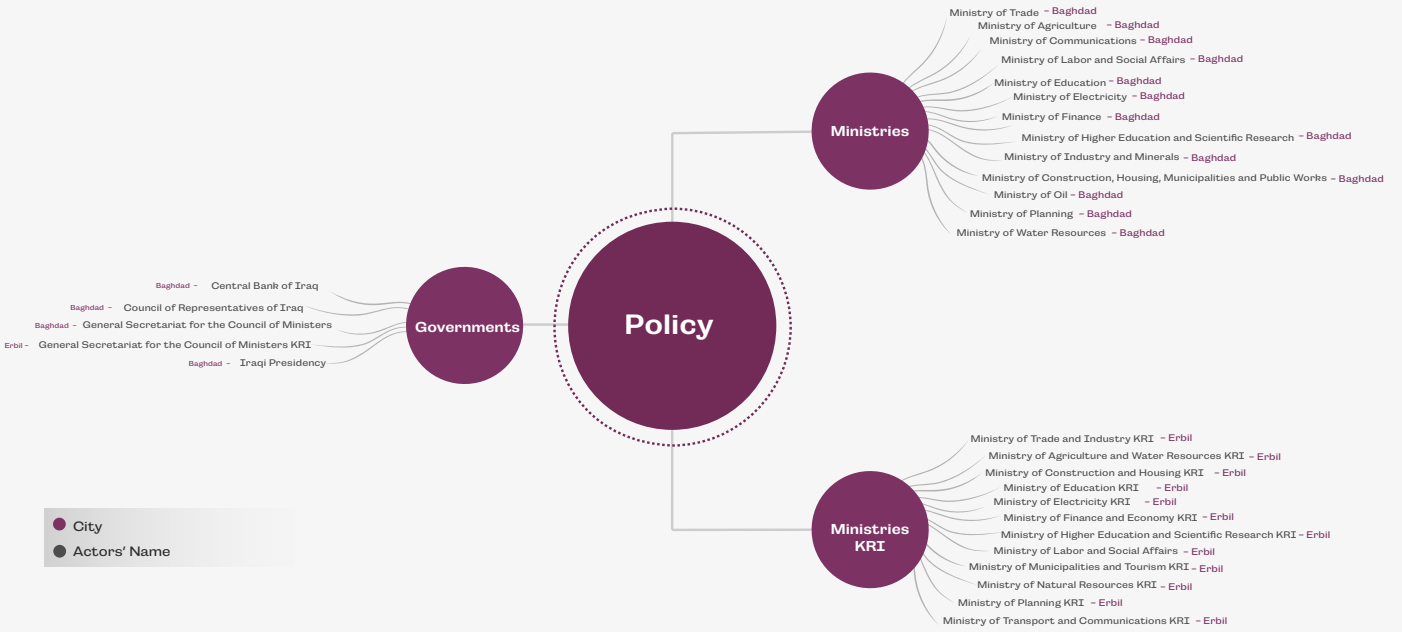
الجدول الزمني للنشطة الريادية الرئيسية



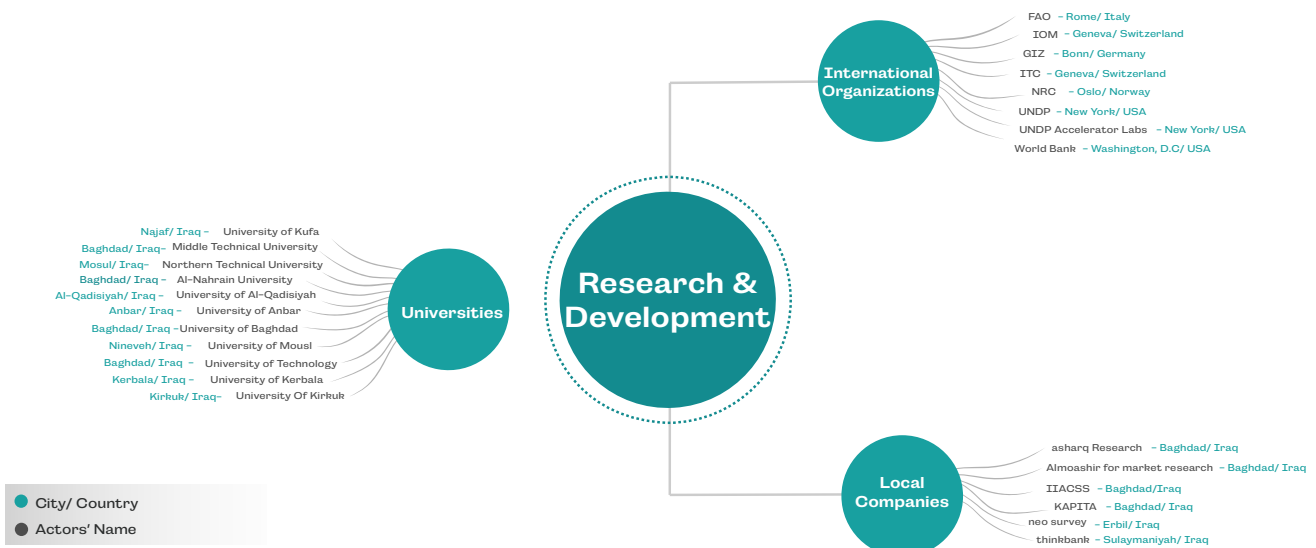
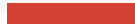
● Ecosystem Enablers
 ● Finance

Note: The circles' opacity correlates to the frequency of the actions present in that year

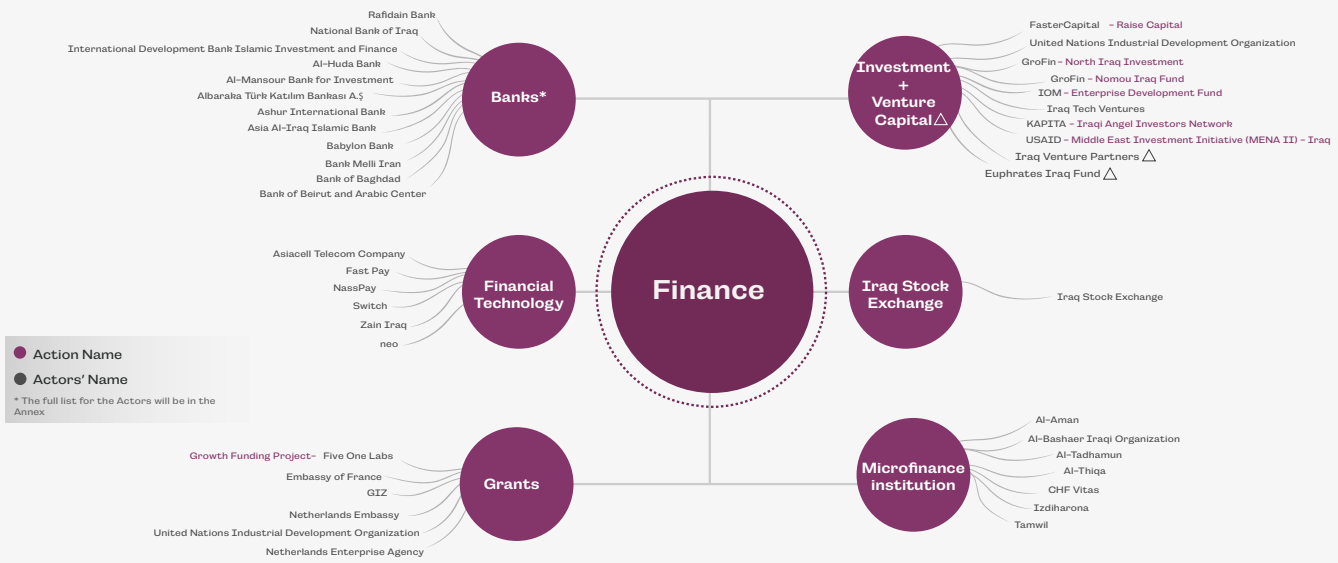
This infographic shows the timeline over years of the main entrepreneurial activities that fall under the ecosystem enablers and finance categories.



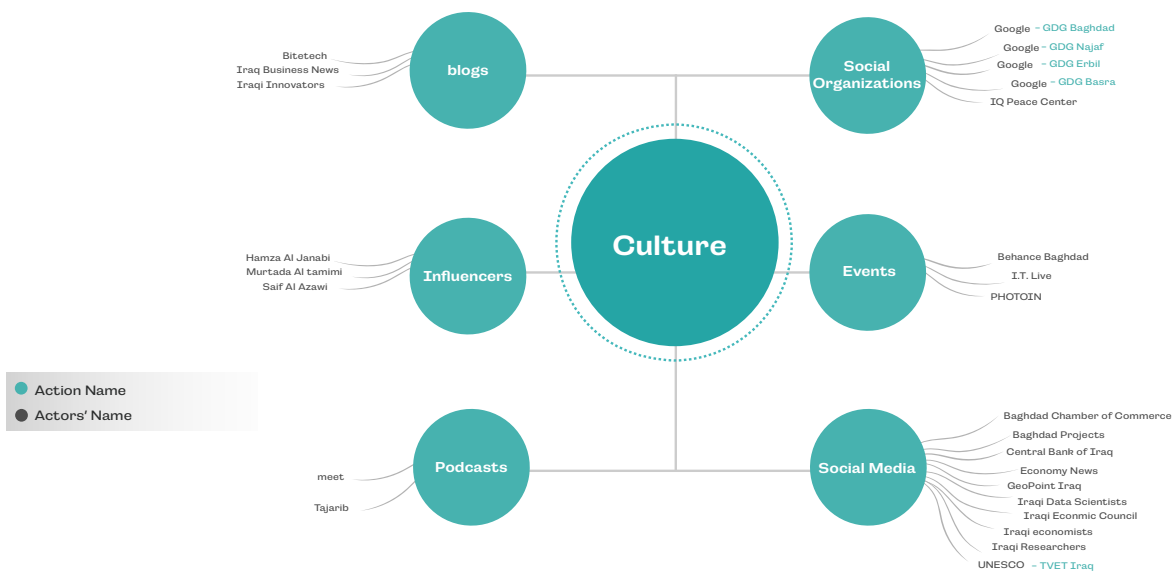
This infographic focuses on the Policy category and its subcategories, listing the actors' names and the city of action.



This infographic focuses on the Research and Development category and its subcategories, listing the actors' names and their city or country.

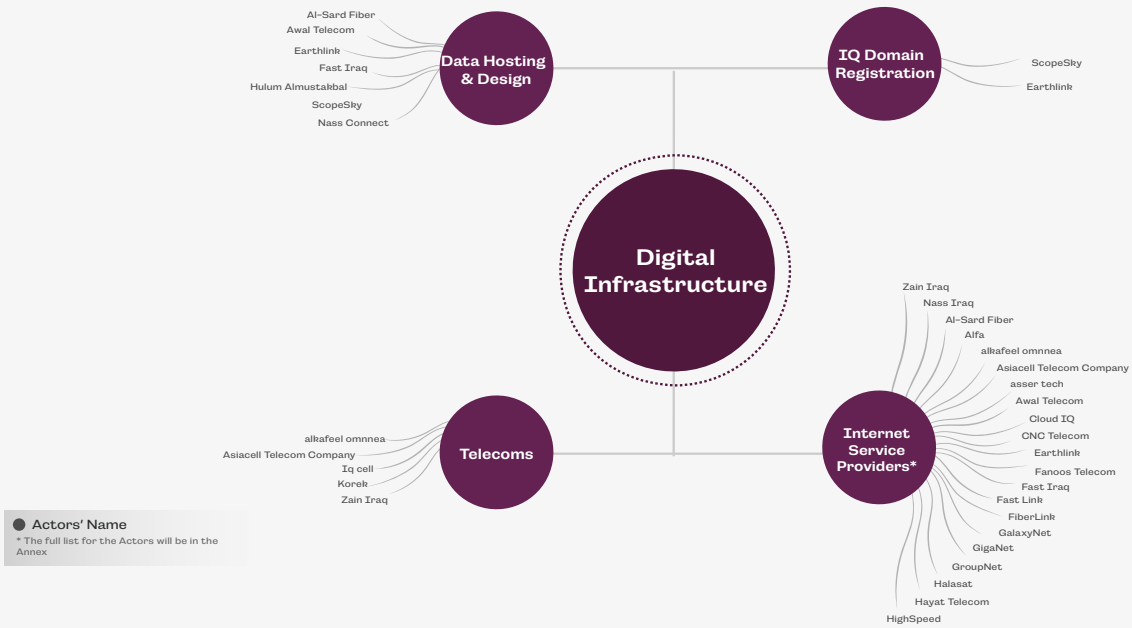


This infographic focuses on the Finance category and its subcategories, listing the actors' names and their actions.



