

كتاب الملتقى العلمي الدولي التكويني الافتراضي حول:

ريادة الأعمال في المنظمات في ضوء التوجه نحو اقتصاد المعرفة

- فرص وتحديات -

تأليف:

مجموعة من الباحثين

تنسيق وتحرير:

الدكتورة عيشوش عواطف

البروفيسور عوادي مصطفى



منشورات مخبر إدارة أعمال

المؤسسات الاقتصادية

المستدامة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - الجزائر
جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



كتاب الملتقى العلمي الدولي التكويني الافتراضي حول:

ريادة الأعمال في المنظمات في ضوء التوجه نحو اقتصاد المعرفة

- فرص وتحديات -

المنسق العام:

الدكتورة عيشوش عواطف
البروفيسور عوادي مصطفى

تأليف:

مجموعة من الباحثين

كل ما ورد في هذا الكتاب يعبر عن وجهات نظر الباحثين أنفسهم ولا يعبر
بالضرورة على وجهة نظر القائمين بالملتقى أو الجامعة

منشورات مخبر إدارة أعمال المؤسسات الاقتصادية المستدامة



ISBN: 978-9931-864-14-1

جميع حقوق الملكية الأدبية محفوظة

2024-2023

كتاب الأبحاث العلمية

كل البحوث خضعت للتحكيم العلمي وفق الأصول

كل ما ورد في هذا الكتاب يعبر عن وجهات نظر الباحثين أنفسهم ولا يعبر بالضرورة على وجهة نظر القائمين بالملتقى أو الجامعة

جميع حقوق الملكية الأدبية محفوظة

يحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة إصدار هذا الكتاب أو تخزينه في نطاق استعادته

المعلومات أو نقله أو إستنساخه بأي شكل من الأشكال إلا بموافقة رئاسة الملتقى خطيا

ديباجة الملتقى

يشهد العالم خلال السنوات الأخيرة تحولات متسارعة، تدفع للتحويل إلى اقتصاد أكثر تنوعا قائم على الثروة المعرفية وهو ما يعرف باقتصاد المعرفة، هذا الاقتصاد مبني على رأس المال الفكري الذي يساهم إلى حد كبير في إحداث تغيير إيجابي في كافة المجالات، والقدرة على الاستفادة من الاكتشافات العلمية والبحوث الأساسية والتطبيقية، حيث تؤدي فيه الموارد المعرفية دورا أكثر أهمية وأعمق بعدما من الموارد الاقتصادية، مما أدى إلى تهمين القيمة الناتجة عن التجديد والابتكار اللذين أساسهما المعرفة، وأصبحت الحاجة إلى حيازة المعرفة، استخدامها وإنتاجها حاجة أساسية تتزايد أهميتها، ومع ازدياد الاهتمام العالمي والدولي لخلق اقتصاد معرفي تغيرت التوجهات، وأصبحت المنظمات ملزمة على تحقيق السبق، والحرص على التفاعل مع معطيات العصر المعرفي والرقمي الذي تتسارع فيه المستجدات التكنولوجية لتبديع في إيجاد فرصا واعدة للتمييز.

ومع التغيير السريع في بيئات المنظمات وازدياد حدة المنافسة، برزت ضرورة تبني ريادة الأعمال كمنهجية إستراتيجية باعتبارها من أهم البدائل التي تتجه لها المنظمة حتى تحقق الاندماج في المنظومة الاقتصادية، فهي القوة التي تقف خلف الإبداع والابتكار، ومحركا للنمو الاقتصادي. وفي ظل عدم تمكن المنظمات من مواكبة المتغيرات التي طرأت على العالم، كان لا بد لها من إعادة صياغة إستراتيجيتها الريادية ضمن مفاهيم ومبادئ اقتصاد المعرفة، وهذا ما تتطلع إلى تحقيقه جميع المنظمات، خاصة وأنه لم تعد ريادة الأعمال قاصرة على القيام بدورها بوصفها قوة دافعة لتحقيق التنمية الاقتصادية وخلق الفرص الوظيفية فحسب، وإنما تعدت ذلك إلى الإسهام في التنمية الشخصية والاجتماعية لأفراد المجتمع، وزيادة القدرة الابتكارية والتنافسية للأفراد، مما نتج عن ذلك أن أصبح رواد الأعمال قادة العهد الجديد وصناعه، بل المصدر الرئيسي لميلاد أفكار المشروعات الجديدة، وترجمة هذه الأفكار إلى كيانات اقتصادية ناجحة.

فالتحدي الذي تواجهه المنظمات في ظل التحويل المعرفي والرقمي، يتمحور أساسا حول إيجاد التوليفة المثلى من الإستراتيجيات الريادية التي تضمن توفير العوامل التنظيمية المعززة للريادة، وإتباع منهج ريادي يقوم على تعزيز روح المبادرة بالإضافة إلى إتباع الأساليب الإدارية المبتكرة التي تحقق للمنظمة تفوقا تنافسيا، وفي ذات الوقت تمنحها القدرة على معالجة وتحمل ما قد يواجهها من مخاطر.

وفي هذا السياق، ونظرا لحدائث وأهمية الموضوع وشموليته لمختلف المجالات، يأتي هذا الملتقى العلمي ليكون فرصة لإثراء البحث ومناقشة الأفكار حول فرص التميز القائمة على الإبداع والابتكار في ظل اقتصاد المعرفة من خلال ريادة الأعمال.

ومن هنا يمكن طرح إشكالية الملتقى كالتالي:

ما مدى قدرة المنظمات على تبني ريادة الأعمال في ضوء التوجه نحو اقتصاد المعرفة؟

محاوور الملتقى

- المحور الأول: إطار عام حول اقتصاد المعرفة؛
- المحور الثاني: التأصيل النظري لريادة الأعمال للمنظمات؛
- المحور الثالث: أثر ريادة الأعمال على أداء وتنافسية المنظمات؛
- المحور الرابع: ريادة الأعمال والثورة المعرفية والرقمية؛
- المحور الخامس: ريادة الأعمال والجامعة؛
- المحور السادس: واقع ريادة الأعمال في المنظمات العربية؛
- المحور السابع: تجارب رائدة دوليا حول تبني ريادة الأعمال في منظمات الأعمال.

أهداف الملتقى

- التأصيل النظري لمفهوم ريادة الأعمال للمنظمات والخصائص المصاحبة له في ضوء التوجه نحو اقتصاد المعرفة؛
- مناقشة مفهوم ريادة الأعمال وطرق الوصول إلى منهجية علمية وأساس يعتمد عليه رواد الأعمال.
- التعرف على الأدوار التي تقوم بها الحكومات لدعم ريادة الأعمال للمنظمات؛
- تقييم الوضع الراهن للمنظمات حول تبني ريادة الأعمال والتحديات التي تواجهها؛
- تسليط الضوء على منظمات التي تستخدم هذا المنهج الريادي، والتحديات المطروحة وفهم تأثير هذه الممارسات على أدائها في ضوء توجهها لاقتصاد المعرفة.
- فهم العناصر التي تعتبر ضرورية للتنفيذ الناجح لاستراتيجيات الريادية تقوم على المعرفة.
- البحث عن أفضل الاستراتيجيات الريادية على المستوى الدولي للاستفادة منها، واقتراح توصيات تساهم في دعم ريادة الأعمال للمنظمات الوطنية.
- الاستفادة من التجارب الدول العربية والعالمية الناجحة في مجال صياغة إستراتيجية الريادية ضمن مفاهيم ومبادئ اقتصاد المعرفة، وعرض التحديات التي تواجههم والبحث عن حلول تساهم في صناعة بيئة ريادية قوية.

الفئة المستهدفة من الملتقى

يخصص هذا الملتقى لذوي الإختصاص من:

- أساتذة في الجامعات والمراكز الجامعية والمدارس العليا والباحثين في المراكز العلمية والمخابر البحثية وطلبة الدراسات العليا في الجزائر، وذوي الإختصاص من أساتذة وطلبة، والمهنيين في مجال التدقيق والمحاسبة؛
- الإطارات في الهيئات والوزارات المعنية بالاقتصاد والشؤون المالية والمحاسبية والنقدية والمؤسسات المالية والمهنيين في مجال التدقيق والمحاسبة.

الهيئة المشرفة على الملتقى:

- | | |
|--|--|
| ❖ الرئيس الشرفي للملتقى: أ.د. عمر فرحاتي | ❖ رئيس اللجنة العلمية: د. عدائكة أسماء |
| ❖ المشرف العام للملتقى: أ.د. لينة هشام | ❖ نائب رئيس اللجنة العلمية: أ.د. بن خليفة احمد |
| ❖ منسق العام: أ.د. عوادي مصطفى | ❖ مقرر اللجنة العلمية: د. عمارة محمد العيد |
| ❖ رئيس الملتقى: د. عيشوش عواطف | ❖ رئيس اللجنة التنظيمية: د. عبد القادر عوادي |
| ❖ نائب رئيس الملتقى: د. بن بردي حنان | ❖ أمانة الملتقى: د. وليد مرغني |

قائمة محتويات:

رقم	عنوان المداخلة	أسماء الباحثين	الصفحة
01	رأس المال الفكري ونسق الأداء التنظيمي والتنافسي في ظل اقتصاد المعرفة	محمد بن موسى مصطفى حبشي	16-07
02	اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال مع الإشارة إلى تجارب دولية	معزوزي منيرة لطرش جمال	32-17
3	دور الاقتصاد الرقمي والتكوين العلمي والمهني كعوامل أساسية للتوجه نحو اقتصاد المعرفة في تطوير ريادة الأعمال في الجزائر	صالح نادين ثاري زهية	46-33
4	مساهمة الثقافة التنظيمية في دعم ادارة المعرفة في المنظمة: دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية	مجدي نويري احمد بن خليفة	62-47
5	الدور الاقتصادي والاجتماعي لريادة الاعمال في المنظمات الريادية	حرنان نجوى مخزومي لطفي	76-63
6	قراءة في مؤشرات اقتصاد المعرفة مع -تحليل لمؤشر المعرفة 2022-	مسعودة بقبائي عبابه علي	86-77
7	دراسة نظرية لريادة الأعمال للمنظمات	كاهنة جعدي حنان واكر	96-87
8	استراتيجيات النجاح في ريادة الأعمال -عرض تجربة الإمارات-	سفيان بن قديدح إيمان مريش	106-97
9	إدارة العلاقات العامة وأثرها في دعم استراتيجيات ريادة الأعمال	ليلى سليمان	118-107
10	الإطار الفكري والنظري لريادة الأعمال للمنظمات ومتطلباتها	مركان محمد البشير الحاج أحمد فوزي ماجن محمد محفوظ	128-119
11	دور ريادة الأعمال في تحسين أداء المنظمات للمساهمة في التنمية الاقتصادية	زين يونس صوم مصطفى عبود محمد	138-129
12	ريادة الاعمال كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة: مؤسسة قديلة (Guedila) للمياه المعدنية -بسكرة - انموذجا-	سهام موفق نبيل بهوري	156-139
13	ريادة الأعمال والتنوع المعرفي	هشام عيشوش هشام كمون عبد المالك لبيهي	170-157
14	دور الاقتصاد الرقمي في التنمية المستدامة مع تقييم تجربة التحول الرقمي للجزائر حسب المؤشر الاقتصادي العربي لسنة 2022	أرحاب هلال وسام عوادي مصطفى	180-171
15	دور الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال وتحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية: دراسة ميدانية الجامعات الحكومية الأردنية	عفاف فاروق حسين جبريل رحيلة طالي	190-181
16	الجامعة الريادية ودورها في ظل اقتصاد المعرفة - تجارب دولية رائدة -	يعقوب نصيرة نعيمة غنام	208-191
17	دور الجامعات في ترسيخ ونشر ثقافة ريادة الأعمال	عدائكة أسماء حديد إيمان سحوان علي	218-209

رقم	عنوان المداخلة	أسماء الباحثين	الصفحة
18	دعم نمو ريادة الأعمال في ظل الخدمات المالية الرقمية- تجارب من إندونيسيا-	قريشي بلقاسم قنون عبد الحق	228-219
19	المناولة الصناعية كاستراتيجية لتعزيز الريادة المؤسسية في بيئة الأعمال الجزائرية: دراسة لعينة من المؤسسات بولاية ادرار	بن الدين أمحمد اعميري حفصة	244-229
20	دور الآليات المستحدثة لتطوير بيئة أعمال ملائمة للمؤسسات الناشئة الجزائرية	غمام جريدي الهادي غربي خليل حسين علي	254-245
21	مبادرات الحكومات العربية الداعمة للاقتصاد المعرفي بين الواقع والمأمول	عبد العالي حفظ الله إبراهيم بوعمره	264-255
22	ريادة الأعمال في المنظمات العربية كركيزة أساسية نحو اقتصاد المعرفة	عمار زيدان	276-265
23	دور التحول الرقمي في دعم ريادة الأعمال	بوجلال العطرة منير لواج	288-277
24	متطلبات تعزيز دور اقتصاد المعرفة في ظل المتغيرات الاقتصادية الكلية	أبحري سفيان زروقلان كهينة	298-289
25	دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز ريادة الأعمال عرض تجربة Paytm	عيجولي عبد الله يوسف لزرق	310-299
26	دور المؤسسات الناشئة في خلق اقتصاد المعرفة	بداش وردة	318-311
27	مساهمة ريادة الأعمال في تطوير المنشآت السياحية من خلال الابتكار - تجارب ناجحة لمنظمات أعمال سياحية مبتكرة -	لوزري نادية	328-319
28	مساهمة ريادة الأعمال الرقمية في تطوير المؤسسات السياحية- مؤسسة إكسبيديا السياحية نموذجا-	عزيز ياسمين تامة جاسم	338-329
29	الابتكار الرقمي وريادة الأعمال الرقمية في ظل اقتصاد المعرفة	قريمط أمال لعوج زواوي	352-339
30	دور التحول الرقمي في دعم ريادة الأعمال التنظيمية	صلاح ربيعة ورقلي وليد	362-353
31	أثر ريادة الأعمال على أداء المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة -دراسة حالة عينة من المؤسسات السياحية لولاية سكيكدة-	لويزة خلفه ساهل أسامة سنوسي	380-363
32	أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية ضمن المقاربات الحديثة لريادة الأعمال الرقمية واقتصاد المعرفة: تجارب بعض البلدان العربية حول تبني تكنولوجيا المعلومات لتحقيق ريادة الأعمال الرقمية.	بورمانه عبد القادر بن زاوشة فتحي	394-381
33	The Entrepreneurial Integration in Organizations with Reference to the Experience of Apple Inc	Aichouche Aouatef	408-395
34	The Economy of Knowledge as a source of entrepreneurial opportunities Evidence from Dubai Techno-park- -	SIHAM GOURIDA	422-409
35	Entrepreneurship: A Socio-Economic Strategic Critical Study in Entrepreneurial Action.	Hanane Fahem Mechri Safi	430-423
36	Les défis contemporains de l'économie du savoir	Sarah Larab LABANI Sarah	446-431
37	Entrepreneuriat: Compétences des entrepreneurs et stratégie entrepreneuriale	Fatma zohra MANSOURI Hadia ZARAA	466-447

كلمة افتتاحية

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على خاتم الانبياء والمرسلين

اما بعد ضيوفنا الاعزاء السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

لنا عظيم الشرف ان جمعنا الله في هذا اللقاء العلمي في رحاب جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي في ملتقى الدولي الافتراضي حول: ريادة الاعمال في المنظمات في ضوء التوجه نحو اقتصاد المعرفة -فرص وتحديات-، راجين من الله عز وجل التوفيق والسداد والمساهمة في الرقي والازدهار.

يشهد العالم خلال السنوات الأخيرة تحولات متسارعة، تدفع للتحويل إلى اقتصاد أكثر تنوعا قائم على الثروة المعرفية وهو ما يعرف باقتصاد المعرفة، هذا الاقتصاد مبني على رأس المال الفكري الذي يساهم إلى حد كبير في إحداث تغيير إيجابي في كافة المجالات، والقدرة على الاستفادة من الاكتشافات العلمية والبحوث الأساسية والتطبيقية، حيث تؤدي فيه الموارد المعرفية دورا أكثر أهمية وأعمق بعدما من الموارد الاقتصادية، مما أدى إلى تمييز القيمة الناتجة عن التجديد والابتكار اللذين أساسهما المعرفة، وأصبحت الحاجة إلى حيازة المعرفة، استخدامها وإنتاجها حاجة أساسية تتزايد أهميتها، ومع ازدياد الاهتمام العالمي والدولي لخلق اقتصاد معرفي تغيرت التوجهات، وأصبحت المنظمات ملزمة على تحقيق سبق، والحرص على التفاعل مع معطيات العصر المعرفي والرقمي الذي تتسارع فيه المستجدات التكنولوجية لتبديع في إيجاد فرصا واعدة للتمييز.