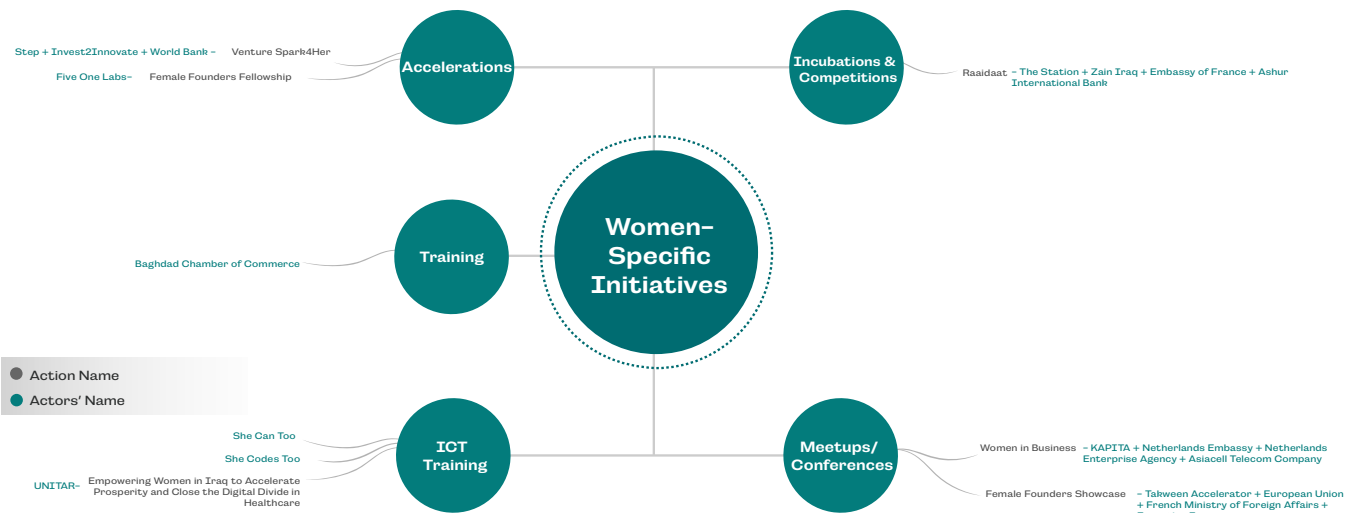
This infographic focuses on the Culture category and its subcategories, listing the actors' names and their actions.

البنية التحتية الرقمية



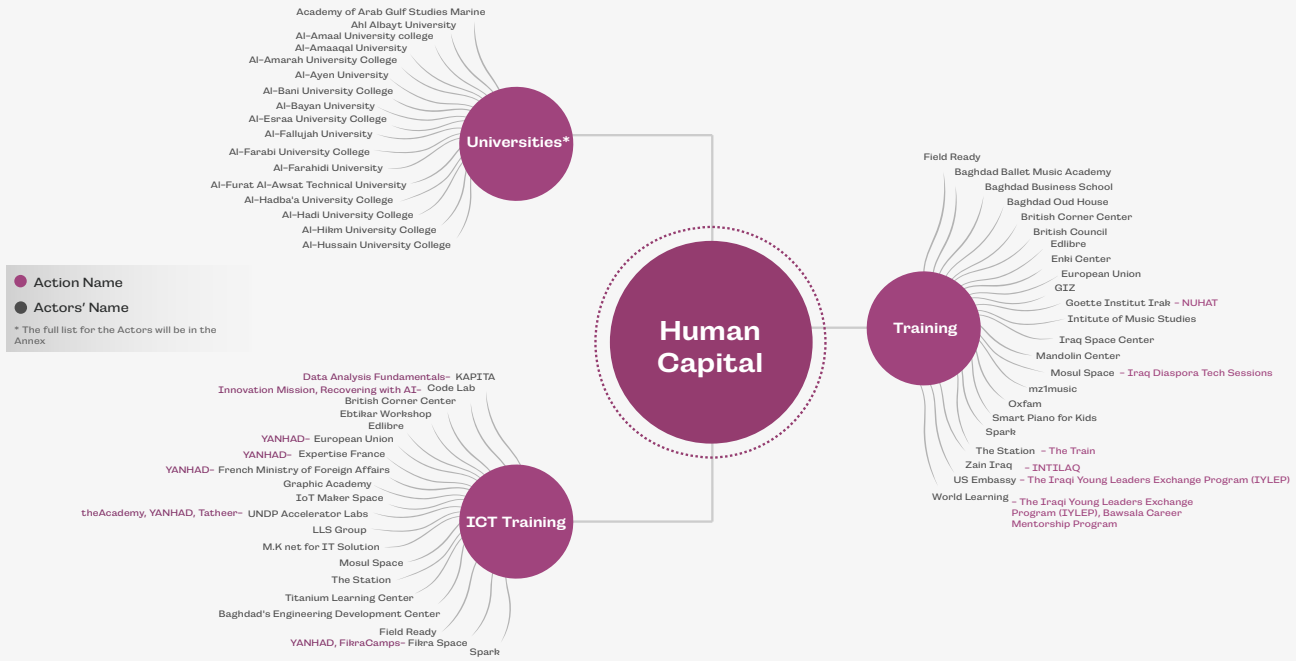
This infographic focuses on the Digital Infrastructure category and its subcategories, listing the actors' names.

المبادرات الخاصة بالمرأة



This infographic focuses on the Women Specific Initiatives category and its subcategories, listing the actors' names and their actions.

رأس المال البشري



This infographic focuses on the Human Capital category and its subcategories, listing the actors' names.

الاستنتاج

يعد هذا البحث محاولة لرسم خريطة بيئة ريادة الأعمال في العراق وتقديم صورة شاملة لأنشطة ريادة الأعمال الرئيسية. ومن خلال إجراء هذا البحث يمكننا أن نلاحظ أن بيئة الأعمال العراقية شهدت نمواً مستمراً في السنوات القليلة الماضية، وهو اتجاه نحو النمو نأمل أن يستمر خلال السنوات القليلة المقبلة. في حين أن العديد من الجهات التمكينية لبيئة الأعمال والجهات الفاعلة المشاركة تعمل بجد لسد العديد من الثغرات، فإن العديد من المجالات لا تزال في مرحلة ناشئة وتتطلب المزيد من المشاريع والجهات الفاعلة للمشاركة فيها. بالإضافة إلى ذلك، في حين أنه يمكن ملاحظة أن العديد من أصحاب المصلحة هم كيانات حكومية، فإن مشاركتهم ومساهماتهم في بيئة ريادة الأعمال ليست موحدة بل متباينة ومختلفة عن بعضها كثيراً.

حدود البحث

تُعد بيئة ريادة الأعمال مجالاً واسعاً لا يمكن لبحث واحد أن يغطيه بجهود مؤسسة واحدة، ولذا فإن لبحثنا هذا حدوده. تواصلت كإبيتنا مع العديد من الجهات الفاعلة في مكان الحادث للتحقق من المعلومات، ومع ذلك، نعتقد أن رسم الخرائط كان بالإمكان أن يكون أكثر شمولاً بمشاركة بقية الجهات الفاعلة في بيئة الأعمال.

نأمل أن تتحول في المستقبل القريب خريطة ريادة الأعمال هذه إلى مشروع مفتوح المصدر يمكن للجميع داخل بيئة الأعمال المساهمة فيه. وهذا سيضمن أن المشروع سيكون على اطلاع دائم بجميع التطورات الجديدة التي تحدث في مشهد ريادة الأعمال العراقي.



مقابلة لمجلة
مشهد الاعمال العراقي

علي الحلبي

مدير التسويق والاتصالات, مسواك

كما حدثنا عن تجربته في بيئة الأعمال الأردنية, ومسيرته المهنية في شركة زين, ودوره في بناء منصة زين للإبداع في العراق. وأيضاً تطرق إلى مواضيع مهمة مثل التحول الرقمي, ودور الشركات الناشئة في تسريعه, وقضية تسجيل الشركات, والجهود الحكومية الحالية في دعم ريادة الأعمال.

علي الحلبي هو مدير التسويق والاتصالات في شركة مسواك, وهي أكبر وأقدم شركة ناشئة مطورة محلياً في العراق. بخبرته التي تجاوزت الأربعة عشر عاماً في مجال تطوير الأعمال والاتصالات والتكنولوجيا المالية, قدم السيد الحلبي مساهمة كبيرة في تطوير بيئة الأعمال العراقية من خلال تعزيز ريادة الأعمال والابتكار.

يسرد لنا السيد الحلبي في هذه المقابلة ما تختزنه ذاكرته عن العقد المنصرم, ويحكي لنا قصة نمو بيئة الأعمال العراقية منذ اللحظة التي تواصل فيها لأول مرة بمنظمي برنامج ستارتب ويكند (Startup Weekend) في حدثه الأول في العراق في عام ٢٠١٣ حتى دوره في تسهيل حوارات المفتوحة عن بيئة الأعمال في عام ٢٠٢٣ والتي تهدف إلى توحيد اللاعبين المحليين لمواجهة التحديات والتعاون مع الفاعلين لفتح مسارٍ للنهوض بالشركات الناشئة العراقية.

هَلَّا أَخْبَرْتَنَا الْمَزِيدَ عَنْ نَفْسِكَ وَمَسِيرَتِكَ الْمِهْنِيَّةِ.

مسيرتي هي نقطة تلاقي التكنولوجيا مع الأعمال. فقد حصلت على درجة البكالوريوس في هندسة البرمجيات من جامعة عمان الأهلية ثم التحقت بدراسة الماجستير في إدارة الأعمال في معهد نيويورك للتكنولوجيا. تشمل خبراتي السابقة العمل في الشركات الناشئة لتطوير البرمجيات، واستوديوهات تطوير الألعاب، ووكالات التسويق، والاتصالات، والتكنولوجيا المالية، ومؤخراً التجارة الإلكترونية. لقد سلكت مساراً متعدد الأبعاد وكان الحظ حليفي فيه، فقد فتح عيني على الصناعات المختلفة التي تجمع بين التكنولوجيا وتطوير الأعمال.

في وقتٍ مبكرٍ من حياتي المهنية، كنت مهتماً جداً بالمسؤولية الاجتماعية عموماً. وبعود ذلك إلى تنشئتي، فقد عُلمتُ منذ نعومة أظفاري على عدم التهاون في هذا الشأن، فقد كانت مساعدة الناس الشغل الشاغل لعائلتي. واكتشفت في أثناء خدمتي في العديد من القضايا الاجتماعية والمبادرات والمنظمات غير الحكومية والمؤسسات، أنّ هناك مسؤولية اجتماعية تنطوي على مساعدة الشباب على تحديد أهدافهم والعثور على مساراتهم المهنية. حينها، أعدت النظر في المسؤولية الاجتماعية للشركات وتبنيته هذه العقلية. كانت تجربتي السابقة متمحورة حول إطعام الناس وتوفير المأوى وهو أمر غير مستدام من الناحية العملية على المدى الطويل. وقبل أحد عشر عاماً، حولت تركيزي إلى تمكين الأفراد من خلال تعليمهم مهارات قيمة لتحسين فرص عملهم وآفاقهم المستقبلية.

عند التفكير في فرصة عمل، ما الذي تبحث عنه؟

في بداية المشوار، جُلُّ ما يرغب به أيُّ شابٍ حديث التخرج هو الدخول إلى سوق العمل وشغل أيِّ منصبٍ شاغر، ثم البدء بتكوين وعي تجاري يؤهله لمعرفة ما الذي يبحث عنه في الوظيفة. إنّ ما يحفزني هو الهدف النهائي للمهمة والغايات التي تتحقق خلال عملي في تلك الشركة. أضف لذلك أنّ اتجاه الشركة أمرٌ جوهري لي، وما إذا كانت مبادئهم ودوافعهم وأهدافهم على غرار خاصتي.

كيف انخرطت في بيئة ريادة الأعمال في الأردن أولاً ثم في العراق؟

كنت أقطنُ في الأردن عندما بدأت بيئة الأعمال الأردنية بالنمو والتشكل. في أحد أيام عام ٢٠٠٩ استيقظنا على خبر استحواذ شركة ياهو على شركة مكتوب، وجعلنا ذلك ن فكر بأننا يمكننا بناء شركةٍ قد ينتهي بها المطاف إلى أن يُستحوذَ عليها أو يُستثمرَ فيها. لقد شهد الأردن حينها ثورةً ضخمةً شملت التعليم والبنية التحتية وتوجيه الشركات. أطلقت الشركات هذه المبادرات لمساعدة الشباب على إنشاء مشاريعهم الخاصة ومن ثم الحصول على استثمارٍ فيها.

لقد بُنيت بيئة الأعمال الأردنية بجهودٍ تعاونية، إذ جلس جميع قادة المجتمع والكيانات معاً على طاولة واحدة وناقشوا الفرص والتحديات. وبحلول نهاية عام ٢٠١٢، شاركت في منتدى تطوير السياسات الاقتصادية الذي أسسه سعادة الدكتور طلال أبو غزالة. وشاركت مع سفراء طلاب غوغل للاستثمار في أدوات غوغل والترويج لها في الجامعة. بدأ انخراطي في بيئة الأعمال العراقية بعد محادثتي مع مرشدي، الدكتور سعد المؤمن، الذي يعمل الآن عضواً في الهيئة التدريسية لجامعة بغداد، وأخبرته أنني: "أؤدي حالياً دوراً فعالاً في بيئة الأعمال في عمّان. هل يحتاجون إلى هذا الدعم في بغداد؟" ألبأني الدكتور سعد عن أول هاكاثون للتكنولوجيا سيقام في بغداد، والذي كان أول ستارتب ويكند. اتصلت بالفريق المُنظم وأعربت عن اهتمامي بالهاكاثون الرقمي، وكانت هذه الخطوة الأولى التي خطوتها في بيئة الأعمال العراقية في عام ٢٠١٣.

قضينا اليوم الأول من ستارتب ويكند في طرح الأفكار. بحلول نهاية اليوم الثالث، بدأنا برؤية أفضل المشاركين. لقد أذهلني وجود شباب لا تتجاوز أعمارهم الخمسة عشر عاماً في منافسةٍ مع من هم في زهاء الثلاثين والخمس وثلاثين عاماً، وطلاب المدارس الثانوية يتنافسون مع الخريجين، وموظفي الشركات. تابعتُ أنشطة ستارتب ويكند في مدن مختلفة بين العراق والأردن. بحلول عام ٢٠١٤، أعدت تنشيط الفصل الأردني من حياتي المهنية الذي كان في حالة سباتٍ لمدة عامٍ ونصف، وقد كنت بالإضافة إلى وظيفتي اليومية، أعمل على إعادة إحياء ستارتب ويكند في الأردن.

عُقد أول ستارتب ويكند لي في شباط ٢٠١٤ في منشأة لطلال أبو غزالة وقد كنت عضواً في المنتدى الاقتصادي. زارتنا في اليوم الثاني من الهاكاثون رشا بركات من زين الأردن، التي ساعدتنا في اتصالات الإنترنت التي توقفت لبضع ساعات. بعدها بأسبوع، دعيتني إلى مكتبهم، وأعربت عن اهتمامها بستارتب ويكند وأنهم يرغبون في رعايتنا على المدى الطويل. وأصبحت رشا لاحقاً مرشدتي لسنواتٍ طويلة ومن هنالك بدأت رحلتي مع زين. اقترحتُ مديّ جسور التواصل مع زين العراق لإطلاق ورعاية ستارتب ويكند في العراق. استمر دعم زين لستارتب ويكند لسنواتٍ متتالية، في كل من الأردن والعراق ودول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا الأخرى، بما في ذلك ستارتب ويكند برعاية كاملة في السودان بحلول نهاية عام ٢٠١٤.

هَلَّا أَخْبَرْتَنَا كَيْفَ عَزَزْتَ مَبَادِرَةَ مَنصَّة زَيْن لِلإِبْدَاعِ (ZINC) الْإِبْتِكَارَ وَرِيَادَةَ الْأَعْمَالِ فِي الْعِرَاقِ؟

بدأت مبادرة منصة زين للإبداع في الأردن بإنشاء زين الأردن مركزاً لرواد الأعمال واستثمارها فيه. يساعد هذا المركز على تطوير الحلول والخدمات الرقمية، والتي تساعد شركات التكنولوجيا والاتصالات على التواصل وتوسيع خدماتها وفهم الشباب على نطاق أوسع. بعد نجاحها في الأردن، تبنت مجموعة زين الفكرة، ثم أُطلقت منصة زين للإبداع – الكويت.

جاء العراق لاحقاً في الترتيب بسبب عدد سكانه وحجم شركة زين الفرعية هنا. دعاني السيد حيدر عكاب لنقل تجربة منصة زين للإبداع إلى العراق، ولكن الافتقار إلى وجود بيئة أعمال في العراق خلق بيئة غير مشجعة، ولم تكن حينها مستعدين لإنشاء منصات ابتكار. على الرغم من وجود أنشطة لستارتب ويكند خصوصاً في بغداد وأربيل والبصرة إلا أن ثقافة الشركات الناشئة وعقلية المؤسس كانت مفقودة. في عام ٢٠١٦، بدأنا بجمع البيانات وإنشاء النظام، ورسم الأهداف وتشكيل الفريق. بعدها بعام انخرطنا في أنشطة مختلفة لتفعيل بيئة الأعمال.

وهكذا، فَعَلْنَا مَجْتَمَعَاتٍ وَفَرَقَ عَدِيدَةَ فِي عَامِ ٢٠١٧ مِنْ خِلَالِ أَنْشِطَةٍ مُسْتَمِرَّةٍ عَلَى مَدَى سِتَّةِ أَشْهُرٍ لِأَكْثَرِ مِنْ ١٥ مَجْتَمَعاً مُخْتِلاً فِي مَدَنٍ مُخْتَلِفَةٍ، بِإِجْمَالِي ٣٧ نَشِاطاً مَعَ فِكْرَةَ سَبِيْس (Fikra Space)، وَمَجْمُوعَاتٍ مَطُورِي غُوغَل، وَدَوَائِرَ مَطُورِي فَيْسبُوك، وَسْتَارْتَب وَيَكْنَد. وَلَمْ نَكْتَفِ بِذَلِكَ بَلْ شَمِلَ ذَلِكَ مَجْمُوعَاتٍ مَطُورِي غُوغَل عَلَى الْمَسْتَوَى الْإِقْلِيمِي لِبَدْءِ فَصْلِ جَدِيدٍ فِي الْعِرَاقِ. وَبِذَلِكَ أُسْسْنَا بِيئَةَ الْأَعْمَالِ، وَتَطَوَّرَتِ الْأُمُورُ تَدْرِيجِيّاً. فِي عَامِ ٢٠١٨، بَدَأْنَا بِجَمْعِ الْبَيَانَاتِ عَنْ مَدَنٍ مُخْتَلِفَةٍ فِي جَمِيعِ أَنْحَاءِ الْبِلَادِ، فِي مَحَافِظَةِ كَرْكُوكِ عَلَى سَبِيلِ الْمَثَالِ جَمَعْنَا بَيَانَاتٍ عَنِ الْمَهَارَاتِ الَّتِي يَحْتَاجُهَا الشَّبَابُ لِلْمِشَارَكَةِ وَبَدَأَ الْمَشْهُدُ هُنَاكَ وَرَأْسَ الْمَالِ الْإِلَازِمَ لِتَحْقِيقِ ذَلِكَ. مِنْ الْجَدِيرِ بِالذِّكْرِ أَنَّ جَائِحَةَ كُورُونَا عَطَلَتْ خُطَّةَ إِطْلَاقِ أَوَّلِ مَنشَأَةٍ لِمَنصَّةِ زَيْن لِلإِبْدَاعِ فِي بَغْدَادِ لِمُدَّةِ عَامٍ كَامِلٍ.

تؤدي منصة زين للإبداع دور المنصة التي تُقدم الشركات الناشئة لشركائنا الإقليميين، فزين موجودة إقليمياً في سبع دولٍ مختلفة. وبهذه الطريقة، يمكن أن تجلب رأس المال الاستثماري المختلف، أو مستثمرين مخاطرين، أو حتى أن تستقطب كيانات داعمةً من الخارج إلى بيئة الأعمال المحلية. كانت تلك خارطة الطريق التي رسمناها واتبعناها في المؤسسة. قضيت ٥ سنوات في زين من ٢٠١٦ إلى ٢٠٢١، أسير على هذه الخارطة.

شهد عام ٢٠١٨ افتتاح المحطة، تليها كايبتا في عام ٢٠١٩. وفي أواخر عام ٢٠١٨، بدأت الوكالة الألمانية للتعاون الدولي (GIZ) بالتحرك في جميع أنحاء البلاد وإبرام الشراكات مع كيانات مختلفة. ونتيجةً لذلك، لم نكتفِ بخلق الطموح فحسب ولكن دعمنا تطويره من أجل نمو بيئة الأعمال بشكلٍ مستمر. ما أن تم إنشاء تلك الكيانات وغيرها، أُضيفت مزيد من القوة إلى المشهد بأكمله. كان علينا بعدها إيجاد طرق للتعاون وتوحيد جهودنا.

ستارتب ويكند، بصفته نشاطاً، كان مملوكاً من مؤسسة أب جلوبال "Up Global" الكائنة في سياتل في الولايات المتحدة، ثم استحوت عليه شركة تيك ستارز "Tech Stars"، وهي أكبر مُسرِّعة أعمال في العالم. ومنذ حينها أصبحت ستارتب ويكند إحدى أذرعهم لإنشاء تجمعات في المدن.

تليي ستارتب ويكند الطلب على الشركات الناشئة، وترسل المنظمات مثل تيك ستارز رؤوس مالهم الاستثمارية للاستثمار في هذه الشركات الناشئة والأفكار المبتكرة. ومن الأمثلة على منتجات ستارتب ويكند هي دروب بوكس وإيزي تاكسي في البرازيل.

لماذا بيئة الأعمال العراقية مشتتة؟

لم يشهد العراق استقراراً حتى وقتٍ قريب. فقد دارت عليه رحي ثلاث حروبٍ، وتجرع مرارة عشر سنواتٍ من العقوبات الاقتصادية، وشهد حرباً أهلية، ثم هجوم داعش. ما حدث هو أننا فقدنا الثقة في النظام والبنية والمجتمع، وهو أمر متوقع. هذا التشتت الحاصل هو جزء من تطور البلاد، أنه أمر مرتبط بالعلوم الاجتماعية، لا بربادة الأعمال على وجه الخصوص. في البلدان المجاورة الأخرى مثل الأردن، حيث يوجد استقرار سياسي، يساعد ذلك على خلق الثقة في النظام ويعزز التماسك والتعاون.

هلاً أخبرتنا عن النقاشات المفتوحة التي تُيسرها بين المؤثرين في بيئة الأعمال؟ لماذا أنشأتها؟ وما الذي تهدف إلى تحقيقه؟

هناك العديد من التحديات التي تقيد تطور المشهد، ولفهمها بشكل أفضل، نقوم بالمشاركة في حواراتٍ مفتوحة مع جميع الأطراف. أسفرت هذه الحوارات عن إنتاج واحدة من أبرع الوثائق التي شاركت في إعدادها على الإطلاق. إن هذه الوثيقة الرفيعة المستوى التي تنشرها "كابيتا". فقد أُعدت بعد أن استمعنا إلى جميع الأطراف المعنية، وجمعنا جميع التحديات، وتعرفنا على جميع الصعوبات.

تختلف البيئة الأردنية تماماً عن نظيرتها في العراق. ففي الأردن يجلس الجميع على نفس الطاولة، أما في العراق، فإن الشخصية لا تسمح بذلك. عليك أن تقدم تنازلات وتطلب من الآخرين أن يتنازلوا للجلوس معاً وخلق هذا النوع من بيئة الأعمال. لو أننا استبقنا الأحداث وقمنا بإنشاء مراكز أو منصة زين للإبداع، لكانت الخطة قد فشلت، فلما كان هنالك من يعمل في تلك المياني أو يستفيد من المؤسسات. نظراً لأننا كنا نعمل على استراتيجية وطنية، كان لدينا بعض مؤشرات الأداء الرئيسية على مستويات مختلفة. بهذه الطريقة، عندما أسسنا المنصة، كانت تعمل بشكل كامل.

كيف ترى أن ستارتب ويكند شكلت المشهد الريادي العراقي؟

عندما جئت إلى العراق لإدارة الملف الريادي في زين، كانت أول مهمة توليتها هي استكشاف تاريخ البيئة الريادية نفسها: من بدأ ماذا؟ بجانب فكرة سبيس التي أطلقها بلال غالب والتي كانت بداية جميع مجتمعات التكنولوجيا في العراق، كان ستارتب ويكند هو العمل الكبير الذي أشعل شرارة التحول الجذري لريادة الأعمال في عام ٢٠١٣.

تتمحور فكرة ستارتب ويكند بأكملها حول المجتمع والثقافة. أثناء تنظيمنا لستارتب ويكند في عمان، التقيت المنظمين الاساسيين وقد أتاحوا لنا جميع الموارد والشبكات اللازمة للعثور على رعاة، ومرشدين، وشركاء. نقلنا هذا إلى كل أجيال منظمي ستارتب ويكند. اليوم، تضم هيئة إدارة ستارتب ويكند في بغداد اثنا عشر مشرفاً قدموا خدماتهم منذ عام ٢٠١٣. جميعهم موجودون لمساعدة الفريق الحالي بتكوين العلاقات والشبكات وفرص الرعاية والتوجيه والموارد.

إذا كان هؤلاء المشرفون جزءاً من شركة معينة، فإنهم ملزمون بتوفير مرشدين، وحكام، ومتحدثين، أو أي نوع آخر من الموارد المتاحة. يقع على عاتق شركة مسواك، مثل أي شركة أخرى، مسؤولية دعم الفريق الحالي بالعلاقات والشبكات وفرص الرعاية والتوجيه والموارد. لم نواجه مشكلة في فهم ذلك واستيعابه منذ اليوم الأول من قبل جميع المنظمين والمشاركين. لم يأتي نجاح أسلافنا بالسهولة، بل هو نتيجة لعدم وفير وهو أساس شيد على أكتاف أجيال مختلفة من القادة. كلُّ يؤدي دوره، وتستمر عملية تخريج أجيالٍ جديدة من قادة المجتمع.