ومع التغيير السريع في بيئات المنظمات وازدياد حدة المنافسة، برزت ضرورة تبني ريادة الأعمال كمنهجية استراتيجية، باعتبارها من أهم البدائل التي تتجه لها المنظمة حتى تحقق الاندماج في المنظومة الاقتصادية، فهي القوة التي تقف خلف الإبداع والابتكار، ومحركا للنمو الاقتصادي. وفي ظل عدم تمكن المنظمات من مواكبة المتغيرات التي طرأت على العالم، كان لا بد لها من إعادة صياغة استراتيجيتها الريادية ضمن مفاهيم ومبادئ اقتصاد المعرفة، وهذا ما تتطلع إلي تحقيقه جميع المنظمات، خاصة وأنه لم تعد ريادة الأعمال قاصرة على القيام بدورها بوصفها قوة دافعة لتحقيق التنمية الاقتصادية وخلق الفرص الوظيفية فحسب، وإنما تعدت ذلك إلى الإسهام في التنمية الشخصية والاجتماعية لأفراد المجتمع، وزيادة القدرة الابتكارية والتنافسية للأفراد، مما نتج عن ذلك أن أصبح رواد الأعمال قادة العهد الجديد وصناعه، بل المصدر الرئيسي لميلاد أفكار المشروعات الجديدة، وترجمة هذه الأفكار إلى كيانات اقتصادية ناجحة.

فالتحدي الذي تواجهه المنظمات في ظل التحول المعرفي والرقمي، يتمحور أساسا حول إيجاد التوليفة المثلى من الاستراتيجيات الريادية التي تضمن توفير العوامل التنظيمية المعززة للريادة، وإتباع منهج ريادي يقوم على تعزيز روح المبادرة، بالإضافة إلي إتباع الأساليب الإدارية المبتكرة التي تحقق للمنظمة تفوقا تنافسيا، وفي ذات الوقت تمنحها القدرة علي معالجة وتحمل ما قد يواجهها من مخاطر.

وفي هذا السياق، ونظرا لحدائثة وأهمية الموضوع وشموليته لمختلف المجالات، يأتي هذا الملتقى العلمي ليكون فرصة لإثراء البحث ومناقشة الأفكار حول فرص التميز القائمة على الإبداع والابتكار في ظل اقتصاد المعرفة من خلال ريادة الأعمال. ومن هنا يمكن طرح إشكالية الملتقى كالتالي:

ما مدى قدرة المنظمات على تبني ريادة الأعمال في ضوء التوجه نحو اقتصاد المعرفة؟

لذلك ارتأينا فتح هذا الحوار العلمي بين المتخصصين والمهنيين على المستوى الدولي في هذا المجال من اجل تبادل المعلومات والبيانات بين الباحثين والطلبة على سواء مما يضمن التوسع في الاعمال الريادية، فكلما كان التوجه الى هذا النمط مدروسا كلما تضاءلت سلبياته واكتسبت اثاره الايجابية مساحات اوسع على الاقتصاد والمجتمع ككل.

ونتمنى ان نتوصل من خلال هذا الملتقى الى مجموعة من التوصيات والمقترحات والتوضيحات للمشاكل التي تعانيها المنظمات المعاصرة وكيفية تفاديها.

رئيس الملتقى:

الدكتورة عيشوش عواطف

رأس المال الفكري ونسق الأداء التنظيمي والتنافسي لمنظمات الأعمال في ظل اقتصاد المعرفة

Intellectual Capital and the Organizational Performance and Competitiveness Framework of Business Organizations in the Knowledge Economy

محمد بن موسى¹ ، مصطفى حبشي²

¹ مخبر بحث: (MQEMADD)، جامعة زيان عاشور بالجلفة (الجزائر)

² مدرسة الدراسات العليا التجارية (الجزائر)

ملخص: في الحقبة المعاصرة من المرجح أن تسهم الموارد التنظيمية سيما غير الملموسة منها في الحفاظ على المكانة المتفوقة لمنظمات الأعمال، حيث ينظر إلى رأس المال الفكري في المقام الأول على أنه مفهوم ثلاثي الأبعاد يتكون من رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي ورأس المال الخارجي. غالبا ما تكون المعرفة هي الميزة التي يمكن أن تتمتع بها المنظمة على المنافسين، وتستمد هذه المعرفة من رأس المال الفكري، هذا الأخير الذي يتم استخدامه لإنشاء الميزة التنافسية، زيادة القيمة السوقية وتحقيق الريادة المؤسسية، حيث كشفت المراجعة الشاملة للأدبيات عن تأثير المفاهيم المختلفة لرأس المال الفكري على الميزة التنافسية والأداء التنظيمي في ظل اقتصاد المعرفة، إلى جانب إمكانية الاستثمار في الميزة التنافسية كوسيط في العلاقة بين رأس المال الفكري والأداء، مع ملاحظة أن الاهتمام بهذا الاستثمار في الأدبيات السابقة جد محدود..

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، الميزة التنافسية، الأداء، منظمات الأعمال.

Abstract: In the contemporary era, particularly intangible organisational resources are likely to contribute to maintaining their superior position for business organisations, where intellectual capital is primarily seen as a three-dimensional concept of an intangible resource. It consists of human capital, structural capital and external capital. Knowledge is often the advantage that an organisation can have over competitors. This knowledge is derived from intellectual capital and used to create a competitive advantage, increase market value and achieve market leadership. Where extensive literature review revealed the impact of different concepts of intellectual capital on competitive advantage and organisational performance in light of the knowledge economy, with the potential to invest in competitive advantage as an intermediary in the relationship between intellectual capital and performance; note that the interest in this investment in the previous literature is very limited.

Keywords: Intellectual Capital, Competitive Advantage, Performance, Business Organizations.

1. مقدمة:

أصبح رأس المال الفكري موضوعاً حيويًا في مجال البحوث الإدارية وبشكل خاص في الإدارة الإستراتيجية والمحاسبة Galbraith صاغ رأس المال الفكري في عام 1969 ووصفه بأنه مساهمة فكرية مملوكة للأفراد، ومن ثم قام Stewart (1991) بنشره بين علماء الإدارة خلال التسعينات من القرن العشرين، حيث كان استخدام رأس المال الفكري كوصفٍ يطلق على كل أنواع الأصول غير الملموسة المترتبة عن الأصول الاقتصادية، هذه الأخيرة التي تعتبر جذوراً لهذا المفهوم، وذلك من منطلق استعمال وصف رأس المال الفكري بعملية إنشاء القيمة للشركة، استناداً إلى مجموعة الأصول هذه.

ركز الاقتصاد القائم على المعرفة في العقود الأخيرة من القرن العشرين على المعرفة ورأس المال الفكري، كعوامل إنتاج رئيسية مسؤولة عن الازدهار الاقتصادي للدول، وكذلك كمحركات رئيسية للمزايا التنافسية المستدامة للشركات بهذه الطريقة، أصبحت إدارة رأس المال الفكري مهمة رئيسية منوطة بالمنظمات الساعية للحفاظ على بقائها. تم اعتبار رأس المال الفكري عاملاً هماً للشركات في تعزيز كفاءتها التنافسية وأدائها، وكذا تحقيق النجاح والتميز مقارنة بالشركات الأخرى، وهو ما جذب انتباه الأكاديميين والممارسين على حد سواء. من خلال هذه الورقة البحثية، سنحاول الإجابة عن السؤال الآتي:

ما طبيعة العلاقة برأس المال الفكري بمكوناته (رأس مال بشري، رأس مال هيكلية ورأس مال خارجي) وكل من الأداء والميزة التنافسية للشركات في ظل الاقتصاد المعرفي؟

من أجل إزالة الغموض عن المفاهيم التي لها علاقة برأس المال الفكري وعلاقته بالأداء والميزة التنافسية، سنعمل على مراجعة شاملة للأدبيات (extensive review of the literature) من بحوث ودراسات أصيلة، من خلال التركيز على ما هو منشور في الدوريات والمجلات الأصيلة، الرصينة والمتخصصة. سنعتمد إلى استخدام مقاربة البحث التوضيحي (explanatory research approach)، من أجل استعراض العلاقة السببية بين المتغيرات الثلاث: رأس المال الفكري، الميزة التنافسية والأداء.

من هذا المنطلق، سنتطرق إلى (تعريف رأس المال الفكري وقياسه إلى جانب مفهوم اقتصاد المعرفة، ثم نستعرض (رأس المال الفكري وعلاقته بالأداء التنظيمي)، لنحلل -لاحقاً- باستفاضة (رأس المال الفكري والميزة التنافسية) ضمن المحور الأخير.

2. مفهوم اقتصاد المعرفة:

اقتصاد المعرفة هو نظام اقتصادي يقوم على إنتاج وتوزيع المعلومات والخدمات بدلاً من السلع (Lu, 2012; Gogan et al., 2016). حسب (Powell & Snellman, 2004) اقتصاد المعرفة هو أنه إنتاج وخدمات تستند إلى أنشطة كثيفة المعرفة تساهم في تسريع وتيرة التقدم التكنولوجي والعلمي وكذلك التقدم السريع بنفس القدر. يرى (Şerban, 2022) أن مفهوم الاقتصاد المعرفي هو عملية خلق المعرفة من أجل تقديم فوائد حقيقية للسكان من حيث الأداء الأفضل في زيادة الإنتاجية والقدرة التنافسية.

يعتبر اقتصاد المعرفة ورأس المال الفكري مفاهيم وثيقة الصلة، حيث يشير اقتصاد المعرفة إلى نظام اقتصادي يقوم على إنتاج وتوزيع واستهلاك المعرفة والمعلومات. في هذا النوع من الاقتصاد، فإن الموارد الأكثر قيمة هي رأس المال البشري وتكنولوجيا المعلومات والملكية الفكرية. يشير رأس المال الفكري إلى الأصول غير الملموسة للمؤسسة، مثل المعرفة والمهارات والخبرة لدى القوى العاملة فيها، وقيمة علامتها التجارية وسمعتها، وعلاقتها مع العملاء والموردين وأصحاب المصلحة الآخرين. في اقتصاد المعرفة، يعتبر رأس المال الفكري محركاً حاسماً للنجاح. الشركات التي تستثمر في تطوير رأس مالها الفكري مجهزة بشكل أفضل للمنافسة في الأسواق المتغيرة بسرعة وابتكار منتجات وخدمات جديدة. يمكنهم أيضاً بناء علاقات أقوى مع العملاء وأصحاب المصلحة، مما يؤدي إلى زيادة الولاء ونمو الإيرادات. يمكن لرأس المال الفكري أيضاً أن يساعد الشركات على جذب أفضل المواهب والاحتفاظ بها، حيث يجذب الموظفون إلى المنظمات التي تعطي الأولوية لفرص التعلم والتطوير.

3. رأس المال الفكري والأداء التنظيمي

يلعب رأس المال الفكري دوراً مهماً للغاية في عصر اقتصاد المعرفة لأنه مصدر الميزة التنافسية. دفعت أهمية رأس المال الفكري العلماء لإجراء دراسات لإثبات أن رأس المال الفكري يؤثر على الأداء التنظيمي (Lu, 2012; Gogan et al., 2016)، حاول Bontis وآخرون (2000) التحقق من تأثير رأس المال الفكري على أداء الأعمال في الشركات في ماليزيا، حيث أثبتوا أن رأس المال الفكري له تأثير إيجابي على أداء الشركات التجارية، Wang وآخرون (2014) فحصوا تأثير تبادل المعرفة على أداء 228 من شركات التكنولوجيا الفائقة في الصين والدور الوسيط لرأس المال الفكري، حيث قدموا أدلة على أن رأس المال الفكري بمكوناته الثلاثة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي ورأس المال العلائقي) له تأثير إيجابي على الأداء التشغيلي والمالي للشركة. في الدراسة التي قام بها Hussinki وآخرون (2017) على 259 شركة في فنلندا، تم الكشف على أن أداء الشركات التي لديها مستوى أعلى من رأس المال الفكري أفضل من تلك التي لديه مستوى منخفض من رأس المال الفكري. وبالتالي، يمكن الاستنتاج أنه كلما كان تطوير رأس المال الفكري أفضل، كان الأداء التنظيمي أفضل. يوضح الجدول التالي تجميعاً لعدد معتبر من الدراسات التي تناولت العلاقة بين رأس المال الفكري والأداء من حيث الأثر الموجود وطبيعته:

الجدول 1: نظرة عامة على البحوث في العلاقة بين رأس المال الفكري والأداء

الرقم	المؤلفون	السنة	البلد/ المنطقة	عينة البحث	عدد المشاهدات	تركيز البحث	وجود الأثر الإيجابي
1	Bassi and Buren	1999	و.م.أ	الشركات المدرجة	500	القيمة السوقية	نعم
2	Bontis et al.	2000	ماليزيا	الصناعات الخدمية وغير الخدمية	107	أداء الأعمال	نعم
3	Firer and Williams	2003	جنوب افريقيا	الشركات المدرجة	75	الربحية والقيمة السوقية	No
4	Riahi-Belkaoui	2003	و.م.أ	شركات متعددة الجنسيات	81	صافي القيمة المضافة والعائد على إجمالي الأصول	نعم
5	Chen et al.	2005	تايوان	الشركات المدرجة	4,254	الربحية والقيمة السوقية والإنتاجية	نعم
6	Goh	2005	ماليزيا	البنوك التجارية	16	الربحية	نعم
7	Hermans and Kauranen	2005	فنلندا	م.ص.م في مجال التكنولوجيا الحيوية	72	المبيعات المستقبلية	نعم
8	Kamath	2007	الهند	قطاع البنوك	98	الربحية	نعم
9	Tan et al.	2007	سنغافورة	الشركات المدرجة	150	الربحية وأداء السوق	نعم
10	Wang	2008	و.م.أ	الشركات الالكترونية	893	القيمة السوقية	نعم
11	Ting and Lean	2009	ماليزيا	القطاع المالي	20	الربحية	نعم
12	Diez et al.	2010	اسبانيا	الشركات ذات 25 موظف فأكثر	211	الربحية والأرباح	نعم
13	Zéghal and Maaloul	2010	المملكة المتحدة	شركات التكنولوجيا الفائقة	300	أداء سوق الأسهم	نعم
14	Chiu et al.	2011	الصين	شركات هونج كونج المدرجة	333	الربحية والقيمة السوقية والإنتاجية	نعم
15	Clark et al.	2011	استراليا	الشركات المدرجة	2,161	الربحية والإنتاجية	نعم
16	Phusavat et al.	2011	تايلندا	شركات التصنيع الكبيرة	24	الربحية والنمو في	نعم

	المبيعات والإنتاجية						
نعم	الربحية وعائد المخزون	279	شركات التكنولوجيا الحيوية	و.م.أ	2012	Guo et al.	17
نعم	الربحية والإنتاجية والقيمة السوقية	102 و 105	شركات الأدوية وشركات النسيج	الهند	2012	Pal and Soriya	18
سليبي	القيمة السوقية	21	الشركات العقارية	البرازيل	2014	Britto et al.	19
سليبي	القيمة السوقية	72	الشركات المدرجة	رومانيا	2014	Morariu	20
نعم	الربحية والقيمة السوقية	213	شركات التكنولوجيا	رابطة دول جنوب شرق آسيا ASEAN	2015	Nimtrakoon	21
نعم	الربحية	240	الشركات المصنعة	روسيا	2016	Andreeva and Garanina	22
لا	الربحية والأرباح والإنتاجية	2,137	شركات تكنولوجيا المعلومات	صربيا	2016	Dženopoljac et al.	23
نعم	أداء الابتكار	150	م.ص.م المصنعة	ايطاليا	2017	Agostini et al.	24
نعم	الأرباح والربحية والكفاءة والقيمة السوقية	207	شركات الأدوية	المملكة المتحدة	2017	Amin and Aslam	25
نعم	الربحية وعائد الشركات	1,714	الشركات المدرجة	البرازيل	2017	Jordão and de Almeida	26
نعم	الربحية	35	شركات حماية البيئة المدرجة	الصين	2017	Xu et al.	28
نعم	الربحية	11,265	الشركات المدرجة	الصين	2018	Li and Zhao	29
نعم	الأداء التنظيمي	128	كبار المسؤولين الماليين للشركات المدرجة	ايران	2018	Asiaei et al.	30
نعم	التدفق النقدي من التشغيل وEVA	455	الشركات المدرجة	نيجيريا	2018	Anifowose et al.	31
نعم	الأداء المالي والاجتماعي	151	المؤسسات التعاونية الاجتماعية	ايطاليا	2018	Bontis et al.	32
نعم	سمعة الشركات والأداء	452	الشركات غير المدرجة	ايطاليا	2018	Ginesti et al.	33
نعم	الربحية والقيمة السوقية	2,044	الشركات غير المالية المدرجة	14 دولة اوروبية	2018	Sardo and Serrasqueiro	34
نعم	الإنتاجية والربحية والقيمة السوقية ونمو المبيعات	710	الشركات المدرجة	الهند	2018	Smriti and Das	35
نعم	الربحية	16	البنوك المدرجة	تايلند	2018	Tran and Vo	36
نعم	الربحية ومعدل النمو المستدام	1,950	الشركات المصنعة	كوريا الجنوبية	2018	Xu and Wang	37

Source: (Xu and Li, 2019)

توضح الدراسات المدرجة زمنياً في الجدول أعلاه، أن العقبة الرئيسية ضمن رأس المال الفكري هي قياسه. تركز معظم الدراسات على تحليل رأس المال الفكري وأداء الشركة في البلدان أو المناطق المتقدمة، وقد أظهرت عموماً نتائج تجريبية متسقة.