ما هي القضايا الأكثر إلحاحاً التي كشفت عنها مناقشات بيئة الأعمال هذه؟ وما هي طولها؟

اتفق جميع الأطراف المشاركة في هذه المناقشات على أن تسجيل الشركات هو نقطة ضعف رئيسية في البيئة التكنولوجية. نحن لا نهدف إلى تغيير القانون بل إلى إنشاء مسار سريع لبعض الشركات الناشئة المحددة وتوفير مرافق لشركات التكنولوجيا الناشئة ورواد الأعمال الشبان. يمكن أن تشمل هذه المرافق تخفيضات مخصصة، وتجنب الضرائب، وتخفيض رسوم التسجيل، وتبسيط إجراءات الإعلان عن الإفلاس. من الناحية القانونية، يقيس المحامون تعقيد مستند ما بناءً على عدد التواقيع المطلوبة. حالياً، يتطلب فتح شركة في العراق ٢٣ توقيعاً، بينما يتطلب الإعلان عن الإفلاس ٢٧ توقيعاً، مما يجعل الأمور أكثر تعقيداً.

لقد ناقشنا جانباً آخر ألا وهو مشاركة البيانات لتمكيننا من تتبع "مأدّي المنح" وهم أفراد يضررون بيئة الأعمال. ونعمل أيضاً على إنشاء مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لأنفسنا كمجموعة لضمان اتباعنا لمعايير جيدة وتقديم منتجات ذات جودة.

هل تعتقد أن الدعم الحكومي كافٍ لنمو المشهد الريادي العراقي؟ وما الذي نحتاجه لتعزيز نموه؟

لا يزال المشهد ناشئاً ولم ينضج بعد بما فيه الكفاية. تقع اليوم معظم الشركات الناشئة التي تخرجت من الحاضنات أو المسرعات بين مستويات ما قبل التمويل والتمويل. مسووك وعالسريع هي الشركات الناشئة المحلية الوحيدة التي وصلت إلى التسلسل أ، في حين أن توترز، وهي شركة ناشئة غير عراقية، تأتي في التسلسل ب.

تهدف المبادرة الحكومية "ريادة" إلى تغيير السلوك الثقافي، لذلك من غير المتوقع أن تسفر عن نتائج فورية، بل سيستغرق الأمر بضع سنوات حتى تثمر هذه التجربة. فبالكاد سنلاحظ هذه المرحلة بعد مرور ثلاث إلى أربع سنوات إن أردنا ذلك. حصل الأمر ذاته في عامي ٢٠١٦ و ٢٠١٧، فهذا النمط من التقدم التدريجي متكرر الحدوث. حضرت قبل فترةٍ حلقة نقاش في المحطة تناولنا فيها موضوع معاملات الدفع الرقمي، بينما في عام ٢٠١٧

تهدف هذه المناقشات إلى تقديم حلٍ للاحتياج. وفيما يتعلق بالاستثمار الإقليمي، يبدو أن البلاد تسيقظ من سباتها أخيراً، وهذا مؤشر جيد. تبدي المؤسسات الإقليمية ورؤساء المشاريع الاستثمارية اهتماماً بالعراق. زيارة فلات ٦ لابرز (Flat6Labs) في آذار إلى بغداد ولقاء جميع الأطراف هو انعكاس لهذا الاهتمام بالسوق العراقية. بادرثُ شخصياً في تسهيل هذا اللقاء، والذي شهد بدوره أول تعاون بين الأطراف. كان يوماً توضيحياً في المحطة حيث قدّمَت عشر شركاتٍ ناشئة من المحطة وكابيتا، خميس من كل منهما، أفكارها أمام رؤساء المشاريع الاستثمارية. وهذا يعني أنه من أجل جعل جهة التوريد، أي رؤساء المشاريع الاستثمارية الإقليمية، مهتمة بالبلاد، يجب علينا توحيد وتوسيع الطلب.

بعبارةٍ أخرى، نحن بحاجة إلى خلق مسارات لتطوير الشركات الناشئة والارتقاء بها من المراحل الأولى إلى مراحل النمو، وهو مستوى يحدّب اللاعبين الإقليميين. اليوم، بدأت جميع الأطراف المحلية في فهم حتمية التعااضد، ومشاركة قواعد البيانات، وتبادل المعرفة لإنشاء هذه الشبكة من أجل الخروج بالمزيد من القصص الناجحة.

تواصل معي في الآونة الأخيرة مُسرّع البنك العربي (Arab Bank Accelerator) وهو أحد أكبر المصارف في الشرق الأوسط. يبحث المصرف حالياً عن فرص استثمارية في قطاع التكنولوجيا المالية والشركات الناشئة في مراحل مبكرة. وهذا يؤكد الغرض وراء دخول Flat6Labs، وهو الأمر الذي يفتح الباب أمام مزيد من الاستثمارات. لذا يجب على الجميع أن يكونوا منفتحين للحوار لفهم التحديات بهدف التوصل إلى حلول في الوقت القريب والعمل على أهداف مشتركة في المستقبل البعيد.

يتماشى هذا أيضاً مع استراتيجية الحكومة. أطلقت حكومة اليوم مبادرة تسمى "ريادة"، والسؤال هنا لماذا هذه الحكومة على وجه الخصوص، وليس سابقتها؟ لأنّ أولويات سابقتها كانت مختلفة، إذ انطوت على تأسيس النظام الديمقراطي، ومحاربة داعش، وإجراء الانتخابات، وتمكين ريادة الأعمال. والسلطة التنفيذية في حكومة اليوم أكثر ميلاً نحو هذا الاتجاه المتمثل في خلق فرص العمل وتعزيز الاقتصاد.

هل يشهد العراق حالياً تحولاً رقمياً؟ وكيف يمكننا تسريع هذا؟

أعتقد أننا متأخرون قليلاً من حيث التحول الرقمي، لكن رقمنة أو أتمتة الصناعات والقطاعات المختلفة تتطلب العديد من العوامل الرئيسية. الأول هو بنية تحتية قوية للإنترنت، والتي لم تتحقق إلا في عام ٢٠٢١ مع إطلاق الجيل الرابع، تليها شبكة إيصال الألياف الضوئية إلى المنازل (FTTH). والأمر الآخر هو الوصول إلى المدفوعات الرقمية، وقد حققنا نجاحاً كبيراً من حيث الإصدار. يوجد الآن أكثر من ١٦ مليون بطاقة صادرة في البلاد، ومع ذلك، لا توجد حالات استخدام كافية لهذه البطاقات، مثل البوابات الرقمية أو أنظمة نقاط البيع أو أجهزة الصراف الآلي، على سبيل المثال لا الحصر.

بذلت هذه الحكومة جهوداً لتسريع تنفيذ الدفع الرقمي، مثل إدخال نقاط البيع وطرق الدفع الرقمية في المؤسسات الحكومية. ومع ذلك، في بعض الأحيان، لا تلبى الأنظمة المطلوب من حيث الاستخدام، لدينا الجهاز، ولكن ما هي حدود الاستخدام لذلك الجهاز؟ كم تطلب الحكومة من إجمالي مدفوعاتنا على هذا الجهاز؟ وما نوع الإجراء التنفيذي الذي سيسرع هذا التحول الرقمي في نظام الدفع؟

ثم تأتي الأتمتة الأوسع داخل القطاع الحكومي، إذ تؤسس وتطور جميع الوزارات والمؤسسات أنظمتها وتدمجها مع المدفوعات الرقمية. كل شيء يحدث في وقت واحد. في الوقت الحالي، لا يمكننا تقديم مدفوعات الفواتير لأن معظم خدمات الوزارات غير مؤتمتة. وبالتالي لا أحد يستخدم الدفع الرقمي. ومع ذلك، بدأت العديد من المؤسسات في التعاون مع القطاع الخاص والمجتمع الدولي والمنظمات غير الحكومية لفهم هذا التحول بشكل أفضل.

بالإضافة إلى ذلك، هناك ضغط من المجتمع الدولي على العراق للرقمنة. على سبيل المثال، وضعت لوائح جديدة من الاحتياطي الفيدرالي تجاه البنك المركزي العراقي وبدأ تفعيلها، وتلتها لوائح لاحقة. وعلى هذا فإن التقدم سارٍ، وسيستغرق الأمر من أربع إلى خمس سنوات. إذا نظرنا إلى الوراثة، قبل عام ٢٠١٧ أو ٢٠١٦، لم تكن فيزا أو ماستركارد متاحة بسبب البند السابع من الأمم المتحدة وما شابهه. أما الآن فإن ستة عشر مليون بطاقة هي إنجاز كبير. بالنظر إلى أن نصف إجمالي السكان تقل أعمارهم عن ثمانية عشر عاماً، فالحسبة تقول أنه لا يوجد سوى أربعة ملايين بالغ بدون بطاقات.

كنا نناقش الرعاية وكيفية رعاية المجتمعات والأنشطة، وطباعة النشرات. وفي غضون أربع أو خمس سنوات، سنناقش أحجام تذاكر الاستثمارات، الصغيرة والكبيرة على حد سواء. يشير حجم التذكرة إلى مقدار الاستثمار الذي تسعى الشركة الناشئة للحصول عليه.

إلى الآن، ما تزال شركاتنا الناشئة في مساحة فيها أحجام التذاكر مرتفعة نسبياً بالنسبة للمستثمرين المحليين وصغيرة جداً لتلفت انتباه المستثمرين الإقليميين. وبالتالي، فإننا عالقون في الوسط، حيث لا يرى المستثمرون المحليون قيمة الشركات الناشئة على الرغم من البيانات المجموعة والجذب الذي تولده الشركة، ويعتقدون أن الاستثمار مرتفع للغاية بالنسبة للشركات الناشئة. من ناحية أخرى، لا يزال المستثمرون الإقليميون يرون أن الشركات الناشئة لم تنمو إلى مستوى يجذب اهتمامهم للاستثمار.

هل ترى أن بيئة أعمالنا تعيد تحوير الشركات الناشئة؟ إذا كان الأمر كذلك، فهل هناك طريقة لتجنب هذا؟

إذا كانت بيئة أعمالنا تعيد تحوير الشركات الناشئة، فإن ذلك محض مصادفة. لكن الأمر هو أننا ما زلنا لا نملك ما يمكننا تسميته ببيئة أعمال حتى الآن. ما تزال بيئتنا عبارة عن مجموعة من المبادرات غير الموحدة في اتجاه واحد. من خلال هذه الحوارات، أنشأنا إطاراً يمتد على مراحل مختلفة. وهذا يسمح لكل كيان بفهم ما إذا كان يعمل في مرحلة الاكتشاف أو مرحلة الإيقان أو مرحلة الإطلاق أو مرحلة التمويل أو مرحلة النمو. نحن نخلق لغة مشتركة، والتي ستؤدي بلا شك إلى التآزر، لتحويل هذه المجموعة من المبادرات إلى بيئة أعمال حقيقية.

ماذا يلوح في أفق بيئة الأعمال لدى تبقى من هذا العام؟

أمل أن تؤدي هذه الحوارات المفتوحة إلى تشكيل قوة موحدة تسعى نحو تحقيق المزيد من الوصول والأدوات والتمكين لبيئة الأعمال. هناك أيضاً عدد قليل من الاستثمارات وعمليات الاستحواذ والشراكات التي ما تزال قيد المناقشة خلف الأبواب المغلقة. من المؤكد أن هناك المزيد من النمو في المعاملات الرقمية، والتجارة الإلكترونية، والتجارة الاجتماعية، والسفر، وتوصيل الطلبات، وتوصيل الطعام. بدأ كل شيء يتحول إلى الرقمنة، والجميع يدرك الفرصة ويريد المشاركة في هذه الثورة.



نحن بحاجة إلى خلق مسارات لتطوير الشركات الناشئة والارتقاء بها من المراحل الأولى إلى مراحل النمو، وهو مستوى يجذب اللاعبين الإقليميين. اليوم بدأت جميع الأطراف المحلية في فهم حتمية التعاقد، ومشاركة قواعد البيانات، وتبادل المعرفة لإنشاء هذه الشبكة من أجل الخروج بالمزيد من القصص الناجحة.