يمكن للإدارة الفعالة لرأس المال الفكري أن تعزز الأداء التنظيمي بعدة طرق. يساعد رأس المال الفكري المؤسسات على الابتكار وإنشاء منتجات وخدمات جديدة. الشركات ذات رأس المال الفكري القوي تكون وضع أفضل لتحديد الاتجاهات والفرص الناشئة، مما يسمح لها بتطوير وإطلاق منتجات وخدمات جديدة بسرعة أكبر من منافسيها. وهذا يمنحهم ميزة تنافسية في السوق ويساهم في تحسين الأداء المالي.

يمكن لرأس المال الفكري تحسين التعلم والتطوير التنظيمي. حيث تستطيع المنظمات التي تستثمر في برامج التدريب والتطوير للموظفين تعزيز معارفهم ومهاراتهم، مما يؤدي إلى تحسين الأداء الوظيفي وزيادة الإنتاجية. وهذا بدوره يساهم في تحسين الأداء التنظيمي والربحية.

يمكن أن يساعد رأس المال الفكري المؤسسات على بناء علاقات أقوى مع العملاء والموردين وأصحاب المصلحة الآخرين، حيث تعد العلامة التجارية للشركة وسمعتها، والتي تعد جزءاً من رأس مالها الفكري، من العوامل الحاسمة في جذب العملاء والاحتفاظ بهم وبناء الثقة بين أصحاب المصلحة. يمكن أن تؤدي العلاقات القوية مع أصحاب المصلحة إلى زيادة الولاء وتكرار الأعمال والإحالات الشفهية الإيجابية، وكل ذلك يساهم في تحسين الأداء التنظيمي.

4. رأس المال الفكري والميزة التنافسية:

مصادر الميزة التنافسية هي موارد وقدرات العوامل الخارجية والداخلية، نميز هنا بين نوعين من الموارد: الملموسة وغير الملموسة. تتضمن الموارد الملموسة الموارد المالية والموجودات المادية المحددة والمقيمة في البيانات المالية للشركة، في حين تشكل الأصول غير الملموسة، الأصول غير المرئية ضمن تلك الموجودات (Jardon and Susana, 2012).

تتركز معظم الأبحاث حول العلاقة بين رأس المال الفكري والميزة التنافسية في النظرة القائمة على الموارد ونظرية رأس المال البشري ونظرية القدرات الديناميكية. توفر كل هذه النظريات سرداً مفصلاً لأداء الشركة باستخدام الموارد المتاحة على الرغم من القيود في تطبيقها (Kamukama, 2013).

وفقاً للرأي القائم على الموارد، تتأثر الميزة التنافسية المستمرة بالموارد القليلة، النادرة، غير القابلة للاستبدال والتي يصعب تقليدها (Barney, 1991؛ Stiles and Kulvisaechna, 2004). تنص النظرية القائمة على المعرفة على أن قواعد المعرفة غير المتجانسة بين الشركات، وكذا القدرة على إنشاء وتطبيق المعرفة هي المحددات الرئيسية للميزة التنافسية. إن مزج قواعد المعرفة المختلفة، وفقاً لهذه النظرية، يمنح الشركة وضعاً تنافسياً أفضل ضمن بيئة معينة (Kamukama, 2013).

على غرار نظرية الشركة القائمة على الموارد، يؤكد Spender (1996) أن الميزة التنافسية لا تنشأ إلا من استخدام الأصول النادرة وغير الملموسة للشركة. في سياق متصل، يقر Wang و Changa (2005) بأن رأس المال الفكري هو المحدد الأساسي للقدرة التنافسية الحالية والمستقبلية للشركة وكذلك نمو قيمة الشركة، كما يؤكد كل من Tovstiga و Tulugurova (2009) أن قاعدة الموارد الداخلية للشركة – وفي مقدمتها رأس مالها الفكري – عامل حاسم للأداء التنافسي في الشركات المتوسطة والصغيرة، حيث من خلال النتائج الرئيسية التي توصلوا إليها، لوحظ أن الميزة التنافسية تتحقق من جانب الشركات التي تنجح في تعبئة أصولها الفكرية، في شكل معرفة، مهارات التكنولوجيا، الخبرة وقدرات إستراتيجية.

يعتبر العديد من الباحثين أن رأس المال الفكري كأصل خفي وقيم، يشكل أقوى سلاح تنافسي في التأثير على أداء الشركة (Stewart, 1997). كما لخصت Hazline و Zubaidah (2009) بالقول إن رأس المال الفكري هو مصدر للميزة التنافسية، حيث يمكن أن يزيد من أرباح الشركة، في المقابل يرى بعض الباحثين مثل Firer و Williams (2003)، و PekChen (2005) أن تأثير رأس المال الفكري على الميزة التنافسية للشركة قد يكون مقصوراً على الصناعة والبلد.

رأس المال البشري هو ما يضيفه موظف واحد إلى عمليات خلق القيمة، التي تتكون من أربعة مؤشرات، وهي الكفاءة المهنية، الكفاءة الاجتماعية، تحفيز الموظفين والقدرة على القيادة بالتالي، تستطيع المؤسسات ذات القوى البشرية المتميزة وقدرة التعلم، أن تنسق وتجمع مواردها وقدراتها التقليدية بطرق جديدة ومميزة، لتوفير خدمات أفضل لعملائها مقارنة منافسها، مثل هذا الفعل يمكن أن يحقق مزايا للشركة، والتي قد تشمل رضا الموظفين، الاحتفاظ بالعملاء وتحسين السمعة التنظيمية (Kamukama and Sulait, 2017).

رأس المال الهيكلي يمكن أن يضيف قيمة إذا كان يعزز الخدمات ذات الجودة العالية أو يدعم خصائص المنتجات التي يمكن أن تؤثر على مستوى الخدمات المقدمة (Kamukama and Sulait, 2017)، تحتاج المنظمات إلى وجود هيكل وعمليات داخلية تمكن الموظفين من النجاح في تنفيذ المهام التي يقومون بها، في سياق إنشاء منتجات وتقديم خدمات للعملاء (Ronald and Parhizgari 2000).

داخل مؤسسة ما، مجموعة القيم المشتركة تساعد الشركات على تطوير علاقات قوية يمكن أن تقلص من احتمال السلوك الانتهازي. إضافة إلى ذلك، فإن توافق قيم الأفراد مع قيم المؤسسة يتيح للموظفين الثقة ببعضهم البعض، ومتابعة الأهداف الجماعية من خلال تبادل المعرفة والعمل الجماعي، هذا التأثير التآزري هو الذي يجعل الشركة فريدة، ويمكنها من بناء موقعها التنافسي في السوق (Bontis, 1998). تماشياً مع نظرية رأس المال الاجتماعي، جادل Bontis (2000) بأن العلاقة الاجتماعية تزيد من كفاءة العمل وتساعد السلوك التعاوني، ومع ذلك، يشير Hinge (2006) بأن شبكات العلاقات تحقق نتائج ملموسة، إذا كانت الأطراف المعنية قادرة على القيام بذلك.

أبرز Singh و Dyer (1998) أن رأس المال العلائقي لديه إمكانات كبيرة لخلق ميزة تنافسية لمنظمة من خلال التعاون مع المنظمات الأخرى، عن طريق إجراءات تبادل المعرفة والترابط بين المنظمات فيما بينها، ومع ذلك، يؤكد Auk (2009) أن رأس المال البشري هو أكثر أهمية في التأثير على الميزة التنافسية وأشار إلى أن كفاءة الموظفين، المهارات، الخبرات، القدرات تؤدي إلى ميزة تنافسية لمنظمات.

5. خاتمة:

التقارير المالية التقليدية لا تغطي سوى قيمة الموارد المادية والمالية للشركة والمنفصلة تماماً عن القيمة السوقية لها، الأمر الذي يجعل عملية اتخاذ القرارات الإستراتيجية أمراً يتحمل مجازفات كبيرة، بالنظر إلى البيانات المالية لا تمثل سوى جزءاً من الشهرة الحقيقية للشركة، وعليه، يجب أن تتخذ إدارة الشركة مجموعة من التدابير والمؤشرات تتكامل مع المجال المالي، على النحو الذي يعكس الموارد المتراكمة داخل الشركة (والتي تهيمن عليها المعلومات والمعرفة).

تؤكد الأدبيات الموجودة عن أهمية رأس المال الفكري في تحسين الميزة التنافسية والأداء للشركات. فرأس المال الفكري يشير إلى المعرفة والخبرات والبراءات والعلاقات والعلامات التجارية التي تمتلكها الشركة، والتي يمكن استخدامها لتطوير منتجات جديدة أو خدمات محسنة وتحسين الإدارة الداخلية للشركة.

ومع ذلك، هناك نقص في الأبحاث التجريبية التي تدرس العلاقة العملية بين رأس المال الفكري والأداء، فعلى الرغم من أن الأدبيات تشير إلى أن رأس المال الفكري يؤثر على الميزة التنافسية والأداء، إلا أنه لا يوجد ما يكفي من الأبحاث التي تدرس تأثير كل منهما بالتحديد. وي طرح هذا النقص تساؤلات حول مدى ارتباط رأس المال الفكري بالميزة التنافسية والأداء وهل يمكن للشركات تحسين أدائها عن طريق تحسين رأس المال الفكري؟ وبالتالي، فإن الأبحاث التجريبية هي ضرورية لفهم العلاقة الدقيقة بين هذه العوامل. بشكل عام، فإن التأثير الوسيط للميزة التنافسية والعلاقة بين رأس المال الفكري والأداء قد يكون محدوداً في الأدبيات. ومن الممكن أن يكون ذلك ناجماً عن صعوبة قياس وتحديد كلٍ من هذه العوامل بدقة وبالتالي، فإن الأبحاث التجريبية المستقبلية ستكون مهمة لتحديد العوامل المحددة التي تمثل الربط الوثيق بين رأس المال الفكري والأداء.

هناك أهمية جلية لدراسة وبحت الميزة التنافسية في مجال رأس المال الفكري والأداء، فهذا الجانب يعتبر من الجوانب الحاسمة لنجاح أي شركة. ولذلك، ينبغي على الباحثين والممارسين في هذا المجال دراسة هذه العلاقة بطريقة جيدة، من خلال دراسة هذه العلاقة، سيكون بمقدور الإدارة تكثيف المبادرات التي تساعد على تعزيز فهم وقبول مفهوم رأس المال الفكري وهو مفهوم حاسم في عصر الاقتصاد المعرفي. بتحقيق الهدف السابق، يمكن تحسين وضع الشركات التنافسية وتحسين أدائها المتميز، حيث سيتمكنون من استخدام المعلومات التي تم جمعها من الدراسة لتحسين منتجاتهم أو خدماتهم وجعلها أكثر جاذبية للعملاء. باختصار، ينبغي على الشركات والمؤسسات التي تريد النجاح في الاقتصاد المعرفي دراسة دور الميزة التنافسية في علاقتها برأس المال الفكري والأداء. فهذا العامل الحاسم سيساعدهم على تحسين مستواهم التنافسي وتحسين أدائهم في السوق.

6. قائمة المراجع:

1. Abeysekera, I. (2007), Intellectual capital reporting between a developing and developed nation, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 8 No. 2, pp. 329-345.
2. Alipour, M. (2012), The effect of intellectual capital on firm performance: an investigation of Iran insurance companies, *Measuring Business Excellence*, Vol. 16 No. 1, pp. 53-66.
3. Auw, E. (2009), Human capital, capabilities and competitive advantage, *International Review of Business Research Papers*, Vol. 5 No. 5, pp. 25-36.
4. Barney, J. (1991), Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*, Vol. 17 No. 1, pp. 99-120.
5. Bolcaş, C., & Ionescu, V. (2016). Intellectual capital. Knowledge and competitive advantage in the organisational management. *Manager*, No 23, pp. 38-45.
6. Bontis, N. (1998), Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 36 No. 2, pp. 63-76.
7. Bontis, N. (1999), Managing organisational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field, *International Journal of Technology Management*, Vol. 18 Nos 5/6/7/8, pp. 433-462.
8. Bontis, N. (2000), Intellectual capital and business performance in Malaysian industries, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 2 No. 1, pp. 67-80.
9. Bontis, N. (2002), National Intellectual Capital Index: Intellectual Capital Development in the Arab Region, Institute for Intellectual Capital Research, Ontario.
10. Bontis, N., Crossan, M. and Hulland, J. (2002), Managing an organisational learning system by aligning stocks and flows, *Journal of Management Studies*, Vol. 39 No. 4, pp. 439-469.

11. Bontis, N., Keow, W.C.C. and Richardson, S. (2000), Intellectual capital and business performance in Malaysian industry, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 1 No. 1, pp. 85-100.
12. Buenechea-Elberdin, M. (2017), Structured literature review about intellectual capital and innovation, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 18 No. 2, pp. 262-285.
13. Camfield, C.G., Giacomello, C.P. and Sellitto, M.A. (2018), The impact of intellectual capital on performance in Brazilian companies, *Journal of Technology Management and Innovation*, Vol. 18 No. 3, pp. 23-32.
14. Chen, J., Zhu, Z. and Yuan Xie, H. (2004), Measuring intellectual capital: a new model and empirical study, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 1, pp. 195-212.
15. Daou, A., Joseph, J., Yousif, D., Fathallah, R. and Reyes, G. (2019), Intellectual capital and resilience in torn societies, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 20 No. 4, pp. 598-618.
16. Daou, A., Karuranga, E. and Su, Z. (2013), Intellectual capital in Mexican SMEs from the perspective of the resource-based and dynamic capabilities views, *Journal of Applied Business Research*, Vol. 29 No. 6, pp. 1673-1688.
17. Dumay, J. (2016), A critical reflection on the future of intellectual capital: from reporting to disclosure, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 17 No. 1, pp. 168-284.
18. Dyer, J. and Singh, H. (1998), The relational view: cooperative strategy and sources of inter-organisational competitive advantage, *Academy of Management Review*, Vol. 23 No. 4, pp. 660-679.
19. Dženopoljac, V., Janošević, S. and Bontis, N. (2016), Intellectual capital and financial performance in the Serbian ICT industry, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 17 No. 2, pp. 373-396.
20. Edvinsson, L, Malone, M.S, (1998), *Videnkapital, Bursen, Copenhagen*
21. Ferramosca, S. and Ghio, A. (2018), Leveraging intellectual capital in developing countries: evidence from Kenya, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 19 No. 3, pp. 562-580.
22. Firer, S. and Williams, S.M. (2003), Intellectual capital and traditional measures of corporate performance, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4 No. 3, pp. 348-360.
23. Gogan, L., Artene, A., Sarca, I. and Draghici, A. (2016), The impact of intellectual capital on organisational performance, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 221, pp. 194-202.
24. Hazline, H. and Zubaidah, Z.A. (2009), Board structure and corporate performance in Malaysia, *International Journal of Economic and Finance*, Vol. 1 No. 1, pp. 150-164.
25. Hinge, M. (2006), Building relational capital, *Strategic Management Journal*, Vol. 5 No. 4, pp. 45-67.
26. Hussinki, H., Ritala, P., Vanhala, M. and Kianto, A. (2017), Intellectual capital, knowledge management practices and firm performance, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 18 No. 4, pp. 904-922.
27. Jardon, C. and Susana Martos, M. (2012), Intellectual capital as a competitive advantage in emerging clusters in Latin America, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 13 No. 4, pp. 462-481.
28. Jardon, C.M. and Susana Martos, M. (2012), Intellectual capital as competitive advantage in emerging clusters in Latin America, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 13 No. 4, pp. 462-481.
29. Kamukama, N. (2013), Intellectual capital: company's invisible source of competitive advantage, *Competitiveness Review*, Vol. 23 No. 3, pp. 260-283.
30. Kamukama, N. and Sulait, T. (2017), Intellectual capital and competitive advantage in Uganda's microfinance industry, *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 8 No. 4, pp. 498-514.
31. Kang, S.C. and Snell, S.A. (2009), Intellectual capital architectures and ambidextrous learning: a framework for human resource management, *Journal of Management Studies*, Vol. 46 No. 1, pp. 65-92.
32. Khaliq, M., Bontis, N., Abdul Nassir bin Shaari, J. and Hassan Md. Isa, A. (2015), Intellectual capital in small and medium enterprises in Pakistan, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 16 No. 1, pp. 224-238.