ما الذي جذبك للانضمام إلى مسواك، وما رأيك في قطاع التجارة الإلكترونية؟ هل تعتقد أن الشركات الناشئة تؤثر على سلوك العملاء وتعزز التحول الرقمي؟

أهداف المؤسسة هي ما يجذبني إليها، كما أن الشركة تمر بمرحلة يمكنني ان أؤدي دور فعال فيها. لقد مررت بنقلة نوعية من المساعدة في إطلاق بيئة الأعمال مع المجتمعات في عام ٢٠١٦ إلى أن أكون جزءاً من فريق مسواك حيث السعي إلى التقدم نحو التسلسل أ، وذلك ما جعل الرحلة مرضية. لقد أصبحنا أول شركة ناشئة محلية تجتاز هذا المسار، مما جعل قصتنا قصة نجاح ومعلماً مهماً لبيئة الأعمال بأكملها. كان هذا التحدي ذا مغزى، إذ زودني بالإجابات على ما كنت أفعله على مدى السنوات السبع الماضية.

لم تنتشر التجارة الإلكترونية بعد في البلاد، وبدلاً من ذلك، تسود التجارة الإلكترونية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة باسم التجارة الاجتماعية (Social Commerce). تعالج مسواك قضايا مختلفة في التجارة الرقمية، مثل أصالة المنتجات، وكذلك الشفافية مع سلاسل توريد المنتجات، من منظور المستهلك. أما بالنسبة لوجهة نظر التجار، فنحن نقدم التكنولوجيا التي تمكنهم من الوصول إلى المزيد العملاء في كل أجزاء البلاد. في جوهر الأمر نحن نعد في المقام الأول شركة تكنولوجيا تركز على التجارة الإلكترونية. نقدم حلولاً رقمية لكل من العملاء والتجار لتلبية العرض والطلب.

من الممكن للشركات الناشئة تغيير سلوك المستهلك. أدت شراكتنا مع فيزا إلى زيادة ملحوظة في معدل انتشار المعاملات الرقمية على تطبيقات التجارة الإلكترونية. وقد مهدت الطريق لبيوادر تعاون أخرى، مثل شراكة فيزا مع توتيرز، ومؤخراً مع كريم. وهم يدركون القيمة التي يمكن أن يحققها التطبيق النشط محلياً لزيادة الوعي المالي.



مقابلة لمجلة
مشهد الاعمال العراقي

محمد الحكيم

مستثمر ومستشار ومؤسس فدشي و EQIQ

يحدثنا السيد محمد الحكيم في هذه المقابلة عن منصة التجارة الاجتماعية، فدشي، ويسلط الضوء على فجوة السوق التي تهدف فدشي إلى ملأها. ثم يسرد لنا رحلته في إنشاء صندوق رأس المال المخاطر الخاص به، EQIQ، والتحديات التي تغلب عليها في الطريق. وأخيراً يضع بين يدينا تحليلاً متعمقاً لقطاع التجارة الإلكترونية في العراق. علاوة على ذلك، يتأمل في خبرته الممتدة لعقد من الزمن في بيئة الأعمال العراقية ويشاركنا رؤيته للمستقبل.

محمد الحكيم هو مؤسس EQIQ، وهو صندوق لرأس المال المخاطر يركز على تعزيز بيئة الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا العراقية، وهو أيضاً مؤسس فدشي، وهي منصة للتجارة الاجتماعية تهدف إلى إحداث ثورة في تجربة التسوق في العراق. يتمتع السيد الحكيم بما يقرب من ٢٠ عاماً من الخبرة في الإدارة والمصارف والاستثمار. وقد أسس وأدار العديد من الشركات، بما في ذلك RiverStream ومصرف زين، كما تولى منصب المدير القطري لكل من كريم في العراق والأردن.

هل يمكنك تزويدنا بلحمة عن حياتك المهنية؟

بدأت مسيرتي المهنية في وقت مبكر وتخللتها العديد من المشاريع المختلفة، وبعض النجاحات المتوسطة، والعديد من الإخفاقات القيمة التي تعلمت منها. لقد أطلقت مشروعني الأول في مجال التكنولوجيا عندما كان عمري ١٥ عاماً، لذلك مرت ٢٠ عاماً منذ ذلك الحين. كما أطلقت مشروعين آخرين قبل تخرجي من الجامعة، أحدهما في سن ١٧ والآخر في سن ١٩. بعد التخرج من كلية لندن الجامعية بدرجة البكالوريوس في الاقتصاد، بدأت مسيرتي المهنية في الخدمات المصرفية الاستثمارية مع Goldman Sachs في عام ٢٠١٠. مكثت مع هذه الأخيرة لـ ٣ سنوات قبل الانضمام إلى شركة استثمار في الأسهم الخاصة تستثمر في العقارات التجارية. في عام ٢٠١٤، قررت العودة إلى العراق لبناء عملي الخاص. في البداية أسست شركة استثمارية تركز على فرص التسويق عبر الإنترنت والعملاء في العراق تحت اسم Riverstream.

شاركت لاحقاً في تأسيس شركة Ideal Payments، وهي مزود خدمة الدفع الإلكتروني مع التركيز على المحافظ الرقمية، ثم شاركت في تأسيس مصرف زين، الذي شرع بحجز مكانه كأول مصرف رقمي في العراق. كما ساعدت في تأسيس شركة كريم في العراق وتوسيع نطاقها في عام ٢٠١٨ كمدير عام، ثم تسنمت منصب المدير العام لشركة كريم الأردن في عام ٢٠٢٠. بحلول خريف عام ٢٠٢١، غادرت شركة كريم لأشروع في بناء صندوق رأس المال المخاطر الخاص بي، EQIQ، وشركة التجارة الاجتماعية الناشئة "فدشي".

كيف كانت رحلة تأسيس صندوق رأس المال المخاطر، وما هي احتياجات السوق التي حددتها؟

أردنا بناء صندوق رأس مال مخاطر في العراق نظراً لأن هذا المجال هو السوق الذي نركز عليه، وأيضاً سعياً منا لإطلاق بيئة الأعمال هنا. كان إنشاء هذا الصندوق أمراً عسيراً بسبب افتقار العراق لنظام تمويل يستند عليه، وبالتالي، يضطرك هذا تأسيسه خارج البلاد. علاوة على ذلك، قد تعيق بعض اللوائح قدرتك على التسجيل في بلد مختلف والعمل من هناك. على سبيل المثال، سن قانون في عام ٢٠١٩ يحظر على الكيانات الأجنبية امتلاك أكثر من

٤٩% من الكيانات المحلية. واضطررنا للعمل على الهيكلة كثيراً لتجنب هذه المشكلة إذ أننا أسسنا صندوق رأس المال المخاطر في سوق أبطوبي العالمي. ومع ذلك، تمكنا من إعداده وجمع ١٥ مليون دولار من التمويل، بعد إغلاق الجولة الأولى من التمويل في كانون الثاني ٢٠٢٣. ونحن الآن على الطريق لجمع ١٥ مليون دولار أخرى ليصل حجم الصندوق إلى ٣٠ مليون دولار.

فيما يتعلق بالسوق، نعتقد أن بيئة الأعمال العراقية تمر بمرحلة لا يوجد فيها رأس مال كافٍ لخلق الفرص وفي الوقت ذاته، يجب أن يكون هناك المزيد من الفرص لخلق الطلب على رأس المال ليكون موجوداً. إنها معضلة الدجاجة والبيضة ومن يجيء أولاً، رأس المال أم الفرص؟ أعتقد أن رأس المال والفرص يجب أن يجتمعان في الوقت ذاته، ولكن إذا سمحنا بحدوث ذلك بشكل طبيعي، فقد يستغرق الأمر وقتاً طويلاً.

إنّ السوق جذاب على الورق، وفي الوقت ذاته يُعَدُّ العراق اقتصاداً مفتوحاً، ممّا يعني أن شركات التكنولوجيا الإقليمية الكبيرة ستسعى لدخول السوق مع استقرار الوضع السياسي في البلاد. سيكونون قادرين على الدخول والسيطرة على السوق بمنتهجهم نظراً لمواردهم وخبراتهم وسجلهم الحافل، إذا كان الهدف هو وجود عدد قليل من الشركات العراقية التي قد تكون قادرة على المنافسة وبالتالي أيضاً بيئة أعمال حيّة، فقد حان الوقت لبنائها الآن. وإلا فقد يكون قد فات الأوان، وقد ينتهي بنا الأمر باللعب على هامش بيئة الأعمال، ونفقد الفرص في قطاعات مهمة كبيرة.

من وجهة نظرنا، لا نرى أن الفرص في بيئة الأعمال التكنولوجية في العراق فرصاً قصيرة المدى، ونظن أننا سنقبع فيها على المدى الطويل. عمر الصندوق من ٨ إلى ١٠ سنوات، والمبلغ المالي الذي نهدف إلى رفع الصندوق إليه هو ٣٠ مليون دولار، موزعة على مدى السنوات الثلاث إلى الخمس المقبلة. بينما نحن فيه على المدى الطويل، فإننا لا نقف مكتوفي الأيدي أمام نمو بيئة الأعمال. منذ أن بدأنا في أيلول ٢٠٢١ وحتى اليوم، لم ننتظر فقط جمع الأموال. لقد بدأنا بالفعل في بناء مشروعنا الأول، وهي منصة للتجارة الاجتماعية تسمى فدشي، والتي أطلقناها قبل عام ونصف.

هل يمكننا معرفة المزيد عن EQIQ؟

التجارة الاجتماعية فأسسنا فدشي. نحن اليوم أكبر منصة للتجارة الإلكترونية في العراق من حيث عدد الطلبات اليومية. إذ نخدم البائعين الذين يبيعون مباشرة للعملاء على منصات التواصل الاجتماعي. ونؤمّن لهم منصة رقمية مدعومة بإدارة للدليل (الكتالوج) والطلب والإدارة المالية، ومنتجات بأسعار الجملة، وخدمات أخرى مثل المخازن والاستيفاء والتوصيل وخدمة العملاء.

لا يتعين على بائعي فدشي دفع أي شيء مقابل المنتجات، فنحن نشترى المنتجات ونخزنها ونصورها وندرجها في المنصة وننشئ المحتوى، سواء كانت مقاطع فيديو أو أوصافاً، ثم نعرض المنتجات بسعر الجملة. كما نقدم نطاقاً سعرياً لأسعار التجزئة التي يبيعون بها المنتجات للعملاء؛ يمكن لكل موزع بيع هذا المنتج ضمن النطاق السعري الذي يرغب به. يتحمل البائعون مسؤولية تسويق المنتجات والترويج لها على صفحاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي أو المتاجر عبر الإنترنت. بمجرد استلام الطلبات، يرسلونها من خلال التطبيق بدون دفع. نتلقى الطلبات في فدشي، ونكمل عمليات التنفيذ والتوصيل، وعند التسليم نستحصل المدفوعات من العميل. ثم نشرع في تسديد أرباح الموزع.



مهمتنا هي إطلاق بيئة الأعمال التكنولوجية في العراق من خلال إعداد أبطال من أبناء البلد يخدمون احتياجات جميع العراقيين ويكبرون من خلال توفير تجربة عميل يومية مُرضية للناس.



EQIQ هو صندوق رأس مال مخاطر يركز على الاستثمارات في الشركات التكنولوجية الناشئة في العراق. يقع مقره في الإمارات العربية المتحدة، بالتحديد في سوق أبو ظبي العالمي. نحن نعمل في العراق مباشرة من خلال شركة محلية. تعمل EQIQ كصندوق يستثمر في الشركات التقنية الناشئة وكمنشئ مشاريع يبني الشركات الناشئة. وهو مزيج بين صندوق رأس المال المخاطر ومنشئ المشاريع. مهمتنا هي إطلاق بيئة الأعمال التكنولوجية في العراق من خلال إعداد أبطال من أبناء البلد يخدمون احتياجات جميع العراقيين ويكبرون من خلال توفير تجربة عميل يومية مُرضية ومربحة للناس.

ما هي القطاعات التي تركز عليها؟

لدينا استراتيجية خاصة بكل قطاع، تركز على عدد قليل من القطاعات، مثل التجارة الإلكترونية والخدمات اللوجستية والمدفوعات وغيرها من الأعمال الاستهلاكية اليومية. نحن نميل إلى إجراء بحث مكثف حول القطاعات التي نهتم بها. إذا وجدنا فرصاً جيدة قيد التشغيل بالفعل، فإننا نذهب لانتهاز هذه الفرص. إذا لم نفعل ذلك، فقد نقرر الجمع بين مفهوم ما وبناء فريق وتخصيص موارد والسعي وراء هذه الفرصة بأنفسنا. وعلى الجانب الآخر خصصنا أيضاً جزءاً من رأس مالنا لتدفق الصفقات، أي صفقات جذابة في قطاعات أخرى قد تأتي في طريقنا. نتحرك على كلا الجانبين، ونحاول أن نكون منفتحين، وندرج أي فرصة سانحة. نحن نعلم أيضاً أننا لسنا المستثمرين الوحيدين الذين ينظرون إلى تلك القطاعات في العراق، وبالتالي، نحاول أن تكون لدينا عقلية الشراكة لجمع اللاعبين معاً. هناك العديد من اللاعبين المتنافسين في تلك القطاعات على أرض الواقع، ومع ذلك فإن السوق كبير بما يكفي للعديد من المنافسين ولكن ليس العديد من الناجين.

هل يمكنك إخبارنا المزيد عن فدشي؟

ونموذج أعمالها؟

فدشي هو مثال واضح لاستراتيجية EQIQ. كما ذكرت، ندرس القطاعات التي نجدها مثيرة للاهتمام بحثاً عن الفرص. إذا لم نجد أي فرص كبيرة، فإننا نصنعها بأنفسنا. في التجارة الإلكترونية، وجدنا أن الفرصة تكمن في

ما هي الفرصة التي وجدتها في قطاع التجارة الإلكترونية التي دفعتك لإنشاء منصة للتجارة الاجتماعية؟

عندما درسنا السوق بالتفصيل، وجدنا أنّ العديد من الأشخاص كانوا يتبعون نموذج أمازون وغيرها من منصات التجارة الإلكترونية البارزة في الولايات المتحدة وأوروبا ويتوقعون أن تعمل هذه النماذج في العراق. ومع ذلك، فإن العراق سوقٌ مخصص للغاية. لم يكن العراق مرتبطاً بالإنترنت حتى عام ٢٠٠٣. وعندما انتشر الإنترنت وصار هو الأساس، شاع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء البلاد بقوة. لذا فإن ثقافة الإنترنت لدينا تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي. أثناء التواجد في الولايات المتحدة وأوروبا، كان الإنترنت متاحاً قبل فترة طويلة من ظهور وسائل التواصل الاجتماعي. تختلف البيئة التي بنيت فيها أمازون خلال التسعينيات في الولايات المتحدة عن البيئة الحالية في العراق. إن لكل بلد مسار تنموي مختلف، لذا فإن نسخ نموذج أمازون ليس بالضرورة الاستراتيجية الصحيحة للعراق.

الافتراض العام للسوق العراقي هو أن قطاع التجارة الإلكترونية صغير حالياً ولكنه سينمو في النهاية ويحفز أعمال العديد من الأشخاص على النمو أيضاً. ومع ذلك، عندما أجرينا بحثنا، اكتشفنا أن هذا الافتراض غير دقيق، إذ يعدّ قطاع التجارة الإلكترونية كبيراً بالفعل، فقد بلغ إجمالي حجمه ٣ مليارات دولار في عام ٢٠٢٠ وما يقدر بـ ٥٠,٠٠٠ أو ٦٠,٠٠٠ طلب تجارة إلكترونية يومياً.

ومع ذلك، فإن سوق التجارة الإلكترونية مجزأه بين العديد من التجار المختلفين، ولا أحد يمتلك السوق أو قنوات البيع. تشير تقديراتنا إلى أن ما يقرب من ٤٠,٠٠٠ بائع وتاجر موجودون على فيسبوك وانستغرام ومنصات التواصل الاجتماعي الأخرى يبيعون مباشرة للعملاء.

قررنا خدمة الموزعين في السوق بطريقة أفضل بدلاً من إطلاق منصة تحول العملاء من الاستهلاك على وسائل التواصل الاجتماعي إلى الاستهلاك على المنصة ومحاولة استثارة قناة المبيعات وتوحيدها. لقد بحثنا في تجربة التجار ومشكلاتهم وانتهى بنا الأمر بقائمة من التحديات، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر التوريد والتخزين والاستيفاء والتوصيل وتحصيل النقد والإرجاع والرفض. ونتيجة لذلك، أسسنا فدشي كمنصة لتقديم هذه الخدمات للبائعين الذين يبيعون مباشرة لعملائهم على وسائل التواصل الاجتماعي.

لم نر حاجة للذهاب إلى منصة تشبه أمازون تتقاضى ١٥% أو ٢٠% لعرض منتجات التاجر عبر الإنترنت عندما يكون هناك عدد أكبر من العملاء على انستغرام وتيك توك و فيسبوك مقارنة بأي منصة أخرى. وضع هذا الاستنتاج الأساس لمفهومنا.

هل التجارة الاجتماعية شائعة في العراق لأن عمليات الشراء تجري عفوياً أو بسبب هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي عند دخول الإنترنت للمرة الأولى للبلد؟

بالنظر إلى مشهد التسوق التقليدي الذي يجري خارج الإنترنت، فإن ارتياد مركز التسوق لا يتعلق فقط بإجراء عمليات شراء. يتردد الناس على مراكز التسوق للترفيه والطعام وقضاء الوقت مع الأصدقاء وحتى كملاد من الطقس الحار. وبالتالي يمكن للمرء أن يدخل إلى مركز تسوق دون أن يفكر في أي شيء بشأن التسوق ولكن يغادر مع الحقائق في يديه بعد اكتشاف اغراض جذابة في نوافذ المتجر. إنّ التسوق أمر اندفاعي - فهو لا يعتمد بالضرورة على الاحتياجات المنزلية. في بعض الأحيان، يلفت انتباهك عنصر جذاب ذو سعر معقول، مما يزيد من رغبتك لشراؤه. الندم اللاحق ممكن، لكن قرار الشراء اندفاعي.

يشير المزيد من الاستكشاف والأبحاث الخاصة بنا إلى أن التسوق الاندفاعي يشكل ٧٥% من إجمالي سلوك المستهلك، في حين أن الـ ٢٥% المتبقية مدفوعة باحتياجات محددة. لا يوجد شيء على الإنترنت يكرر هذه التجربة، باستثناء وسائل التواصل الاجتماعي. عندما تكون على فيسبوك، فإن الهدف الأساسي ليس شراء المنتجات بل إنه استهلاك المحتوى. وبينما تتصفح المحتوى يظهر أمامك اعلان يؤدي إلى عملية شراء عفوية. نحن نؤمن إيماناً راسخاً بأن التجارة الاجتماعية تمثل مستقبل التجارة الإلكترونية.

يحدث حجم كبير من التجارة الإلكترونية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في كل مكان في العالم، وليس فقط في العراق. لهذا السبب أطلق فيسبوك سوقاً، ولدى انستغرام ميزة المتجر، ويتجه تيك توك أيضاً لانتهاز هذه الفرصة. لاحظت هذه المنصات العدد الهائل من المعاملات التي تجري من خلالها وقررت الاستفادة من هذه الفرصة. وبطبيعة الحال، عندما تنشئ العلامات التجارية محتوى وتعلن عن منتجاتها، فإنها تستهدف المستهلكين. ومع ذلك، إذا قمت بإعادة توجيههم واقترحت عليهم الشراء على موقع ويب، فإن ذلك يخلق تجربة سلبية. إذ أن المحتوى والدافع كلاهما انبثقا من على منصة واحدة، لكي تتم معاملة الشراء من على منصة أخرى.

ولشرح هذا لنأخذ مثالا أعلاه عن مركز التسوق، فإذا رأيت عنصراً جذاباً في متجر وأردت شرائه ولكن طلب منك الذهاب إلى جزء مختلف من المدينة للحصول على السلعة، فلن تكتمل عملية الشراء هذه.

لقد عبرنا في العراق أشواطاً كبيرة من حياة قطاع تكنولوجيا المعلومات. فقد أصبحت جميع اتصالات الإنترنت تقريباً محمولة في بلادنا في وقتنا هذا، بينما مرّت بمراحل متتالية في الغرب، بدءاً من اتصال سطح المكتب ثم الاتصال عبر الهاتف الأرضي وبعده خط الهاتف، وفي النهاية جاء النطاق العريض. أما انتقالنا فقد حصل بسرعة متجاوزاً هذه المراحل تماماً.

وبعد رفع العقوبات في عام ٢٠٠٣، تمكنا من الوصول إلى الإنترنت. ومع ذلك، لم يكتسب انتشار الإنترنت زخماً حتى ٢٠٠٨-٢٠٠٧، مع انتشار واسع النطاق في السنوات الأخيرة، وخاصة الإنترنت عبر الهاتف المحمول. جاء إدخال الجيل الرابع 4G في الشبكة متأخراً في حوالي كانون الثاني ٢٠٢١. وقد فتح أعيننا على الإنترنت، مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي كقوة مهيمنة وبنية تحتية لتبادل المعلومات. بالنسبة لنا، يعمل فيسبوك كمتصفح ويب.

نحن نستخدم فيسبوك للتواصل مع ملايين المتابعين، سواء للتحقق من تقييمات المطاعم أو المناقشات الجماعية قبل الشراء أو للاستفسار عن موضوع معين. افتراضنا هو أن الشيء ذاته يحدث في التجارة الإلكترونية. نحن لا نستخدم تلك المنصات التي تسرد كل شيء معاً، فهي ليست متجراً شاملاً. لقد أصبحت إمكانية الوصول والبحث أسهل، وبصبح إنشاء المحتوى أمراً سهلاً بعدة طرق وأشكال مختلفة، إذ يساعد المحتوى بمختلف أنواعه مثل الفيديو والبث المباشر والقصة والصورة والرسوم المتحركة على تنويع تجربة التسوق. لا يجب أن تكون موحدة مثل الأشياء الموجودة على منصة التجارة الإلكترونية، حيث ترى وصف المنتج تماماً مثل وصف مليون منتج آخر. هذه ليست الطريقة التي يعمل بها التسوق في الحياة الواقعية. التسوق تجربة ملموسة يتخللها الشعور والرؤية والتفاعل والبحث عن التوصيات. لا يمكن للتجارة الإلكترونية أن تعكس هذه التجربة، بينما تساعدنا وسائل التواصل الاجتماعي على إضفاء الطابع الإنساني على التجربة.

كيف يسهم فدشي في خلق فرص العمل؟

منذ أن بدأنا، وفرنا أكثر من ٦,٠٠٠ فرصة عمل وتوزيع أرباح تزيد عن مليار دينار عراقي على موزعينا. هناك أمثلة لا حصر لها لكيفية دعمنا للشباب لبدء مشاريعهم الخاصة وتوليد الدخل. حقق أحد موزعينا، الذي يبلغ من العمر ١٨ عاماً فقط، أرباحاً قدرها ٤٠ مليون دينار عراقي في غضون شهرين فقط. نحن نبني هذه المنصة جنباً إلى جنب مع مجموعة من الشباب شديدي الحماس والحنكة والفتنة، إنهم شباب متعطشون لتطوير أعمالهم وخلق فرصهم وتوفير حياة أفضل لأنفسهم وعائلاتهم.

كيف تطور نموذج فدشي عندما بدأت العمل؟

البلاد؛ بل كانت تُظوّر في أماكن أخرى. ومع ذلك، كنا نعمل فقط على تسهيل نشرها. لم نبتكر منتجات تقنية رائدة في العراق. بدلاً من ذلك، استوردنا المنتجات الموجودة. ثانياً، تزدهر بيئة الأعمال للشركات الناشئة عند إلهام الأفراد ليصبحوا مؤسسين بأنفسهم، مما يخلق تأثيراً مضاعفاً للابتكار والنجاح. لم يعزز فرعنا الإقليمي ذلك. لم نواجه المعارك التي واجهتها الشركات الناشئة غير الناضجة منذ اليوم الأول، المعارك التي تغرس المرونة والابتكار اللازمتين للنمو والاستدامة على المدى الطويل. لقد أنشأنا فئة إدارية ممتازة ولكن ليس بالضرورة فئة ريادية ممتازة في كويم العراق.

ثالثاً، بينما كنا نسير على مسار التحول إلى قوة مهيمنة، أعادت العوامل الخارجية، بما في ذلك المظاهرات والوباء، تشكيل مسارنا. لقد تكيفنا، حتى أننا أصبحنا أسرع فرع لتحقيق الربحية. بمجرد أن حققنا أرباحاً، لم يجري إعادة استثمار هذه الأرباح في العراق ولكن في أماكن أخرى. من وجهة نظر الشركة، كان ذلك منطقياً تماماً. ومع ذلك، فقد اختلف هذا عن هدفي الشخصي، وهو الحاجة إلى إعادة استثمار مواردنا البشرية والمالية في العراق، وليس توجيهها إلى أي مكان آخر.

دفعتني هذه التفاوتات الثلاثة إلى المغادرة والبدء في بناء شركتي المحلية الناشئة، حيث أسعى جاهداً لسد هذه الفجوات. نهدف إلى تطوير الملكية الفكرية في العراق والابتكار وإنشاء منتجات عراقية متميزة يمكن تصديرها. نحن ننشئ طبقة ريادية تختبر صراعات وانتصارات البناء من الألف إلى الياء. والأهم من ذلك، نحن ملتزمون بإعادة استثمار ثمار عملنا مرة أخرى في بلدنا، ورعاية نموه واكتفائه الذاتي.