33. Loulou-Baklouti, S. and Triki, M. (2018), Preparers' and users' perception of intellectual capital information usefulness: a Tunisian exploratory study, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 19 No. 3, pp. 617-643.
34. Lu, W.M. (2012), Intellectual capital and university performance in Taiwan, *Economic Modelling*, Vol. 29 No. 4, pp. 1081-1089.
35. Martín-de-Castro, G., Delgado-Verde, M., López-Sáez, P. and Navas-López, J.E. (2011), Towards 'an IC-based view of the firm': origins and nature, *Journal of Business Ethics*, Vol. 98 No. 4, pp. 649-662.
36. Marzo, G. and Scarpino, E. (2016), Exploring intellectual capital management in SMEs: an in-depth Italian case study, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 17 No. 1, pp. 27-51.
37. Mohammadi, A. and Taherkhani, P. (2017), Organisational capital, intellectual capital and cost stickiness (evidence from Iran), *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 18 No. 3, pp. 625-642.
38. Montequín, V.R., Fernández, F.O., Cabal, V.A. and Gutierrez, N.R. (2006), An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises, *Journal of Information Science*, Vol. 32 No. 6, pp. 525-538.
39. Montequín, V.R., Fernández, F.O., Cabal, V.A. and Gutierrez, N.R. (2006), An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises, *Journal of Information Science*, Vol. 32 No. 6, pp. 525-538.
40. Nadeem, M., Farooq, M. and Ahmed, A. (2019), Does female representation on corporate boards improve intellectual capital efficiency? *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 20 No. 5, pp. 680-700.
41. Naeimah Fahad, S. A., & Benlaria, H. (2023). Using the PLS-SEM Model to Measure the Impact of the Knowledge Economy on Sustainable Development in the Al-Jouf Region of Saudi Arabia. *Sustainability*, 15(8), 6446. <https://doi.org/10.3390/su15086446>
42. Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998), Social capital, intellectual capital, and the organisational advantage, *Academy of Management Review*, Vol. 23 No. 2, pp. 242-266.
43. PekChen, G. (2005), Intellectual capital performance of commercial banks in Malaysia, *Journal of Intellectual capital*, Vol. 6 No. 3, pp. 385-396.
44. Powell, W. W., & Snellman, K. (2004). The knowledge economy. *Annual Review of Sociology*, 30(1), 199-220. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100037>
45. Ramirez, Y., Merino, E. and Manzaneque, M. (2019), Examining the intellectual capital web reporting by Spanish universities, *Online Information Review*, Vol. 43 No. 5, pp. 775-798.
46. Reed, K.K., Lubatkin, M. and Srinivasan, N. (2006), Proposing and testing an intellectual capital-based view of the firm, *Journal of Management Studies*, Vol. 43 No. 4, pp. 867-893.
47. Renaud, K., Von Solms, B. and Von Solms, R. (2019), How does intellectual capital align with cyber security? *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 20 No. 5, pp. 621-641.
48. Ronald, G. and Parhizgari, A.M. (2000), Organisational indicators to support service quality, *Journal of Managing Service Quality*, Vol. 10 No. 1, pp. 46-51.
49. Roos, J., Roos, G., Dragonetti, N. and Edvinsson, L. (1997), *Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape*, Macmillan, London.
50. Seleim, A. and Bontis, N. (2013), National intellectual capital and economic performance: empirical evidence from developing countries, *Knowledge and Process Management*, Vol. 20 No. 3, pp. 131-140.
51. Şerban, O. (2022). The Multilevel Knowledge Economy Pyramid Model as a Flexible Solution to Address the Impact of Adverse Events in the Economy. *Sustainability*, 14(19), 12332. <https://doi.org/10.3390/su141912332>
52. Sharabati, A.A.A., Jawad, S.N. and Bontis, N. (2010), Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan, *Management Decision*, Vol. 48 No. 1, pp. 105-131.

53. Spender, J.C. (1996), Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm, *Strategic Management Journal*, Vol. 17 No. 5, pp. 45-62.
54. Stewart, T.A. (1997), *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*, Bantam Doubleday Dell Publishing Group, New York, NY.
55. Stiles, P. and Kulvisaechana, S. (2004), *Human Capital and Performance in Public Sector*, Judge Institute of Management, University of Cambridge, Cambridge.
56. Tovstiga, G. and Tulugurova, E. (2009), Intellectual capital practices: a four-region comparative study, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 10 No. 1, pp. 70-80.
57. Wang, W. and Changa, C. (2005), Intellectual capital and performance in causal models: evidence from the information technology industry in Taiwan, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 6 No. 2, pp. 222-36.
58. Wang, Y., Su, X., Wang, H. and Zou, R. (2019), Intellectual capital and technological dynamic capability: evidence from Chinese enterprises, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 20 No. 4, pp. 453-471.
59. Wang, Z., Wang, N. and Liang, H. (2014), Knowledge sharing, intellectual capital and firm performance, *Management Decision*, Vol. 52 No. 2, pp. 230-258.
60. Xu, J. and Li, J. (2019), The impact of intellectual capital on SMEs' performance in China, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 20 No. 4, pp. 488-509.

اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال مع الإشارة إلى تجارب دولية

Knowledge economy and entrepreneurship, with reference to international experiences

منيرة معزوزي¹، جمال لطرش²

¹ المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله (الجزائر)

² المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله (الجزائر)

ملخص: هدفت هذه الورقة البحثية إلى دراسة وصفية استقرائية لموضوع اقتصاد المعرفة، وإبراز أهميته البالغة في تقدم ورقي ونمو الدول، من خلال تحديد مفهوم اقتصاد المعرفة وأهميته والركائز التي يقوم عليها، كما تناولت الدراسة مؤشرات واستقراء وتحليل مؤشر المعرفة العالمي، مع عرض التجربة العربية وبعض التجارب الدولية، وكذا علاقته بريادة الأعمال مع الإشارة إلى تجارب ناجحة في ريادة الأعمال والمؤسسات الناشئة في الجزائر، وقد خلصت الدراسة إلى أن اقتصاد المعرفة عبارة عن نظام متكامل للإنتاج في كل المجالات، حيث تصدرت الإمارات العربية المتحدة بالمرتبة الأولى في ترتيب الدول العربية في مؤشر المعرفة العالمي ب 66.1 نقطة، وكانت تجربة كل من ماليزيا وكوريا الجنوبية من انجح التجارب الأجنبية في التوجه نحو اقتصاد المعرفة، والتي ينبغي الاستفادة منها، كما وله تأثير كبير على تحقيق الريادة في الأعمال.

الكلمات المفتاحية: المعرفة؛ اقتصاد المعرفة؛ ريادة الأعمال؛ تجارب دولية.

Abstract: This research paper aimed at a descriptive and inductive study of the subject of the knowledge economy, and to highlight its great importance in the progress and development of countries, by defining the concept of the knowledge economy, its importance and the pillars on which it is based. International, as well as its relationship to entrepreneurship, with reference to successful experiences in entrepreneurship and startups in Algeria. The study concluded that the knowledge economy is an integrated system of production in all fields, as the United Arab Emirates ranked first in the ranking of Arab countries in the global knowledge index with 66.1 points, and the experience of Malaysia and South Korea were among the most successful foreign experiences in moving towards an economy Knowledge, which should be utilized, has a significant impact on achieving leadership in business.

Keywords: Knowledge; Knowledge economy; Entrepreneurship; International experiences.

عرف العالم تقديماً علمياً وتكنولوجياً كبيراً وبوتيرة سريعة جداً، يرجع الأمر فيه إلى المعرفة ودورها الفعال في العملية الإنتاجية، الأمر الذي دفع بعجلة التنمية والتطور في جميع الميادين، حيث أصبحت المعرفة دعامة حقيقية لعوامل الإنتاج، ومن هنا ظهر مصطلح اقتصاد المعرفة، هذا من جهة، ومن جهة أخرى أصبحت ريادة الأعمال من الموضوعات التي يهتم بها ويناقشها المجتمع والبحث الأكاديمي والتدريب، تشهد بيئة الأعمال العالمية الآن العديد من التغييرات المتسارعة نتيجة التطورات التكنولوجية الهائلة والعولمة، بالإضافة إلى التوجه نحو التخصص، ومع تعاظم دور وأهمية المعرفة خاصة مع التحول لاقتصاد المعرفة، الأمر الذي أدى إلى الاهتمام بشكل أكبر بريادة الأعمال، وتشجيع الأعمال الحرة، والمشاريع الريادية والابتكارية، نظراً لما تحقّقه من تنمية اقتصادية واجتماعية، وزيادة الثروات وفرص العمل من خلال الإبداع والابتكار وغيرها من المزايا المتعددة لكل هذه الأسباب يتبادر إلى أذهاننا التساؤل التالي :

ما مدى أهمية اقتصاد المعرفة؟ وما علاقته بريادة الأعمال؟

وللإجابة على هذا السؤال يتعين علينا أولاً أن نبين ما المقصود من اقتصاد المعرفة وما هي مؤشرات، ومن هنا تبادرت إلى أذهاننا التساؤلات الفرعية التالية:

- ما المقصود باقتصاد المعرفة؟

- ما هي مؤشرات اقتصاد المعرفة؟

- كيف كانت تجارب الدول التي تحولت لاقتصاد المعرفة؟

1.1. أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في أهمية موضوعي اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال للدول لما لهما من أثر إيجابي على النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة.

2.1. أهداف الدراسة: يتمثل الهدف الأساسي من هذه الدراسة إلى:

• تقديم إطار نظري حول اقتصاد المعرفة.

• تقديم تجارب دولية حول تبني اقتصاد المعرفة.

• تقديم تجارب حول ريادة الأعمال.

2. أساسيات حول اقتصاد المعرفة:

نتطرق في هذا الجزء النظري إلى الإطار المفاهيمي لاقتصاد المعرفة من خلال تقديم نشأته ومفهومه ومؤشرات، في اقتصاد المعرفة تعتبر المعرفة المحرك الرئيس للنمو الاقتصادي، ويعتمد اقتصاد المعرفة على توافر تقنية الاتصالات والمعلومات، وتستخدم الابتكار والرقمنة لإنتاج سلع وخدمات ذات قيمة مضافة. يضم الاقتصاد المعرفي قطاعات عديدة أساسها قطاع الاتصالات وتقنيات المعلومات وكافة الأنشطة الرقمية في باقي القطاعات الإنتاجية، السلعية، والخدمات الأخرى، لاسيما المال والأعمال والسياحة والتأمين والنقل والمواصلات، ويعتبر الاقتصاد معرفياً عندما تفوق أعداد العمالة في القطاعات المعرفية العمالة في القطاعات الاقتصادية الأخرى، مثلما حدث في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1967 عندما بلغت نسبة العمالة في قطاعات المعرفة نسبة 53% من إجمالي العمالة (عبد المنعم وقعلول، 2019، صفحة 6).

1.2. نشأة وتطور اقتصاد المعرفة (Knowledge Economy):

اتجه الاقتصاد العالمي في عصر المعلومات إلى تطبيق اقتصاد المعرفة، وذلك لما يوفره من تحسين ملحوظ للممارسات الاقتصادية، يقوم هذا المصطلح على فهم دور الابتكار ورأس المال البشري والمعرفي في تعزيز معدلات النمو الاقتصادي، وإذا نظرنا إلى التطور الاقتصادي، فنجد أنه مر بثلاثة مراحل متتالية، أولها مرحلة "الاقتصاد الزراعي"، وخلال هذه المرحلة كانت الزراعة المصدر الرئيسي للإنتاج والثروة، وتركزت المعرفة الزراعية في مناطق محددة، وأصبح التوصل إلى فكرة أو اكتشاف حكر على من اكتشفها مما ساهم في تباطؤ المعرفة وضياع الكثير من أسرارها وإنجازاتها.

أما المرحلة الثانية فكانت مرحلة "الاقتصاد الصناعي" والتي بدأت في النصف الثاني من القرن الثامن عشر في إنجلترا، وقد كانت الثورة الصناعية بداية تقدم عالمي في الصناعة والزراعة والنقل والمواصلات والتجارة والمصارف وغيرها من المجالات، أما المرحلة الثالثة "الاقتصاد المعرفي" فقد بدأت في الربع الأخير من القرن العشرين، واتجه الاقتصاد العالمي إلى تطبيق الاقتصاد المعرفي، وذلك لما يوفره من تحسين ملحوظ للممارسات الاقتصادية في العالم، كما أنه يوفر اقتصادا عالميا مترابطا بسبب توفر مصادر المعرفة والتي تعتبر من أهم الموارد التي تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي، كما يتيح الاقتصاد المعرفي إمكانية التعلم والاستثمار في رأس المال البشري، والذي يعتبر من أهم المصادر الإنتاجية التي تحقق أرباح وفوائد تعود على الأفراد والشركات والاقتصاد ككل (عبد الحميد، 2023، الصفحات 94-95).

يطلق عليه أيضا "الاقتصاد المبني على المعرفة"، كما يطلق عليه الاقتصاد الجديد، وقد ظهرت أول الأبحاث والدراسات للاقتصاد الجديد في الستينات من القرن الماضي على يد الاقتصادي فيرتز ماكلوب "Machlup Fritz" الذي أشار فيها إلى أن الاقتصاد الجديد يتمثل في اقتصاد الخدمات، حيث كانت الأبحاث آنذاك متجهة نحو دراسة وتحليل المخرجات المادية للإنتاج، وهو ما دفع "ماكلوب" لدراسة المنتجات المعرفية وتطور تحليله لمفهوم "اقتصاد المعرفة"، من خلال عمل علمي متميز كان له دور كبير ومساهمة عظيمة في ظهور مفهوم الاقتصاد المعرفي، وذلك من خلال مؤلفه "The production and Distribution of Knowledge in United States"، كما أن "بيتر دراكر" استخدم مصطلح اقتصاد المعرفة و مجتمع المعرفة "and Society Knowledge Economy Knowledge" في الفصل الثاني "Age of Discontinuity" (بوعزة و عبد السعيدة، 2023، الصفحات 184-185).

وفي عام 1977 قدم كل من "مارك يوري بورات"، و"مايكل روبين" إسهاما نظريا متكاملًا عن الاقتصاد الجديد في مؤلف مكون من 9 أجزاء تحت عنوان "The Information Economy" حاولا من خلاله قياس وتقدير حجم الاقتصاد الجديد ووصفاه عبر أبحاثهما "باقتصاد المعلومات"، وقد خلاصا من خلال هذا المؤلف إلى التحديد الدقيق لطبيعة القطاعات الاقتصادية المتضمنة في إطار الاقتصاد الجديد والفرق بينها وبين القطاعات التقليدية الأخرى، وأوضحا أن العالم صار يتعامل فعلا مع صناعات معرفية تكون الأفكار منتجاتها، والبيانات موادها الأولية والعقل البشري أدواتها، إلى حد باتت المعرفة المكون الرئيس للنظام الاقتصادي والاجتماعي المعاصر. من هذا المنطلق أصبحت البشرية على عتبة عصر جديد تلعب فيه إجراءات حقن الاختراعات في الاقتصاد (Innovations Injection) دورا أساسيا في تسريع حركة المعرفة وضخها ونشرها عبر موجات العولمة، ومن هنا برزت مفاهيم الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية التي تشكل المعرفة جوهرها والقوة المحركة الرئيسة فيها (عبد المنعم و قعلول، 2019، الصفحات 9-10).

اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال مع الإشارة إلى تجارب دولية

وتوالى الإسهامات النظرية في هذا الإطار، حيث كان للاقتصادي الأمريكي " جوزيف ستيجلتز " الحائز على جائزة نوبل إسهام آخر في إطار اقتصاد المعرفة اهتم من خلاله بدراسة طبيعة التحول الذي من الضروري أن تشهده السياسات الحكومية في إطار الاقتصاد الجديد في مؤلفه الذي كان بعنوان " Economy Policy Public for Acknowledge " (بوعزة و عبد السعيدة، 2023، صفحة 185).

2.2. تعريف اقتصاد المعرفة:

أشار عديد الباحثين والممارسين لمفهوم اقتصاد المعرفة منذ ظهوره، وفيما يلي نحاول تقديم أهم ما تناولته الدراسات والأبحاث، فقد عرف اقتصاد المعرفة بأنه الاقتصاد الذي تمثل المعرفة الجزء الأكبر من قيمته المضافة، مما يجعلها المكون الأساسي في العملية الإنتاجية حسب مفهوم التسويق، ويزداد النمو بزيادة عنصر المعرفة المرتبطة بالاتصال وتقنية المعلومات فاقصاد المعرفة يشكل نمطا متطورا من الاقتصاد يعتمد على المعلوماتية وشبكة الانترنت في مختلف مجالاته مع مواكبة التطور المستمر في الإبداع والابتكار والمعرفة (لعاوي، 2023، صفحة 69).

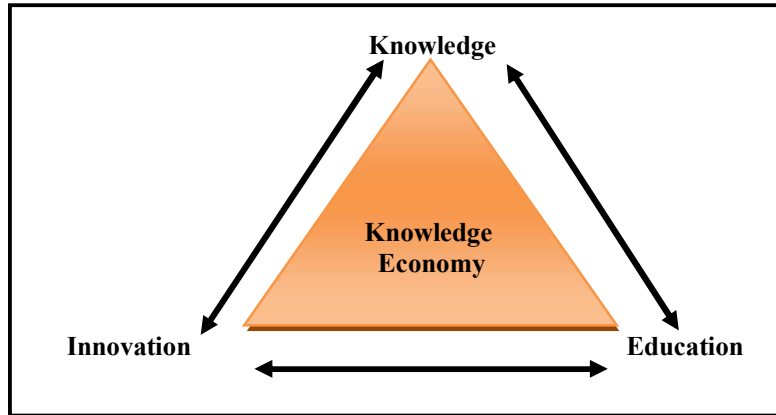
وقد عرف برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) سنة 2003 اقتصاد المعرفة بأنه نشر وإنتاج المعرفة وتوظيفها في جميع مجالات النشاط المجتمعي، الاقتصادي، المجتمع المدني، السياسة، الحياة الخاصة، وصولا لترقية الحالات الإنسانية، ويتطلب ذلك بناء القدرات البشرية الممكنة والتوزيع الناجح للقدرات البشرية (معزوز و عزوز، 2020، صفحة 96).

ومن خلال ما سبق يمكن أن نعرف اقتصاد المعرفة إجرائيا بأنه حجم المعرفة والمعلومات والاستثمارات والتكنولوجيا ومدى تغلغلها في الاقتصاد.

3.2. خصائص اقتصاد المعرفة:

يعتمد اقتصاد المعرفة على ثلاث مفاهيم أساسية وهي المعرفة والتعليم والإبداع كلما زاد الدمج والتداخل بينها كلما أدى إلى تحقيق النمو والريادة، والشكل الموالي يوضح خصائص اقتصاد المعرفة.

الشكل رقم 01: خصائص اقتصاد المعرفة



المصدر: محمد عزت سعد محمود وآخرون، اقتصاد المعرفة يدعم مفهوم ريادة الأعمال، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد السادس، العدد الخامس والعشرون، يناير 2021، ص: 631.

والتي يمكن شرحها كما يلي (محمود، الجداوي، و علي سالم، 2021، الصفحات 631-632):

- المعرفة (Knowledge): هي المقدرة لدى الفرد على استيعابها يدور حوله عن معلومات في شتى المجالات وسعيه للحصول على تلك المعلومات واكتسابها ويكون ذلك من خلال الملاحظة والتأمل والتجربة وأيضا بمراقبة ما يفعله الآخرون ومتابعة النتائج التي توصلوا إليها وتحليل تلك النتائج والبحث ومحاولة إيجاد المجهول فيها للوصول إلى المعرفة الحقيقية وتتكون المعرفة أيضا من خلال مجهود الفرد وخبراته المكتسبة في عدة مجالات مختلفة.



البنية التحتية الرقمية القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تسهل نشر وتجهيز المعلومات لتلائم الاحتياجات، وتهدف السياسات إلى جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أكثر إتاحة ويسر، وتخفيض التعريفات الجمركية على منتجات التكنولوجيا حيث أصبحت المنتجات كثيفة المعرفة هي الأكثر نمواً وتأثيراً في الاقتصاد العالمي، وتحتل الدول مراكزها التنافسية في العالم بناءً على قدرتها في سرعة الإبداع والابتكار، فالأفكار والمعرفة تنتشر في جميع أنحاء العالم في وقت قياسي في ظل العولمة.

إن التقدم العلمي والتطور التكنولوجي والصناعي إضافة إلى العولمة سمح بتدفق المعلومات ورأس المال والاستثمارات والعمالة والسلع والخدمات، وقد نتج عن ذلك منافسة حادة تشتد يوماً بعد يوم بفعل التطورات التكنولوجية المتسارعة وتكنولوجيا الاتصال والتجارة الإلكترونية والتكتلات الاقتصادية هذا ما يسمى بالمجتمع التكنولوجي (Digital Society).

- الإبداع (Innovation): من أهم عناصر اقتصاد المعرفة فهو نظام فعال لإضافة القيمة بما يكفي لتحقيق فائدة للعميل أو يساعد المؤسسة على خفض التكاليف وأن تقدم في نفس الوقت منتجات وخدمات تعمل بكفاءة، بمعنى آخر إضافة قيمة لكل من المؤسسة والعميل. وذلك من خلال التعاون المثمر مع المؤسسات الأكاديمية وغيرها من المنظمات التي تستطيع مواكبة ثورة المعرفة المتنامية واستيعابها وتكييفها مع الاحتياجات المحلية.

- التعليم (Education): هو حجر الأساس لنجاح اقتصاد المعرفة، يمثل ذلك العديد من الدول كتيوان، هونج كونج، ماليزيا، الهند، تركيا، كوريا وغيرها من الدول التي تحول اقتصادها وتمكنت خلال العقد الماضي أن تثبت حضورها الاقتصادي بقوة بفضل الاستثمارات الكبيرة في التعليم والتدريب المهني. فالتعليم أساسي للإنتاجية والتنافسية الاقتصادية ويتعين على الدول أن توفر الكفاءات الإبداعية والعقول المبتكرة (رأس المال البشري) القادرة على إدماج التكنولوجيات الحديثة في العمل. وذلك من خلال دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع المهارات الإبداعية.

- هناك مجموعة من السمات التي يتميز بها اقتصاد المعرفة التي أصبحت السمة الغالبة للاقتصاديات والتي يمكن حصرها فيما يلي (بولومة، ميموني، و خراف، 2019، صفحة 34):
- الاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية والعملية وبالذات عالية المستوى في عمل الاقتصاد وفي أداء نشاطاته وفي توسعه ونموه؛
 - الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس المال الفكري والمعرفي الذي يميز الاقتصاد المعرفي بما فيها من استخدام واسع للبحوث والدراسات التطبيقية؛
 - الاعتماد على القوى العاملة المؤهلة والمتخصصة والمدربة على التقنيات الجديدة حيث أشارت الدراسات الحديثة للاقتصاديات المتقدمة أن قطاع المعلومات هو المصدر الرئيسي للدخل القومي؛
 - انتقال النشاط الاقتصادي من إنتاج وصناعة السلع إلى إنتاج وصناعة الخدمات المعرفية نتيجة لتقارب العديد من هذه الصناعات؛
 - اعتماد التعلم والتدريب المستمرين، وإعادة التدريب والتأهيل المستمر التي تضمن للعاملين مستويات عالية من التدريب ومواكبة التطورات التي تحدث في ميادين المعرفة؛
 - توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات توظيفا يتسم بالفعالية لما له من تأثير على مجريات الاقتصاد بشكل خاص والحياة الاجتماعية بشكل عام؛
 - تفعيل عمليات البحث والتطوير كمحرك للتغيير والتنمية لما لهذه العمليات من صدى كبير في التأثير على خطى التقدم في مجالات المعرفة والبحث عن طرق جديدة وبديلة لسير العمليات الاقتصادية، وقد اتضح ذلك في اقتصاديات الدول المتقدمة، كذلك زيادة حجم الإنفاق على البحث والتطوير لما له من أهمية كبرى في سير عملية التطور والتقدم داخل البلد.
- 5.2. ركائز اقتصاد المعرفة:

يمكن توضيح أهم ركائز اقتصاد المعرفة من خلال الشكل التالي (حري، الصفحات 130-131):

الشكل رقم 02: ركائز اقتصاد المعرفة



يبين الشكل أعلاه ما يلي:

- ركيزة الحافز الاقتصادي والنظام المؤسسي (Economic Incentive and institutional system): هي تقوم على أسس اقتصادية قوية تستطيع توفير الأطر القانونية والسياسية التي تهدف إلى تحقيق زيادة الإنتاجية والنمو، وتشمل هذه السياسات على منتجات وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والنظام المؤسسي هو الإطار الذي يضمن بيئة اقتصادية مستقرة ومنافسة وسوق عمل مرنة وحماية اجتماعية كافية، ويقصد به دور الحكومات في توفير الإطار الاقتصادي والحوافز في مجتمع الأعمال وغيرها من الشروط التي تعمل على دفع اقتصاد المعرفة.
- ركيزة التعليم (Education): وتتعلق بتوفير الاحتياجات الأساسية للإنتاجية والتنافسية الاقتصادية، فالتعليم هو بوابة مجتمع المعلومات، وهو أحد ركائزه الهامة، حيث يوفر أفضل الوسائل لكسر القيود التي تعيق أو تصعب الاطلاع على المنجزات العلمية والمعلومات التقنية الحديثة.
- ركيزة الإبداع والابتكار (Innovation): تعتبر ثقافة الابتكار والإبداع عنصر مهم لتنمية مواهب الفرد ومصدر الميزة التنافسية لاقتصاد المعرفة.
- ركيزة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Information and Communication Technology): تسهل نشر و تجهيز المعارف وتكييفها مع احتياجات النشاط الاقتصادي وتحفيز ودعم المشاريع لإنتاج القيمة المضافة، وتعتبر تقنية المعلومات والاتصالات إحدى أهم ركائز وأعمدة اقتصاد المعرفة، وأفضل طريقة لتوليد المعرفة والإبداع، وتعتبر البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال هي العامل الأهم لتحديد القدرة على الانتقال إلى اقتصاد المعرفة.

6.2. مبررات التحول إلى اقتصاد المعرفة:

يتطلب اقتصاد المعرفة شرطان أساسيان هما إقامة بنى تحتية تكنولوجية متطورة والاستثمار في الرأس مال الفكري، كما يلي (بن جيمة، الصفحات 129-130):

- تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

إن تشييد بنى تحتية تكنولوجية في إطار اقتصاد المعرفة يكون أساسا بالاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كصناعة البرمجيات وصناعة معدات الإعلام الآلي، فهذه التكنولوجيات لها دور أساسي في عملية تسريع وتجديد دورة العمل والإنتاج، فقد غيرت ولاسيما تكنولوجيا المعلومات والاتصالات طريقة التفكير والعمل وساهمت في تحسين ظروف الحياة وخاصة الاقتصادية منها، ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تساهم وبطريقة فعالة في ردم الفجوات بين البلدان النامية والبلدان المتقدمة مع نهاية العقد الثاني من هذا القرن حيث بدأت البلدان النامية باستخدام هذه التكنولوجيا منذ مطلع الثمانينات من القرن الماضي بغرض التحول إلى اقتصاد المعرفة، إلا أن هذا لن يكتمل إلا بإنشاء مراكز للبحث والتطوير لدفع عجلة التنمية التكنولوجية، كما ينبغي أيضا تعزيز استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جميع مراحل التعليم والتدريب وتنمية الموارد البشرية.

- الرأس المال الفكري:

إن الاستثمار في الرأس المال البشري يهدف إلى الحصول على مداخيل أكثر من التكاليف التي يتطلبها فالرأس المال البشري يشير إلى مجموعة المعارف والمهارات والخبرات، وكل القدرات التي تمكن من زيادة إنتاجية العمل داخل المؤسسة، والرأس المال

اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال مع الإشارة إلى تجارب دولية

الفكري أو ما يطلق عليه بالأصول الذكية، يعرف حسب توماس ستيفارت بأنه المواهب والمهارات والمعرفة التقنية والعلاقات والخبرات التي يمكن أن تستخدم لخلق الثروة، وقد بدأ الاهتمام بهذا النوع من الأصول منذ مطلع التسعينات من القرن الماضي حيث أشار الكثير من الباحثين إلى أن الأصول الرئيسية للعديد من المؤسسات في ميدان إنتاج التكنولوجيا العالية لا تتمثل في الأصول المادية فقط، ولكن في مهارات أفرادها وفي التراكم الفكري والمعرفي الذي تملكه المؤسسة، ويتكون الرأس المال الفكري من عدد من المكونات غير المادية وهي:

• **الأصول البشرية:** وهي المعرفة والمهارات والخبرات؛

• **الأصول الفكرية:** وهي المعلومات والمذكرات المكتوبة والمنشورات؛

• **الملكية الفكرية:** وتشمل براءات الاختراع وحقوق الطبع والعلامات التجارية؛

• **الأصول الهيكلية:** وتتمثل في الثقافة والنماذج التنظيمية والإجراءات وقنوات التوزيع؛

• **رأس المال العلاقات:** وهو يعكس طبيعة العلاقات التي تربط المؤسسة بعملائها ومورديها ومنافسها.

ويشير الرأس المال الفكري إلى المعرفة التي يمكن تحويلها إلى أرباح، ولكي تتم الاستفادة القصوى منه فإنه لا بد من إدارته بفعالية، مما يعني أن الإدارة الفعالة لرأس المال الفكري هي الوجه الجديد لاقتصاد المعرفة حيث صار لرأس المال الفكري دور كبير في خلق القيمة للمؤسسة.

7.2. مؤشرات اقتصاد المعرفة:

وحسب (Chen & Dahlman) منهجية تقييم المعرفة ("KAM" the Knowledge Assessment Methodology) هي أداة

تشخيص وقياس مرجعية تفاعلية سهلة الاستخدام، تم تصميمها لمساعدة البلدان على فهم نقاط القوة والضعف لديها، وذلك لقياس مدى قدرة الدول على إنتاج وتوطين ونشر المعرفة وتوظيفها في النظم الاقتصادية في 146 دولة حول العالم، وتساعد هذه المنهجية في تحديد الجوانب الواجب على الدول الاستثمار فيها للتوجه نحو الاقتصاد المعرفي ومن ثم العمل عليها لتطوير السياسات والاستثمارات المناسبة لإعطاء التوجيه لطموحاتها وآلياتها لتمكين صانعي السياسات والقادة من مراقبة التقدم وتسهيل عملية الانتقال من خلال مقارنة نفسها مع الجيران أو المنافسين أو البلدان الأخرى التي قد يرغبون في محاكاتها.