من خلال خبرتك الطويلة وانغماسك في بيئة الأعمال، ما هو تقييمك للمشهد، وإلى أين نتجه؟

لقد كنت فرداً فاعلاً في هذا بيئة الأعمال منذ ما يقرب من عقد من الزمان، مما منحني القدرة على رؤيتها من زوايا مختلفة. عندما أعود خطوة إلى الوراء، وأنظر إلى الصورة الكبيرة، وأعين إلى السوق ككل، أرى التقدم والتطور والأشخاص النامين، وألاحظ النضج والإمكانات والفرصة. وعندما أطلع في دقائق الأمور، أرى التحديات والمشاكل والتأخير وفقر الكفاءة. أعتقد أننا نسير في الاتجاه الصحيح، لكن الأمر يستغرق وقتاً طويلاً، ولهذا السبب هناك حاجة لوجود شخص أو مؤسسة للتعامل مع

لدينا نهج تجريبي للغاية في فدشي، لذلك مررنا بالكثير من دورات التجربة والخطأ. لا ندعي أننا نعرف ما نقوم به، لكننا نحب الانطلاق بسرعة، والفشل بسرعة، والتعلم من إخفاقاتنا، والتركيز في عملنا. عندما بدأنا كنا بحاجة إلى اكتساب المعرفة حول ما يمكن أن ينجح وما سيفشل. على سبيل المثال، قررنا البدء بثلاث فئات مختلفة: الأزياء والمكياج والأجهزة المنزلية. ارتأينا أن ٤٠% من الكتلوج سيكون في الموضة، و ٤٠% في المكياج، و ٢٠% في الأجهزة المنزلية. ومع ذلك، كان للسوق كلمته، مما وجهنا نحو الأجهزة المنزلية، وهو تطور غير متوقع علّمنا أن نستمع بتواضع إلى السوق. هذه أقصى محطة توصلنا إليها بحوث السوق، إذ تأتي الدروس الجوهرية التي تزيد من تقييمنا من نقاط بيانات السوق.

هل يمكنك إخبارنا عن تجربتك في بناء شركة ناشئة محلية من الصفر في العراق؟ ما أهمية ذلك بالنسبة لبيئة الأعمال العراقية؟

يكن شغفي في بناء الأشياء. كان عمل ذلك في المشهد العراقي الصعب أمراً عسيراً ومكلفاً. لم يكن المسار الذي اخترته هو الأسهل. على عكس تجربتي في تأسيس الفرع الإقليمي لشركة كويم في العراق، حيث استفدت من الموارد والخبرات الراسخة، كان مشروعنا الناشئ في العراق مشروعاً مختلفاً تماماً. على سبيل المثال، عندما قدمنا كويم إلى العراق، حصلنا على دعم مالي، ومنتج في مرحلة ملاءمة للسوق، ومعرفة من ١٣ دولة أخرى، وفريق مكون من ١٠٠٠ شخص في باكستان ودبي ومصر. وبالتالي، على الرغم من أهميتها، افتقرت هذه التجربة إلى جوهر الشركة الناشئة الحقيقية. على الرغم من أننا غالباً ما نحب أن نسميها شركة ناشئة، إلا أنها في الواقع كانت شركة ناشئة "تتعاطى المنشطات".

مرة أخرى، صحيح أن تجربتي في إطلاق كويم العراق وقيادته كانت هائلة، إلا أنها افتقرت إلى ثلاثة مكونات حيوية لجعلها تجربة ريادية حقيقية بالنسبة لي ولبلاد على حد سواء. أولاً، أرى أن المنتج الأساسي لشركة تكنولوجيا ناشئة هو ملكيتها الفكرية وتقنياتها. عند بناء فرع إقليمي، لم نكن نطور الملكية الفكرية داخل

لكي يخلق رائد الأعمال القيمة، يجب أن يكون قادراً على حل المشكلات. سيواجهون العديد من التحديات التي تتطلب منهم إيجاد حلول. قد لا تكون الصناعات التقليدية في السوق خبيرة بالتكنولوجيا، لكنها ذكية وسريعة في التعرف على الفرص.

ريادة الأعمال هي نتاج العمل الشاق وساعات العمل الطويلة والتضحيات المتعلقة بالدخل والحياة الشخصية ووقت الأسرة. يجب على رواد الأعمال الذين لا يرغبون في تقديم هذه التضحيات ألا يتبعوا هذا المسار. علاوة على ذلك، من المهم التحلي بالتواضع وقبول الأخطاء واحتضانها والانفتاح على التعلم منها.

هل لديك أي ملاحظات ختامية تود مشاركتها معنا؟

أنا متفائل جداً بشأن مستقبل البلاد والسوق وبيئة الأعمال والشباب. نحن في وضع جيد لتحقيق أشياء عظيمة خلال السنوات القليلة المقبلة. أنا أشجع كل من يجرؤ على محاولة التنقل في هذا بيئة الأعمال بمفرده. على الرغم من أن الفشل يمكن أن يكون مؤلماً، إلا أنه فرصة لإعادة اكتشاف الذات كنسخة أفضل مما كانوا عليه. لقد فشلت عدة مرات لدرجة أنني لست متأكداً من الإصدار الذي أصبحت عليه، لكنني أطلع إلى الإصدار القادم.



لم تدق "ساعة الصفر" بعد، وهذا أمرٌ يصبُّ في صالح رواد الأعمال العراقيين. بمجرد أن يحين الأوان، سيتصاعد الزخم، مما يجذب العديد من المشاركين.

بيئة الأعمال والأخذ بيدها بطريقة أو بأخرى. عادةً ما يرسم تطور بيئات الأعمال والصناعات منحنىً مسطحاً في البداية. ثم فجأة تحدث نقطة انعطاف حيث تسير الأمور بسرعة كبيرة. ورغم أننا ما زلنا في هذا الجزء المسطح من المنحنى، إلا أننا ما زلنا نرتقي شيئاً فشيئاً. وينطبق هذا ليس فقط على سياقنا المحلي ولكن أيضاً على الأسواق المماثلة في المنطقة المجاورة لنا في الأردن وتركيا وإيران. مرت هذه المناطق بمراحلٍ افتقرت لأساسٍ تقف عليه، ومع ذلك فإن صعودها من هناك إلى النشاط الديناميكي حدث بسرعة نسبية، على مدى عقد تقريباً. نتوقع مساراً مشابهاً، من الناحية المثالية خلال العقد المقبل رغم التشكيكات الكثيرة.

لم تدق "ساعة الصفر" بعد، وهذا أمرٌ يصبُّ في صالح رواد الأعمال العراقيين. بمجرد أن يحين الأوان، سيتصاعد الزخم، مما يجذب العديد من المشاركين. إن البيئة الاقتصادية المفتوحة والتنافسية تستدعي الفرص والتحديات، خاصة ضد عمالقة التكنولوجيا المعروفين والعلامات التجارية الكبرى. حالياً، يوفر دخول هذه الساحة نافذة مواتية. يحمل المستقبل إمكانات كبيرة. قد يحدث هذا في العقد المقبل أو العام المقبل. هناك شيء واحد مؤكد: أنه سيحدث لا محالة.

ما هي النصيحة التي تعطيها لرواد الأعمال الذين يخوضون معركتهم في اليوم الأول؟

أود أن أقترح على رواد الأعمال القيام بشيء يتماشى مع غرضهم الخاص، والتركيز على أن يكونوا الأفضل في حل المشكلات، والعمل بجد قدر الإمكان لتحقيق النجاح. نصيحتي هي أن يقوم رواد الأعمال بشيء يتماشى مع غرضهم ورسالتهم لأنه من الصعب الحفاظ على حماسهم. سيواجه رواد الأعمال الكثير من التحديات، وسيتم اختبار تصميمهم. لذلك، فإن المواءمة بين ما يفعلونه ومهمتهم لن تترك مجالاً للتراجع ولكن الاستمرار في القتال.





مقابلة لمجلة
مشهد الاعمال العراقي

طارق حسين

المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة الرفيل

وتطرق أيضاً إلى التحديات التي واجهوها، بما في ذلك الحصول على التمويل، ونقص طول التكنولوجيا، وتأثير تغير المناخ، لافتاً النظر إلى جهودهم في التصدي لهذه التحديات. وختم حديثه بالإشارة إلى خطته المستقبلية لتوسيع منتجاتهم وتصدير المنتجات العراقية في المستقبل.

طارق حسين هو المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة الرفيل، وهي شركة تقوم بإنتاج وتجهيز مجموعة واسعة من الخضروات الجاهزة للأكل. أدى اهتمام السيد طارق بريادة الأعمال إلى القيام بمشاريع عدّة، كان آخرها شركة الرفيل. حدثاً السيد طارق عن بداية تأسيس شركته، ونموذج أعمالها، وقنوات البيع المتنوعة، وقضية الاهتمام الاجتماعي بشكل أساسي. كما سلط الضوء على التزام الرفيل بتنشيط الاقتصاد المحلي وخلق فرص عمل للنساء والشباب.

نودّ أن نبدأ بمقدمة موجزة عنك.

اسمي طارق حسين، وعمري ٣٢ عاماً. حاصل على درجة البكالوريوس في الأدب الإنجليزي. انصب اهتمامي بالعمل الحر وريادة الأعمال بدلاً عن الوظائف التقليدية. قمتُ بالعديد من المشاريع، بما في ذلك مزارع الأسماك، وأحدث تلك المشاريع هي شركة الرفيل. علاوةً على هذا، أنا مهتم بالعزف على الجيتار وتقديم دروس موسيقية مجانية للشباب في بعض مناطق بغداد لتحسين فرصهم وجلب التغيير الإيجابي.

كيف بدأت شركة الرفيل؟ وما الذي ألهمك لتأسيسها؟

بدأت فكرة الرفيل أثناء جائحة كورونا عندما تم فرض حظر التجول وتقييد حركة الناس. في يوم من الأيام، كُنّا بحاجة إلى خضروات ورقية صحية. ولكن كان لدينا تحفظات حيال شراء أي منها، خاصةً مع انتشار الفطر الأسود. لم نتمكن من شراء أي شيء وعُدنا خالي الوفاض. تتوفر هذه المنتجات عادةً خلال جزءٍ من النهار فقط، ويكون عادةً ما بعد الظهر. وذلك لأن الخضروات الورقية، بطبيعتها تذبل بسرعة ولا يعود لها حاجة بعد ذلك. وجاءت فكرة عمل الرفيل بحلٍ لاحتياج السوق.

هل يمكنك أن تخبرنا المزيد عن نموذج عمل الرفيل؟

يحصل الرفيل على الخضروات الورقية مباشرةً من المزارعين الذين يزرعون منتجاتهم وفقاً لمعاييرنا، مثل وجود مزارع محمية جيداً ومنتجات خالية من المبيدات الحشرية. يتم توصيل الخضروات مباشرةً إلى مراكزنا. يوجد لدينا العديد من الموردين. بدءاً من المزارع الموجودة في بغداد، ومع توسع عملياتنا وزيادة الطلب، قمنا بتوسيع دائرة موردينا لتشمل الكوت، والنجف، وكربلاء، وأربيل.

تمر الشحنات بعدة مراحل بعد استلامها من موردينا، المرحلة الأولى هي الفرز الأولي للتخلص من المنتجات التالفة نتيجة النقل. ثم نقوم بفرز الأوراق يدوياً والتخلص من الشوائب. تحدث عملية الفرز في بيئة باردة مغلقة للحفاظ على نضارة الأوراق. تأتي بعد ذلك مرحلة الغسيل، حيث يتم غسل الخضروات في خزاناتٍ مختلفة وفقاً للترتيب الآتي: مياه باردة، مياه مملحة، مياه نظيفة،

مياه تعالج بالأوزون، ومرةً أخرى بمياه مملحة. ثم يتم استخدام أشعة فوق بنفسجية (UV) لقتل أي بكتيريا متبقية، وأخيراً، يتم غسل الخضروات في مياه باردة بدرجة حرارة صفر مئوية. تضمن هذه الخطوات الحصول على أوراقٍ نضرة، ونظيفة، خالية من البكتيريا. في مرحلة التجهيف، نستخدم مروحة. أما المرحلة النهائية فهي مرحلة التعبئة، حيث ننشر الأوراق على طاولات من الفولاذ المقاوم للصدأ، ونقوم بتعبئتها، ونحتفظ بها في مستودعات مبردة، ثم نقوم بتوزيعها على الأسواق والمطاعم والمخازن للتجارة السريعة.

هل تتعاملون فقط مع المزارعين والموردين المحليين، أم تقومون بالاستيراد أحياناً؟

غالبية منتجاتنا تُزرع في مزارع عراقية محلية، باستثناء بعض الخضراوات مثل الزعتر وغيرها من الخضروات التي تحتاج إلى بيئة باردة للنمو. ومع ذلك، بدأت زراعة الزعتر في أربيل في بيئة تحت رقابة مشددة. بالإضافة إلى ذلك، الريحان الهولندي والزعتر واكيليل الجبل هي عناصر أخرى قمنا بتجربتها وبدأنا في زراعتها لتجنب استيرادها. نحن نسعى لخلق الظروف المناسبة للزراعة لتمكيننا من توفير الخضروات الورقية محلياً.