وتعد هذه المنهجية أحد أبرز مؤشرات قياس الاقتصاد المعرفي وأكثرها دقة وشمولا، وتستند هذه المنهجية إلى الركائز الأربعة لاقتصاد المعرفة وهي: التعليم، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والبحث والتطوير، والحوافز الاقتصادية والنظام المؤسسي، ولقياس الركائز الأربعة فإنه يتم قياس مجموعة من المتغيرات والمؤشرات الفرعية لكل منها، كما وتنقسم منهجية قياس المعرفة إلى مؤشرين رئيسيين يمكن بيانها فيما يلي (عبد الحميد، 2023، الصفحات 100-102):

- مؤشر المعرفة "KI: Knowledge Index": يقيس قدرة الدولة على توليد المعرفة ونشرها.

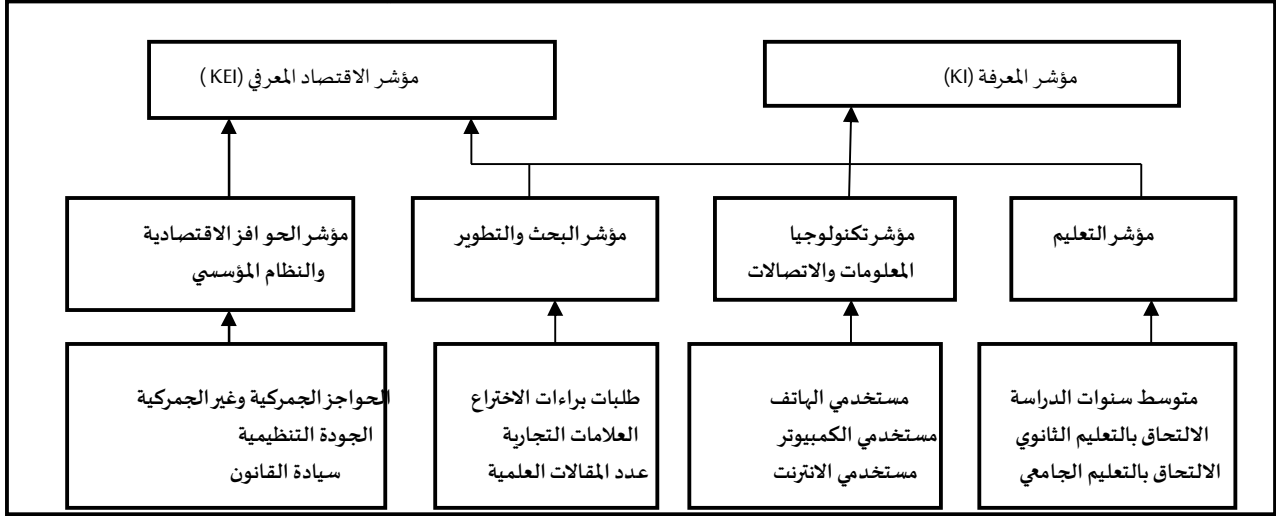
مؤشر المعرفة = مؤشر التعليم + مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات + مؤشر البحث والتطوير.

- مؤشر اقتصاد المعرفة "KEI: Knowledge Economy Index": وهو مؤشر تجميعي يقيس قدرة الدولة على توليد المعرفة وتوطينها ونشرها من ناحية وقدرتها على توظيف المعرفة في النظم الاقتصادية من ناحية أخرى.

مؤشر اقتصاد المعرفة = مؤشر المعرفة + مؤشر الحوافز الاقتصادية والنظام المؤسسي.

يمكن توضيح مؤشري المعرفة (KI) والاقتصاد المعرفي (KEI)، فضلا عن المؤشرات الفرعية لكل منهما التي حددها البنك الدولي في الشكل التالي:

الشكل رقم 03: مؤشرات المعرفة (KI) والاقتصاد المعرفي (KEI)



المصدر: أسماء محمد حافظ عبد الحميد، أثر الاقتصاد المعرفي على النمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة (1990-2020) دراسة قياسية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 4، العدد 2، الجزء 4، يوليو 2023، ص: 102، بالاعتماد على (World Bank, 2007)

8.2. متطلبات بناء اقتصاد المعرفة:

يتطلب التحول إلى اقتصاد المعرفة استراتيجيات طويلة الأجل تركز على تطوير الركائز الأربع للتعليم الأساسي، ويعني هذا في البداية أن البلدان بحاجة إلى فهم نقاط القوة والضعف لديها، ثم العمل ببناء علمها لتطوير السياسات والاستثمارات المناسبة لإعطاء التوجيه المناسب لمواطنيهم وآلياتهم لتمكين صانعي السياسات والقادة من متابعة التقدم المحرز مقابل مجموعة الأهداف.

إن أهم متطلبات التحول نحو اقتصاد المعرفة هو إدارة المعرفة بهدف تسهيل الوصول إلى المعلومة، وإعادة الاستفادة منها باستخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات الحديثة، حيث هناك مجموعة من العناصر لبيان مدى توفر المعرفة المفيدة نلخصها في المعادلة التالية (معزوز و عزوز، 2020، الصفحات 96-97):

$$AUK=ADNI+CAV+RI+PNI+PK+ASI$$

Availability of Useful Knowledge = Ability to Discover New Idea+ Characteristic Additional Value + Registering of Information+ Prove of New Information+ Protecting of Knowledge + Protecting of Knowledge + Absolute Sharing of Information

وحسب (Kbar) سنة 2012 يكون شرح المعادلة السابقة المبينة للمؤشر بيان مدى توافر المعرفة المفيدة كما يلي:

- القدرة على اكتشاف الأفكار الجديدة (ADNI): وتعتمد على وجود قاعدة عريضة من المعرفة، ووجود نظام تعليمي جيد ووجود برامج تنافسية جيدة، ووجود نظام للحوافز، والقدرة على اكتساب الخبرات.

- قيمة إضافية مميزة (CAV): وتعتمد على جودة البحوث، القدرة على الابتكار و الإبداع، تقييمها بواسطة نظام معياري مشاركة المعرفة.

اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال مع الإشارة إلى تجارب دولية

- تسجيل المعلومات (RI): وتعتمد على التكنولوجيا الحديثة، الرغبة في التوثيق، التكنولوجيا الفائقة.
- إثبات المعلومات الجديدة (PNI): وتعتمد على تحكيم العمل، القدرة على تطبيق دليل على المفهوم، القدرة على تنفيذ الحل وجود التسهيلات الضرورية.
- حماية المعرفة (PK): وتعتمد على وجود نظام لحماية الملكية الفكرية.
- تقاسم المعلومات المطلق (ASI): وتعتمد على (الرغبة في تقاسم المعلومات، إقامة ورش العمل و المؤتمرات والندوات العلمية والمناقشات.

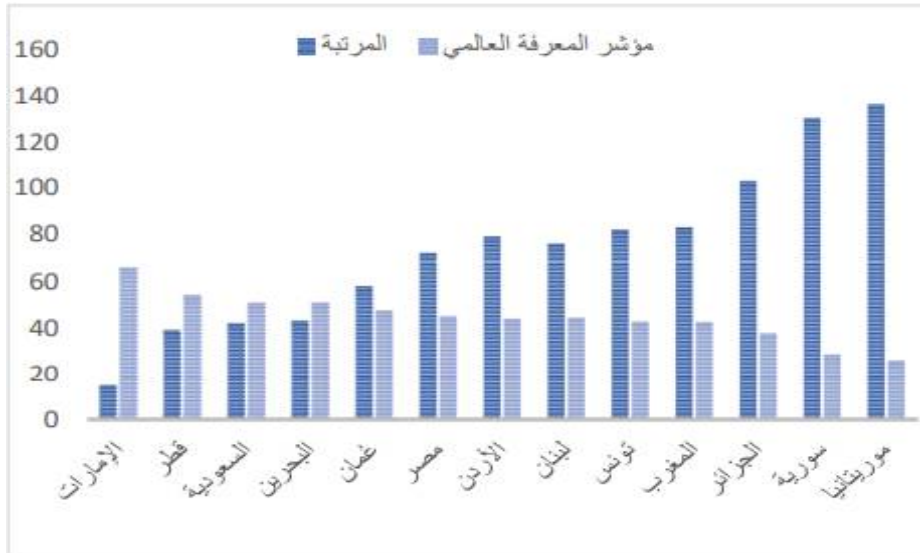
3. التجارب العربية والدولية في التوجه نحو اقتصاد المعرفة:

تناولنا في هذا الجزء أهم التجارب العربية والأجنبية التي تحولت لاقتصاد المعرفة كما يلي:

1.3. التجارب العربية:

رغم ما يعاني منه الاقتصاد المعرفي العربي، إلا أنها تحاول جاهدة استدراك ما فاتها و الالتحاق بالركب الحضاري العالمي بالاستناد إلى نتائج مؤشر المعرفة العالمي، الذي يقوم على سبعة معايير تشمل التعليم الأساسي، التعليم التقني والتكوين المهني التعليم العالي، تكنولوجيات الإعلام والاتصال، البحث والتطوير والابتكار، البيئة العامة الملائمة، إضافة إلى مؤشر عام عن البيئات التمكينية، و وقوفا على وضع الدول العربية وفق المؤشرات العالمية لاقتصاد المعرفة، يتضح تصدر الإمارات العربية المرتبة الأولى عربيا في مؤشر المعرفة العالمي حيث بلغت 66.1 نقطة، حيث جاءت في المرتبة 15 عالميا، تليها قطر بـ 54.2 نقطة المرتبة 39 عالميا، ثم السعودية بحوالي 50.9 نقطة في المرتبة 42 عالميا، في حين الجزائر جاءت في المرتبة 11 عربيا و 82 عالميا بـ 39.8 نقطة. والشكل الموالي يوضح ترتيب الدول العربية وفق مؤشر المعرفة العالمي لسنة 2021 (بابكر، 2021، صفحة 17)

الشكل رقم 04: ترتيب الدول العربية وفق مؤشر المعرفة العالمي لسنة 2021



المصدر: سامر بابكر، اقتصاد المعرفة، صندوق النقد العربي، الإمارات، 2021، ص 18.

2.3. التجارب الأجنبية:

- التجربة الماليزية في التحول نحو اقتصاد المعرفة: تعتبر ماليزيا من أكثر دول النهضة وانتعاشا في آسيا، وقد جذبت هذه النهضة انتباه المجتمع الدولي، حيث كان الاقتصاد الماليزي يعتمد بشكل كبير على الزراعة حتى أواخر الستينيات من القرن الماضي، ولكن تبنت الحكومة الماليزية إستراتيجية لبناء اقتصاد قائم على المعرفة، وزادت من الاستثمار الأجنبي. ماليزيا أيضا قادرة على تصميم وتصنيع رقائق الكمبيوتر، أعلى من الولايات المتحدة والهند والصين وروسيا، وبالتالي تحويل الاقتصاد الماليزي إلى اقتصاد قائم على المعرفة. استندت خطة الحكومة الماليزية إلى تدريب العنصر البشري وتطوير نظام التعليم، حيث اتجهت إلى إعادة تصنيف المدارس الحكومية وإنشاء مدارس ذكية (إلكترونية) تساعد الطلاب على تطوير مهاراتهم التكنولوجية، مما أدى إلى زيادة رقم المنتج الوطني إلى 6.84% مليار في عام 2007، بزيادة قدرها 4.6% عن عام 2006 (الربيعان، 2023، صفحة 577).

- تجربة كوريا الجنوبية في التحول نحو اقتصاد المعرفة: أدركت كوريا الجنوبية أن هناك فجوة في المعرفة بينها وبين الدول في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. وشدت أزرها، انطلقا مما أوجبتته على نفسها بأن تلعب الحكومة الكورية دورا حاسما في تضييق الفجوة المعرفية هذه. وقد أطلقت برنامجا واسعا للتحول من الاقتصاد التقليدي القائم على الموارد إلى الاقتصاد القائم على المعرفة. ويمكن تتبع الخلفية النظرية لتدخل الحكومة من أجل التحول الناجح إلى الاقتصاد القائم على المعرفة من "نموذج فشل السوق" الكلاسيكي الجديد. خاصة وأن سياسات اكتساب المعرفة- بالنسبة للبلدان النامية- تنطوي على خطوتين تكمليتين: الحصول على المعرفة من خلال الانفتاح على المعرفة من الخارج وخلق المعرفة غير المتاحة بسهولة في أي مكان آخر. وهناك ثلاث وسائل رئيسية لتسهيل اكتساب المعرفة من الخارج هي: نظام التجارة المفتوحة والاستثمار الأجنبي والترخيص التكنولوجي (دهشان، 2023، صفحة 97).

لقد تبنت كوريا الجنوبية الاقتصاد المعرفي كخيار إستراتيجي لتحقيق التنمية وتوفير فرص العمل ذات المردود المادي المرتفع، وأثبتت كوريا حقيقة أن الموارد الطبيعية ليست الشرط الضروري المطلوب لتحقيق التنمية، فقد أسست كوريا الجنوبية منذ عام 1973 مدينة (دايدوك العلمية)، وهي مدينة البحث والتطوير، حيث تحتضن أكثر من 60 مركز بحث بين عام وخاص، فالمنظومة العلمية لأي بلد تكتسب أهمية كبيرة في الاقتصاد المعرفي، وهذه المنظومة تقوم بأدوار مهمة في الاقتصاد المعرفي، وقد أدى تراكم المعرفة إلى خلق نمو اقتصادي طويل الأمد في كوريا الجنوبية، مبينا أن ذلك النمو نجح في تكوين اقتصاد راسخ قائم على أربعة أركان وهي (دهشان، 2023، الصفحات 599-600):

- بنية تحتية حديثة للاتصالات والمعلومات تساعد على تداول المعرفة ومعالجتها ونشرها بين أفراد المجتمع.
- مؤسسات إبداعية من شركات ومعاهد وجامعات تتنافس على حيازة المعرفة.
- قوى عاملة مؤهلة ومدربة تسعى باستمرار إلى تطوير قدراتها ومهاراتها بما يواكب المستجدات المعرفية والاحتياجات المحلية.
- مؤسسات حكومية فاعلة تضع السياسات والخطط الاقتصادية وتشرف على تطبيقها وعلى حسن توزيع الموارد وعلى تشجيع الإبداع والمبدعين.

اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال مع الإشارة إلى تجارب دولية

ولهذا وضعت الحكومة الكورية في عام 2000، خطة رئيسية مدتها ثلاث سنوات تركز على 5 محاور رئيسية، هي:

- تطوير البنية التحتية الوطنية للمعلومات؛
 - تحسين القدرات الوطنية للابتكار التكنولوجي والعلمي - تطوير الصناعات المعرفية الجديدة ورقمنة الصناعات القديمة؛
 - تطوير نظام الموارد البشرية للاستجابة للاقتصاد القائم على المعرفة؛
 - معالجة الفجوة الرقمية المعرفية.
- وتعد تجربة كوريا الجنوبية نموذجاً رائعاً في تطبيق اقتصاد المعرفة وعلاقته بتفعيل التنمية البشرية، حيث اعتمد الاقتصاد الكوري الجنوبي على الإنتاج الزراعي طيلة القرن التاسع عشر، وكانت الأرض والأيدي العاملة ورأس المال مقومات هذا الإنتاج ومحركاً لاستحداث فرص العمل للبشر، وخلال القرن العشرين توجه الاهتمام في كوريا الجنوبية نحو القطاع الصناعي وانتقل في القرن الواحد والعشرين للاقتصاد الكوري الجنوبي إلى الاقتصاد المعرفي بوصفه المحرك الأساس للنمو الاقتصادي.

4. ريادة الأعمال و اقتصاد المعرفة:

1.4. أهمية ريادة الأعمال:

عددت الدراسات أهمية ريادة الأعمال ومن بينهم دراسة (Mateus et al) في سنة 2019 من أهمها ما يلي (أحمد محمد،

2023، الصفحات 5-6):

- تعزز قيمة الابتكار في بيئة العمل ونموها مع تقديم الفرصة للعاملين للاستفادة من مهاراتهم الإبداعية؛
- دعم الوجود التنافسي في مواجهة المخاطر والتحديات من المنظمات الأخرى في بيئة العمل؛
- تعالج الفجوة المعرفية في الفكر الإداري من خلال العلاقة بين مفهومي ريادة الأعمال والمنافسة من حيث الابتكار في المنظمات؛
- دعم إنشاء وحدات/ مشروعات جديدة وتشجيع دعم المبادرات الخاصة بالعاملين وتطبيق التجديد الاستراتيجي؛
- من أهم أدوات التطور الاقتصادي باعتبارها جزء من عوامل اتخاذ القرار واستخدام الموارد بصورة أفضل؛
- تعزيز الابتكار في بيئة العمل كمقوم ضروري للمنظمات الناجحة مع تقديم الفرصة للعاملين للاستفادة من مهارات الإبداعية تسليط الضوء على الفجوة المعرفية في الفكر الإداري بين مفاهيم ريادة الأعمال والمنافسة؛
- تشجيع النمو الاقتصادي بابتكار أعمال تجارية فريدة وامتلاكها مقومات إبداعية تفيد في التجديد الاستراتيجي؛
- المحافظة على العاملين المبدعين بمجالات المعرفة والخبرة بما يدعم المرونة في العمل والأداء العالي؛
- التحفيز على الإبداع في المشاريع من خلال البحث عن فرص جديدة وتنفيذها عن طريق التخصيص الكفء للموارد.
- تقوية التناسق بين عملية الإنتاج والجهد الذي يتم بذله في العمل؛
- إيجاد أعمال وأنشطة اقتصادية جديدة توفر فرص عمل وتخلق أسواق جديدة؛
- تفعيل عوامل الإنتاج من خلال استثمار القابليات الريادية في المجتمع وبما يعزز بيئة ذات إنجاز متفوق لتحفيز أفضل المهارات؛
- تحقيق رضا وولاء العملاء وتحقيق المرونة الإستراتيجية اللازمة وتشجيع الابتكار.

2.4. العلاقة بين ريادة الأعمال واقتصاد المعرفة (حسين، 2020، الصفحات 318-320):

يرى سميث أن ثورة الاتصالات والمعلومات أدت إلى سهولة نقل وتدفق المعرفة من دولة لأخرى وبين الوحدات الاقتصادية داخل الدولة الواحدة. وتتخذ تلك التدفقات إما صورة مجسدة في الآلات والمعدات أو غير مجسدة تتمثل في نقل المعرفة واستخدامها من خلال نظم التعليم والاستشارات والأدبيات العلمية والتقنية وغيرها.

وفي حين تؤدي الشركات الكبيرة والمؤسسات البحثية دوراً هاماً في مجال البحوث والتطوير، فإن الشركات الصغيرة والناشئة تؤدي دوراً أكبر في توظيف الأفكار المتولدة عن أنشطة البحوث والتطوير، وتتعدد الآليات التي من خلالها تقود الشركات الصغيرة-بالاشتراك مع الشركات الكبيرة-الابتكار ومن ثم تدعم بناء اقتصاد المعرفة، ومن أهم تلك الآليات الخصائص الانتشارية للمعرفة (knowledge spillovers)، فالعائد الاجتماعي للاستثمار في المعرفة يفوق العائد الخاص من ذلك الاستثمار، والمعرفة العلمية والتكنولوجية الجديدة مصدرهما لفرص ريادة الأعمال، فغالباً ما ينتهي الأمر بالشركات التي تستثمر في الأبحاث وتطوير التكنولوجيا إلى تسهيل جهود الابتكار لدى الشركات الأخرى.

وتحدد الأدبيات الاقتصادية عدد من الوظائف التي يقوم بها رواد الأعمال في عملية التغيير الاقتصادي أهمها: تحمل المخاطرة، الابتكار، اتخاذ القرار، تنظيم وتنسيق الموارد الاقتصادية، استغلال الفرص الربحية، تخصيص الموارد بين الاستخدامات المختلفة. وتتضمن هذه الأدوار في الغالب آثاراً إيجابية اقتصادية إلا أنه قد لا يساهم بعض من رواد الأعمال بشكل مباشر مساهمة إنتاجية في الاقتصاد حيث تتميز بعض الأعمال التجارية القائمة على التشغيل الذاتي (employment self) بأنها لا تسعى للربح وإنما يكون الدافع الرئيسي ورائها الاستقلالية وتحقيق الذات.

و تشير نظرية انتشار المعرفة (Knowledge spillover theory) إلى أن رواد الأعمال يلعبون دوراً مهماً في تسويق المعرفة الجديدة أو المطورة في الشركات الكبرى أو المؤسسات البحثية، وفي حين تلعب المعرفة دور هام في النمو الاقتصادي وفقاً لمنهجية دالة إنتاج المعرفة (KPF) Knowledge Production Function) ونظريات النمو الداخلي، إلا أن كلاهما يقوم على فرضية الانتشار التلقائي للمعرفة وهو ما يخالف الواقع؛ حيث إن تطوير معرفة جديدة يكون مصحوباً بدرجة عالية من المخاطرة، ولا يتم تحويل المعرفة الجديدة بالكامل إلى منتجات جديدة من قبل الشركات القائمة، وهذا يخلق فرصاً للشركات المنشأة حديثاً لتطوير منتجات جديدة على أساس هذه المعرفة الجديدة "غير المستخدمة"، وبالتالي ريادة الأعمال هي إحدى الآليات في عملية انتشار المعرفة.

وعلى ذلك يمكن القول أنه في ظل اقتصاد يرتكز على تدفقات المعرفة تتولد المزيد من الفرص الريادية وتزيد فيه القدرات الريادية اللازمة لاستغلال تلك الفرص، مما يعني زيادة حجم الأنشطة الريادية، كما أن زيادة حجم الأنشطة الريادية يساهم في عملية انتشار المعرفة بما يدعم اقتصاد المعرفة، وقد قامت بعض الدراسات التطبيقية بقياس العلاقة بين ريادة الأعمال واقتصاد المعرفة ولكن في اتجاه واحد، ومن الدراسات التي اتجهت إلى دراسة أثر ريادة الأعمال على اقتصاد المعرفة دراسة (Asongu, S. A., & Tchamyou, V. S. (2015))، والتي هدفت إلى تقدير أثر ريادة الأعمال على اقتصاد المعرفة في أفريقيا حيث تم استخدام مؤشرات بيئة الأعمال- مؤشرات بدء وممارسة وإنهاء الأعمال- كمؤشرات تقريبية لريادة الأعمال كما تم استخدام الركائز الأربعة لاقتصاد المعرفة كما وضعها البنك الدولي. وذلك بالاعتماد على طريقة الآثار الثابتة لبيانات البانل باستخدام متغيرات وسيطة (Instrumental variable panel fixed effects)، وبالاعتماد على بيانات 53 دولة أفريقية خلال الفترة (1996-2010).

اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال مع الإشارة إلى تجارب دولية

وقد توصلت الدراسة إلى أن توفير بيئة ملائمة للأعمال يؤدي إلى تعزيز الركائز الأربعة لاقتصاد المعرفة، كما توصلت إلى أن ممارسة الأعمال من خلال آلية عولمة التجارة له آثار إيجابية إذا ارتبط بالقطاعات الأخرى بخلاف القطاعات عالية التكنولوجيا، ي حين أن الوقت اللازم لإنهاء الأعمال كان له تأثير سلبي على اقتصاد المعرفة.

كذلك دراسة (Burja, V., & Burja, C) سنة 2013 والتي تناولت مدى كفاءة وقدرة المنشآت على خلق ونشر المعرفة بما يحقق النمو الاقتصادي المستدام في اقتصاد رومانيا ومقارنة بالدول المنضمة حديثا للاتحاد الأوروبي، وباستخدام منهجية تطوير البيانات (Data envelopment analysis)، وتوصلت الدراسة إلى انخفاض القدرات التكنولوجية للمنشآت والذي يرجع إلى عدم قدرتها على النفاذ إلى أحدث التقنيات المطورة في الداخل أو التي تأتي من الخارج لزيادة إنتاجيتها، مما كان له أثر سلبي على اقتصاد المعرفة والأداء الاقتصادي.

وقد اتجهت دراسات أخرى لقياس الأثر من اقتصاد المعرفة إلى ريادة الأعمال ومنها دراسة (Audretsch, D. B., Bönte, W., & Keilbach, M.) سنة 2008 والتي تناولت الأثر المباشر وغير المباشر للمعرفة على الأداء الاقتصادي في 310 مقاطعة من المقاطعات الألمانية؛ حيث يحدث الأثر غير المباشر من خلال رأس المال الريادي (Entrepreneurship Capital) والمقاس بعدد الشركات الناشئة في مجال الصناعات عالية التكنولوجيا أو صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وباستخدام نموذج من المعادلات الهيكلية (Structural equation modelling (SEM)). وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة موجبة من المعرفة إلى رأس المال الريادي، ومن رأس المال الريادي إلى الأداء الاقتصادي مقاس بالإنتاجية المتوسطة لكل من العمل ورأس المال.

كما تناولت دراسة (Chowdhury, F., Terjesen, S., & Audretsch, D.) في سنة 2014 ثلاثة أنماط من ريادة الأعمال، وهي الشركات الناشئة (new firm start-up)، والتوظيف الذاتي (self-employment) والنشاط الريادي المبكر (early stage entrepreneurial activity)، وذلك باستخدام (Pooled time series) لخمس سنوات من البيانات من 44 دولة، وبالاعتماد على نموذجي الآثار الثابتة (Fixed effects) والآثار العشوائية (Random effects) ولتسليط الضوء على التباين في كل من مفهوم وقياس نشاط ريادة الأعمال عبر الزمن ومن دولة لأخرى. وتحاول الدراسة قياس تأثير ركيزتين من ركائز اقتصاد المعرفة وهما الحوافز الاقتصادية المؤسسية ورأس المال البشري؛ على كل نوع من أنواع نشاط ريادة الأعمال. وتشير نتائج الدراسة إلى أن العوامل المؤسسية تؤثر على الأنواع المختلفة من ريادة الأعمال بشكل مختلف؛ حيث حقوق الملكية، والتحرر من الفساد وإجراءات بدء التشغيل الأقل ترتبط بشكل إيجابي بملكية الشركة الناشئة / الجديدة، و ترتبط حماية حقوق الملكية بشكل إيجابي بتأسيس شركة جديدة؛ كما أن العبء، الضريبي والتنظيمي له آثار إيجابية كبيرة على التوظيف الذاتي ولكن يرتبط سلبا بشكل ملحوظ بتأسيس شركة جديدة.

إضافة إلى كل الدراسات السابقة، دراسة إيناس فهيمي حسين سنة 2020 التي كانت بعنوان "العلاقة بين ريادة الأعمال: دراسة تطبيقية على الدول العربية"، حيث هدفت الدراسة إلى قياس العلاقة التبادلية بين تحول الدول العربية نحو اقتصاد المعرفة وحجم أنشطة ريادة الأعمال بها خلال الفترة (2013-2018)، وباستخدام مؤشر الابتكار العالمي GII كمؤشر إجمالي لاقتصاد المعرفة ومؤشر التشغيل الذاتي كمؤشر لحجم أنشطة ريادة الأعمال، واعتمدت الدراسة على نموذج ديناميكي لبيانات سلاسل زمنية مقطعية وباستخدام الطريقة المعممة للعزوم (Method of Moments (GMM) Generalized).

وقد توصلت الدراسة إلى صحة الفرضية، حيث زيادة معدل التشغيل الذاتي يؤدي إلى زيادة مؤشر الابتكار للدول العربية بما يدعم التحول لاقتصاد المعرفة. ويسهم في ذلك التحول أيضاً تحسن مؤشرات جودة الحكم والتعليم العالي. ولكن يؤثر زيادة عدد الأفراد المستخدمين للانترنت سلباً على مؤشر الابتكار للدول العربية بما يعوق تحولها نحو اقتصاد المعرفة وعلى الجانب الآخر يؤدي نجاح الدول العربية في التحول نحو اقتصاد المعرفة بزيادة مؤشر الابتكار إلى زيادة معدلات التشغيل الذاتي بها، في حين يحد كل من ارتفاع معدل نمو نصيب الفرد من الناتج وحجم الائتمان المحلي للقطاع الخاص من توجه الأفراد نحو التشغيل الذاتي.

3.4. بعض التجارب في مجال ريادة الأعمال في الجزائر:

هناك عدة شركات ناشئة ناجحة في الجزائر والتي رفعت التحدي وحققت النجاح والأرباح من أهمها (مطهري، 2023، صفحة 136):

- **يسير "yassir"** وهي شركة تقدم خدمة عبر تطبيق أحدثت ثورة في مجال النقل الحضاري في الجزائر، بحيث استطاعت جمع 150 مليون دولار من مستثمرين أمريكيين لزيادة رأس مالها وتوسيع انتشارها في منطقة المغرب العربي وأوروبا.
 - شركة تارك غاراف " **tuchgraph** " و قد أفتكت هاته الشركة الجائزة الأولى في الابتكار للصحة الالكترونية؛
 - **واد كنيس " ouedkniss "** وهي شركة رائدة في مجال الإعلانات المبنوبة؛
 - شركة كايمو " **kaymu** " وهي شركة تنشط في مجال التجارة الالكترونية؛
 - **بائوليس " batolis "** وهي أيضا شركة ناشطة في مجال التسويق الالكتروني؛
 - **إشريلي " echrily "** وهو موقع لشراء و توصيل البقوليات و المواد الغذائية.
- أما في مجال حاضنات الأعمال فالجزائر ظهرت متأخرة نوعا ما ومن أهم الحاضنات الناشطة في الجزائر ما يلي (مطهري، 2023، صفحة 137):

- **سايلابس (sylabs) :** تأسست عام 2015 ، وهي حاضنة أعمال ومسرعة مشاريع مقرها الجزائر العاصمة. تعمل على تقريب ودمج المؤسسات الناشئة في النظام البيئي الريادي الجزائري، وذلك من خلال دعم رواد الأعمال بالاستشارة وتوفير الأدوات الريادية الضرورية للنجاح في السوق الجزائري. وكذلك مساعدتهم على توسيع شبكة علاقاتهم، وقد بلغ عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر 105 مؤسسة ناشئة عام 2022 بعد أن بلغ 41 مؤسسة ناشئة عام 2020 ، ويدل ذلك على أن الاستراتيجيات التي تتبعها الدولة الجزائرية بدأت توتي نتائج لبأس بها بعد إقامة وزارة خاصة باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة.

الجدول رقم 01: عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر خلال الفترة من (2020-2022)

السنة	عدد المؤسسات
2020	41
2021	87
2022	105

المصدر: 2022.artupranking.com

تعتبر المعرفة المصدر الأساسي لتنافسية الدول، ويشير اقتصاد المعرفة إلى نظام متكامل للإنتاج في كل الميادين، ما أكسبه أهمية كبيرة في تحقيق النمو والازدهار لأي اقتصاد، تتطلب عملية التحول نحو اقتصاد المعرفة أربع ركائز أساسية وهي التعليم والتدريب والبنية التحتية للمعلومات، والحوافز الاقتصادية والنظام المؤسسي ونظم الابتكار، وله تأثير كذلك على ريادة الأعمال، بالإضافة إلى نجاح الدول التي توجهت نحو اقتصاد المعرفة وحققته من خلال ذلك ريادة الأعمال العربية أو الأجنبية، ولهذا الأسباب نقدم مجموعة من التوصيات هي:

- الاستفادة من تجربة الدول العربية والأجنبية في التوجه نحو اقتصاد المعرفة وريادة الأعمال؛
- تشجيع الابتكارات والاختراعات وتقديم كل الدعم للمبتكرين والمبدعين لتطوير مهاراتهم وتنمية قدراتهم؛
- إعادة هيكلة البرامج التعليمية لما يوافق الوقت الراهن والرقابة المستمرة عليها؛
- تحسين المناهج العلمية وتشجيع البحث العلمي في المعاهد والجامعات؛
- تبادل الخبرات والتكنولوجيات الحديثة بين الدول المتطورة؛
- تمكين الباحثين من التريصات العلمية وتكوينهم حسب الحاجة؛
- الاهتمام أكثر بالموارد البشري من خلال استراتيجيات التدريب والتعليم والتحفيز لصقل مواهبه وتطويرها؛
- متابعة ومرافقة الشركات والمؤسسات وتقديم الدعم المادي والمعنوي لها؛
- تشجيع الاستثمار واستقطاب الأدمغة والكفاءات.