لديكم العديد من قنوات البيع، بما في ذلك التوصيل الداخلي، والتجارة السريعة، وتواجدكم في الاسواق. هل يمكنك أن تخبرنا عن القيمة المضافة لكل منها؟

بالطبع، إن هذا التنوع ضروري لخدمة فئات مختلفة من العملاء. عملاً، ينقسمون إلى نوعين. النوع الأول لا وقت لديه ويفضّل التسوق عبر الإنترنت والتطبيقات، بينما يفضل النوع الآخر التسوق شخصياً من الأسواق. لذا، نستخدم قنوات مبيعات مختلفة للوصول إلى عملائنا.

خلال دراستنا للسوق، لاحظنا مشاكل في موضوع النظافة والتخزين في أسواق الجملة للمزارعين. تقع أسواق الجملة للأسماك بجوار هذه الأسواق. وللحفاظ على نضارة الخضراوات الورقية، تُستخدم نفس المياه القذرة والملوثة من أسواق الجملة للأسماك في أسواق الجملة للمزارعين، بالإضافة إلى انتشار الجردان والقوارض الأخرى التي تتحرك بحرية داخل وخارج الصناديق التي تفنقر إلى

إنها مبادرة لإصلاح الأحداث القاصرين تهدف إلى إعادة تأهيل الشباب وإعادة اندماجهم اجتماعياً. في الرفيل، قمنا بإجراء فحص السوابق مع الجهات الحكومية والمسؤولين الأمنيين لحوالي ١٠ مرشحين كانوا محبوسين سابقاً. نحفظ بهم تحت المراقبة ونقدم لهم توصيات لوظائف مستقبلية استناداً إلى سلوكهم. هذه إحدى القيم الأساسية لشركتنا، فيما يتعلق بالتدريب، نعتمد على موظفين متخصصين ملتزمين بأعمالنا ومسؤولين عن تدريب واستقبال الموظفين الجدد.

معظم المستهلكين العراقيين يعتمدون بشكل رئيسي على اختيار الفواكه والخضروات يدوياً عند الذهاب إلى محلات البقالة. كيف تمكنت من اختراق السوق؟ وكيف رأيت تحول سلوك العملاء نحو المنتجات المعبأة؟

يعود هذا بشكل كبير إلى مهارات التفاوض الممتازة لدينا. قبل الرفيل، بدأنا بعينة منتج معبأة في أكياس بلاستيكية يسمى "سيزر". قمنا بتوزيع هذا المنتج مجاناً في السوبرماركت. أثناء التفاوض لعرض عينات منتجاتنا مع مديري السوبرماركت، كان الناس يشترون منتجاتنا وطبقاً هذه الاستراتيجية خلال الأوقات الأكثر ازدحاماً في السوق. مع زيادة عدد الأسواق التي تعاملنا معها، قمنا بتطوير منتجنا وأسسنا اسم الشركة. مع نمو الأعمال، بدأنا بإرسال ممثلين متخصصين إلى السوبرماركت بينما تولى فريق الإدارة العامة التعامل مع الشركات الكبيرة والمطاعم.

بدأ العديد من الأشخاص بالاعتماد على منتجاتنا، إذ توفر منتجاتنا خضروات نظيفة وطازجة وجاهزة للطهي للناس، مما يوفر الكثير من الوقت والجهد. كما أننا نستهدف المناطق عالية الكثافة السكانية والتي تمتلك قوة شرائية عالية، ولكن هذا السوق يحتاج إلى وقت وتقدم تدريجي لتغيير عقلية لقبول المنتجات المعبأة.

شروط التخزين الجيدة. الخضروات الورقية التي يشتريها الناس من الأسواق المحلية تأتي من أسواق الجملة هذه. لقد قمنا بتغيير نظام أسواق الجملة للخضروات الورقية هذه، وأصبحت منتجاتنا متوفرة هناك. القيمة المضافة هي أن الناس الآن يبحثون عن منتجاتنا حتى في أسواق الجملة هذه لأن الرفيل يهدف إلى تغيير السلوك الاجتماعي بدلاً من الربح. نحن نهدف إلى إحداث تغيير إيجابي حقيقي عبر المجتمع.

علوّة على ذلك، نقدم منتجاتنا للعديد من المطاعم حيث بدأت المطاعم في التعامل معنا لضمان تقديم مكونات طازجة وآمنة لزيائهم. كما نتلقى العديد من الطلبات من عملائنا لتوفير منتجاتنا لمطاعمهم المفضلة. تنوع قنوات البيع زاد أيضاً من عدد العمال وخلق المزيد من فرص العمل. بدأنا بعشرة عمال ولدينا الآن ما يصل إلى ١٠٠ عامل.

هل يمكننا معرفة المزيد عن عملية التوظيف والتعيين في الرفيل؟

يركز الرفيل على خلق فرص عمل للفئات المهمشة من ذوي الدخل المنخفض، مثل النساء الأراامل والأيتام. تصل نسبة النساء إلى ٨٠% من موظفينا. تقدم شركة الرفيل لهن الأدوات والتدريبات لتحسين وتطوير مهارتهن ولكي يحققن دخلاً مستداماً. تتنوع وظائف النساء في الرفيل بين الأدوار الإدارية وإدخال البيانات وغيرها من الوظائف.

في شركة الرفيل، نولي اهتماماً بإصلاح الأحداث القاصرين. فالأحداث الذين تم حبسهم لا يمكنهم العثور على وظائف بسبب سجلاتهم. تواجه هذه الفئة عادةً تحديات كبيرة في دخول سوق العمل. يميل هذا القطاع من المجتمع إلى محاولة إخفاء الماضي أو الكذب بشأنه في سبيل الحصول على فرص عمل. وإلا فمن الممكن أن يعودوا إلى مزاولة الأنشطة غير القانونية على مضض. لذلك، قررت مجلس إدارة الرفيل التعاون مع مسؤولي الأمن ودائرة إصلاح العراق لجذب هذا القطاع من المجتمع وتقديم فرص عمل لهم.

كيف يؤثر تغير المناخ على عملياتك؟ وكيف تحاول التخفيف من هذا التحدي؟

تؤثر تغيرات المناخ مباشرةً على أعمالنا نظراً لاعتمادنا على المنتجات الزراعية، وقطاع الزراعة يعاني من تأثير تغير المناخ الخطير، الذي يظهر في ارتفاع درجات الحرارة، وتقليل كمية الأمطار، وتزايد تصحر الأراضي. لذلك، نسعى لاتخاذ إجراءات في العديد من المبادرات للتخفيف من تأثير تغير المناخ. على سبيل المثال، نحن نقوم بطلب والتخطيط لتضمين حاويات صغيرة مصنوعة من قبل مشروع الذهب الأخضر (Green Gold) في منتجاتنا. هذه الحاويات تحتوي على بذور يمكن لعملائنا زراعتها في منازلهم، وحدائقهم، أو المساحات العامة. هذه المبادرة تهدف إلى دعم مكافحة تغير المناخ اجتماعياً وبيئياً.

علاوةً على ذلك، نجري الآن دراسةً حول التخفيف من تأثير تغير المناخ على الصحراء الغربية العراقية. إنها خطة مدروسة بعناية تتطلب تكلفة إنسانية هائلة، ونخطط لتقديمها إلى الحكومة للحصول على الدعم.

لدينا أيضاً خطة لإنقاذ نهر دجلة. إنها خطة أخرى نحتاج إلى أن تقوم بها السلطات العراقية. شرطنا الرئيسي هو أن نقوم نحن أو أي جهة أخرى موثوقة بتنفيذ هذه الخطة حصراً لضمان تنفيذ الخطة بشكل صحيح وفعال.

هل يمكنك اخبارنا عن رحلتك في برامج الدعم لريادة الأعمال؟ وما الذي اكتسبته من هذه الخبرة؟

لقد تقدمنا بطلبات للعديد من برامج الدعم، ولكن تعرضنا للرفض مرةً تلو الأخرى وذلك لأن العديد اعتبروا مشروعنا فاشلاً، مشيرين إلى تردد المجتمع العراقي إلى قبول مثل هذا التحول. ولكن لم ينل ذلك من عزيمتنا وكان لدينا إيمان بفكرة هذا المشروع وقدرته على تغيير السلوك الاجتماعي للمستهلكين العراقيين. فيما بعد، قمنا بالانضمام إلى برنامج أورنج كورنرز بغداد الذي تنفذه كابيتا. واكتسبنا العديد من المهارات خلال ستة أشهر من التدريب خاصة في مجال الإدارة والمحاسبة والتسويق. كما تلقينا منحة من صندوق أورنج كورنرز للإبداع وريادة الأعمال، واستخدمناها لشراء محطة إعادة تدوير المياه. هذه التكنولوجيا ساعدتنا في تقليل استهلاك المياه، نظراً لأن أعمالنا تتطلب كميات كبيرة من المياه للتشغيل.

إن التحول نحو المنتجات المعبأة جلي. ففي بغداد، على سبيل المثال، تعود إلينا ٤٠ عبوة من أصل ١٠٠ عبوة نقدمها للسوق، (نسبة إرجاع تبلغ حوالي ٤%). هناك تحول يحدث في السوق العراقية نحو الخضروات المعبأة، سواء في بغداد أو المحافظات الأخرى. وتواصلت معنا العديد من المحافظات في العراق لإقامة عمليات في مناطقهم الخاصة. إلا أن أماكن تواجدنا حصري في بغداد في الوقت الحالي وبدأنا مؤخراً في العمل في كربلاء، ولكن نخطط للتوسع إلى المحافظات الأخرى قريباً.

ما هي التحديات الرئيسية التي تواجهها الريفيل؟ وكيف تتغلب عليها؟

معظم التحديات التي نواجهها هي تحديات خارجية. في العراق، تتطلب الزراعة، خاصة المساحات الشاسعة، الكثير من التمويل والسلطة التنفيذية الحكومية من أجل إمكانية إنشاء مزارع واسعة ومحمية جيداً. علاوةً على هذا، فإن التبريد هو جزء أساسي من عملياتنا، والذي يتطلب كميات كبيرة من الطاقة. انقطاع التيار الكهربائي المتكرر يؤثر سلباً علينا، وشراء مولدات الكهرباء الخاصة يمكن أن يكون مكلفاً للغاية، حيث يمكن أن يصل سعرها إلى ٢٥٠,٠٠٠ دولار. بدلاً من ذلك، يمكننا استثمار هذا المبلغ في العمليات لزيادة الإنتاج والحصول على حصة أكبر في السوق. كما أن نقص التكنولوجيا هو تحدي آخر. يعاني السوق العراقي من نقص الحلول التكنولوجية التي نحتاجها في عملياتنا، والحلول المتاحة حالياً يمكن أن تأتي بتكلفة عالية. لذلك، نضطر أحياناً لاستيرادها من الخارج.

كما أن قيود جواز السفر العراقي والتحديات المتعلقة بالسفر تقلل من فرص التعلم والتواصل في الخارج في بلدان مثل إيطاليا وهولندا وغيرها المعروفة بجودة المعدات والتعبئة.

للتغلب على هذه التحديات، نستفيد من تجاربنا الشخصية والمعرفة والتفاني، ونحاول بناء أو إصلاح معدتنا الخاصة لتقليل التكاليف. في مكثي، أنا الآن في صدد بناء آلة عن طريق تجميع بعض الأجزاء المتاحة محلياً بدلاً من استيراد هذه الآلة، والتي يمكن أن تقلل التكلفة بنسبة ٧٠% مقارنةً بالتكلفة الإجمالية لاستيرادها.

ما هي خطط الرفيل المستقبلية؟

نقوم الآن بتوسيع خطوط إنتاجنا وإضافة المزيد من التنوع. سنبدأ قريباً خط إنتاج أنواع مهددة من الأسماك الأصلية. هناك العديد من أنواع الأسماك، مثل البز والبنّي والقطان والشبوط، التي شهدت اقتراب انقراضها في نهر دجلة بسبب الصيد المفرط والتلوّث. تتوفر هذه الأنواع بشكلٍ رئيسي في إقليم كردستان، خاصةً في بحيرة دربندخان. ستكون أسماكنا مقطّعةً بشكلٍ جيد، ومعبأةً بعناية، وجاهزةً للطهي.

منتج آخر نعتزم تضمينه هو الحليب الطازج. سننتج حليباً طازجاً بدون ماء أو نشاء أو إضافات. العملية بسيطة: الحلب والبسترة والتخزين. يمكن استخدام هذا الحليب لصنع منتجات الألبان المنزلية. علاوةً على ذلك، سنقوم بالاستفادة من الخضروات غير المرغوب فيها من عملية الفرز، حوالي ٢ إلى ٣ طن يومياً، لإطعام أبقارنا على المزرعة حصرياً لإنتاج الحليب بدلاً من إنتاج اللحم. تطلعاتنا المستقبلية تتمثل في تصدير منتجاتنا المحلية العراقية إلى دول أخرى حيث نعمل بجد على بناء علاقاتٍ لبدء تصدير منتجاتنا



مشهد الاعمال العراقي هي مجلة
فصلية تسلط الضوء على القطاع الخاص
العراقي وتحدياته وتطوراته واستثماراته
وعلى ساحة ريادة الأعمال.

مشهد الاعمال العراقي