6. قائمة المراجع:

1. أحمد ابراهيم محمد متولي دهبان. (2023). التحول نحو اقتصاد المعرفة كوجه للتنمية الاقتصادية في ضوء بعض التجارب الدولية. مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا، 38 (01)، 597-598.
2. أسماء محمد حافظ عبد الحميد. (2023). أثر الاقتصاد المعرفي على النمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة (1990-2020) دراسة قياسية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، 4 (2 الجزء 4)، 94-95.
3. المخطارية حري. الدعائم الأساسية لبناء اقتصاد المعرفة (التجربة الماليزية نموذجاً). مجلة الحقوق والعلوم الانسانية-دراسات اقتصادية، 31(2)، 130-131.
4. إيناس فهمي حسين. (2020). العلاقة بين ريادة الأعمال واقتصاد المعرفة: دراسة تطبيقية على الدول العربية. مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، 16 (24)، 318-320.
5. نريا بنت محمد الربيعان. (2023). إقتصاد المعرفة والمراكز الإستشارية-تجارب دولية. مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، الثالث (الرابع)، 577.
6. سامر بابكر. (2021). اقتصاد المعرفة. الامارات: صندوق النقد العربي.
7. فتح الله معزوز، وأحمد عزوز. (2020). دراسة تحليلية لمؤشرات اقتصاد المعرفة في الجزائر وتونس والمغرب. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، 11 (03)، 96-97.
8. كمال مطهري (2023) المؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة في الجزائر، مفاتيح اقتصادية لتحقيق تنمية مستدامة. مجلة إضافات إقتصادية، 07(01)، 136-137.
9. محمد بوعزة، و عامر عبد الرؤوف عبد السعيدة. (2023). واقع اقتصاد المعرفة في الدول العربية - المغرب والأردن وتونس والجزائر ومصر. مجلة التجديد العربي (الأول)، 184-185.
10. محمد عزت سعد محمود، نرمن كامل محمد الجداوي، و مها علي شوقي علي سالم. (2021). اقتصاد المعرفة يدعم مفهوم ريادة الأعمال. مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية، السادس (الخامس والعشرون)، 631-632.
11. مريم بن جيمة. (بلا تاريخ). اقتصاد المعرفة ومبررات التحول إليه. مجلة البشائر الاقتصادية، 129-130.
12. ممدوح عبد الفتاح أحمد محمد. (2023). مدى مساهمة تسويق المحتوى في تعزيز ريادة الأعمال: الدور الوسيط للكلمة المنطوقة إيجابياً " دراسة تحليلية لأراء عينة من نزلاء الفنادق المصرية ". المجلة العربية للإدارة، 46 (2)، 5-6.
13. نوارى لعلوي. (2023). دور الإقتصاد المعرفي في تطوير الصناعة المصرفية - دراسة حالة الجزائر. مجلة نوميروس الأكاديمية، الرابع (الأول)، 69.
14. هبة عبد المنعم، و سفيان قعلول. (2019). إقتصاد المعرفة: ورقة إيطارية. دراسات إقتصادية (51)، 6.
15. هجيرة بولومة، احمد رضا ميموني، و مختارية خراف. (2019). تحليل واقع الاقتصاد المعرفي في الجزائر. Journal of Economic Growth and entrepreneurship، 1 (2)، 34.

دور الاقتصاد الرقمي والتكوين العلمي والمهني كعوامل أساسية للتوجه نحو اقتصاد المعرفة في تطوير زيادة الأعمال في الجزائر

Le rôle de l'économie numérique et de la formation scientifique et professionnelle comme facteurs clés pour évoluer vers une économie de la connaissance dans le développement de l'entrepreneuriat en Algérie.

صالح نادين¹، ثاري زهية²

¹ جامعة الجزائر 3 (الجزائر)

² جامعة الجزائر 3 (الجزائر)

ملخص: تعتبر المعرفة كمصدر أساسي لخلق الفرص في زيادة الأعمال. و من أهم معايير درجة التوجه نحو الاقتصاد المعرفي درجة التوجه نحو الرقمنة من أجل مواكبة التطور السريع في هذا المجال و جودة التكوين العلمي و المهني. حيث نهتم في هذه الدراسة بتحليل هذان العاملين الأساسيان وربطهما بتطور زيادة الأعمال في حالة الاقتصاد الجزائري. أظهرت الدراسة التحليلية لتطور الاقتصاد الرقمي في الجزائر أن هذه الأخيرة لازالت تعاني من نقائص في مجال الاتصالات حتى وان عرفت تطورا تدريجيا عبر الزمن. ما يؤثر سلبا على تطور الاقتصاد الرقمي في البلاد رغم تعدد المجهودات من أجل سد هذه الثغرات. كما اظهرت وجود نقص حاد في برامج التدريب والتدريب المستمر مما يؤثر سلبا على الإنتاجية. حيث تتمتع الجزائر بقوى عاملة منخفضة المهارات نسبيا. ما يترجم على شكل فرصة ضائعة، بما أن الجزائر تتميز بسوق ناشئة لتكنولوجيا المعلومات تتيح العديد من الفرص لانطلاق المؤسسات في ظل مستوى ضعيف من التنافسية. حيث احتلت الجزائر المرتبة 152 المتأخرة جدا فيما يخص سهولة انشاء المؤسسات والانطلاق في زيادة الأعمال سنة 2020.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد المعرفة؛ الاقتصاد الرقمي؛ زيادة الأعمال؛ التكوين العلمي والمهني.

Abstract: Knowledge is an essential source for creating opportunities in entrepreneurship. One of the most important criteria to determine whether an economy could be characterized as a knowledge economy is the degree of orientation towards digitization in order to keep pace with the rapid development in this field and the quality of scientific and professional training. In this study, we are interested in analyzing these two main factors and linking them to the development of entrepreneurship in the case of the Algerian economy. The analytical study of the development of the digital economy in Algeria showed that the latter still suffers from deficiencies in the field of communications, even if it has known a gradual development over time. This negatively affects the development of the digital economy in the country, despite numerous efforts to bridge these gaps. It also showed an acute shortage of training programs and continuous training, which negatively affects productivity. Algeria has a relatively low skilled labor force. This translates into a missed opportunity, since Algeria is characterized by an emerging market for information technology that provides many opportunities for the launch of enterprises in light of a weak level of competitiveness. Knowing that Algeria was ranked only 152nd in terms of the ease of establishing institutions and launching entrepreneurship in 2020.

Keywords: Knowledge economy; digital economy; Entrepreneurship; Academic and professional training.

1. مقدمة:

يرى العديد من العلماء، منذ فترة طويلة الآن، أن معظم دول العالم تعرف انتقالا من الاقتصاد الصناعي المنظم بشكل أساسي حول نشر العمالة ورأس المال والأراضي والموارد الطبيعية بهدف إنتاج سلع مادية في الغالب، إلى اقتصاد ما بعد الصناعة أين تحتل المعرفة، كمدخلات ومخرجات للأنشطة الاقتصادية، مكانة فريدة ذات أهمية. حيث ينظر إلى المعرفة في العصر الواحد والعشرون على أنها أهم مورد تنظيمي يحمل قيمة غير مسبقة، وينظر إلى القوة التنافسية لاقتصاد المعرفة على أنها تعتمد بشكل أساسي على جودة رأس المال البشري وقدرته على الابتكار المستمر.

تعكس الأهمية المتزايدة للمعرفة في الأنشطة المهنية الاختراق المتزايد للعمل الفكري في الشركات ودمجه في المنتجات والخدمات، سواء كانت عادية أو متطورة، في سياق المنافسة في ظل العولمة. كما أصبحت القدرة على إدارة المشكلات المعقدة وريادة الأعمال باستخدام الموارد الرقمية مهارات أساسية للفرص التي توفرها تسارع انتشار الرقمنة في العام الحالي. يتغير عالم العمل بسبب التقدم في التكنولوجيا والابتكار والمنصات الرقمية وزيادة الاتصال، ويرتبط التحسن في مجال التقنيات الجديدة ارتباطا مباشرا بمفهوم مثل اقتصاد المعرفة.

شهد التغيير التكنولوجي وتطور المعرفة تسارعا كبيرا مؤخرا على نحو غير مسبق، حيث تجد الدول النامية نفسها أمام تحدي مواكبة هذا التطور في ظل خطر ظهور فجوة كبيرة تفصل بين شركاتها وطريقة عملها، عن تلك الموجودة في بقية العالم. ومن هنا يمكننا طرح إشكالية البحث على النحو التالي: ما هو الدور الذي يلعبه التوجه نحو اقتصاد المعرفة والاقتصاد الرقمي، وتكوين العلمي والمهني في تطوير زيادة الأعمال في الجزائر؟

من خلال الإشكالية يمكننا طرح الفرضيات التالية:

- لم ترتقي الجزائر بعد إلى المعايير المتعامل معها دوليا فيما يخص الرقمنة والتكوين العلمي والمهني.

- تؤثر درجة التوجه نحو الاقتصاد الرقمي وجودة التكوين العلمي والمهني بقوة على زيادة الأعمال في الجزائر.

1.1. أهمية الدراسة: نعيش اليوم في عالم تتغير فيه التكنولوجيا بوتيرة غير مسبقة ونجاح وازدهار المؤسسات أصبح مرهونا بقدرتها على التأقلم في بيئة سريعة التغير. مما لا شك فيه، أن رواد الأعمال الفعالون دائما قادرين على توقع التغيير وتكييف مؤسساتهم لمواجهة التحديات الجديدة. من هنا تتضح أهمية دراسة وتتبع درجة ادماج العنصر المعرفي في الاقتصاد من خلال عناصر ومؤشرات رئيسية مثل التطور الرقمي وطبيعة التكوين العلمي والمهني.

من أجل الإجابة على الإشكالية الخاصة بهذه الدراسة تم تقسيم البحث إلى محورين أساسيين. أولا نسعى إلى تحديد العموميات حول اقتصاد المعرفة ودوره في دعم المقاولاتية، وهذا من خلال التطرق إلى كل من مفهوم، وخصائص، وسمات ومتطلبات ومؤشرات اقتصاد المعرفة إلى جانب شرح دور هذا الأخير في دعم المقاولاتية، ثم نبحث عن التدقيق في واقع تطور الاقتصاد الرقمي والتكوين العلمي والمهني في حالة الاقتصاد الجزائري وعلاقة هذان العاملان الأساسيان للتوجه نحو اقتصاد المعرفة على زيادة الأعمال، من خلال المحور الثاني.

2. عموميات حول اقتصاد المعرفة ودوره في دعم المقاولاتية:

ظهر مفهوم اقتصاد المعرفة أو ما يصطلح عليه بالاقتصاد الجديد، اقتصاد الشبكة أو الاقتصاد الرقمي أول مرة في خمسينات القرن الماضي، وهذا في ظل التطور المتسارع لبعض القطاعات الاقتصادية الناشئة وتزايد مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي مقارنة بالقطاعات التقليدية كالزراعة والصناعة، فيما يعرف بمرحلة ما بعد الصناعة.

انطلاقاً من مفهوم المعرفة التي تعرف على أنها المرحلة النهائية من تحول البيانات إلى معلومات، والتي تتحول بدورها إلى معرفة من خلال توفر بيئة معرفية ممكنة لهذا التحول مع ضرورة وجود ترابط عضوي ما بين البيانات والمعلومات والمعرفة (عباس، 2014)، يتضح لنا أنها مزيج من التعلم والخبرة المتراكمة، إذ تعتمد على الفهم والإدراك البشري، ومن الممكن أن تتحول إلى سلع وخدمات بمقابل، ومن هذا المنطلق أصبح اقتصاد المعرفة معيار يحدد وفقاً لكمية وجودة المعارف التي تملكها الدول وكيف يتم تدعيمها بتطوير التعليم وتكثيف برامج البحث والتطوير، إلى جانب التدريب (العزاوي، 2010).

يعرف اقتصاد المعرفة حسب الاقتصادي فيرتز ماكلوب كرائد في الاقتصاد المعرفي، الذي قام دراسات على عمليات إنتاج المعرفة ودورها في النمو الاقتصادي على أنه: 'الاقتصاد المبني على المعرفة الذي تفوق فيه أعداد العمالة في القطاعات المنتجة للمعرفة أعداد العمالة في باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى' (Machlup, 1962). كما أوضح ماكلوب أن اقتصاد المعرفة يتضمن على خمسة قطاعات مهمة تشمل: التعليم؛ البحث والتطوير؛ الاتصالات؛ وتقنية المعلومات؛ وخدمات المعلومات. فيما عرفه الاقتصادي مارك بورات على أنه الاقتصاد الذي تلعب فيه القطاعات المنتجة والمستخدمة للمعلومات الدور الأساسي في النمو الاقتصادي مقابل القطاعات التقليدية التي تعتمد أساساً على استخدام المواد الخام والطاقة في إنتاجها (Marc Uri & Michael R, 1977).

نستنتج من التعاريف السابقة، أنه بخلاف الاقتصاد التقليدي الذي أساسه عناصر الإنتاج التقليدية (العمل، رأس المال، الأرض، التنظيم) كقاعدة لصنع السلع وتقديم الخدمات، تعتبر الموارد البشرية المؤهلة والتراكم المعرفي أكثر الأصول الانتاجية قيمة في إطار اقتصاد المعرفة. بالتالي تنامي أهمية بعض القطاعات الاقتصادية الناشئة مثل الاتصالات وتقنيات المعلومات والابتكار والبحث العلمي والتطوير، خاصة في المجالات المستفيدة من الثورات العلمية مثل الثورة الرقمية، ثورة الاتصالات وثورة الهندسة الوراثية (سفيان، 2018).

1.2. أهم سمات وخصائص اقتصاد المعرفة:

ساهم اقتصاد المعرفة في التحول من اقتصاد ومجتمع صناعي تقليدي إلى اقتصاد حديث معرفي تكون فيه المعلومات أكثر اتساعاً وتنوعاً وتشكل القوة الدافعة والمسيطرة، كما يعتبر الاقتصاد الذي يعتمد أساساً على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري، وكسلعة إستراتيجية وكخدمة وكمصدر للدخل القومي، وكمجال للقوى العاملة، أي يعمل اقتصاد المعرفة على خلق الثروة من خلال تحقيق واستثمار المعرفة.

تعتبر المعلومات والمعرفة الأساس الذي يبني عليه اقتصاد المعرفة باعتبارها من أهم الموارد الاقتصادية الحديثة، وتسعى المنظمات والدول الاستفادة منهما لتحقيق استدامة النمو الاقتصادي. ومن أهم سمات اقتصاد المعرفة، نذكر:

- الاعتماد على الأصول الغير ملموسة مثل الأفكار والعلامات التجارية بدلا من تلك الملموسة كالأراضي والآلات؛
- بروز الدور الكبير الذي تلعبه الرقمنة في اقتصاد المعرفة نظراً لتوفيرها نقل المعلومات، تخزينها ومعالجتها؛
- انتشار العولمة التي حولت اقتصاد العالم إلى سوق اقتصادية واحدة، وتوسعت بطريقة أسرع وأكبر مع التطورات التكنولوجية، خاصة في مجال المعلومات والاتصالات، مثل ما ساهمت به الانترنت في تخطي الحدود الجغرافية، وظهور اقتصاد عالمي غير محدود بالمكان أو الزمان؛
- ظهور أسواق جديدة، وهي الأسواق التي تتميز بتوفير المعلومات بسرعة حول المنتجات، خاصة فيما يتعلق بالأسعار؛
- تغير هيكل العمالة والوظائف وتحولها نحو قطاعات الاقتصاد المعرفي، بالإضافة إلى بروز دور بعض الوظائف مثل التعليم والتدريب والإرشاد كركيزة ضرورية للتراكم المعرفي؛

- ظهور هياكل المعرفة العنقودية (knowledge clusters) ومن الأمثلة على ذلك أنه تركز شركات هندسة السيارات في ألمانيا وشركات تقنيات المعلومات في وادي السيليكون في الولايات المتحدة الأمريكية، وصناعة الإلكترونيات في كوريا الجنوبية؛
 - حفظ حق الزبون من ناحية النوعية والأمان وفي جميع مجالات الخدمات العامة والمنتجات السلعية، وهذه أهم مميزات المجتمعات المعرفية الجديدة التي تعتمد على اقتصاد المعرفة، وكذا خصوصية البحث عن الاستثمار في رأس المال المعرفي لإنتاج وابتكار أشياء جديدة تلبي رغبات الزبائن؛
 - الخدمات الذاتية Self Services، حيث أنه من أفضل الوسائل لخدمة الزبائن والأكثر جدوى هي تطبيقات الخدمة الذاتية، مثل أنظمة الاستجابة الضوئية والشبكات العنكبوتية التي يستطيع عبرها الزبون تقديم الخدمة لنفسه.
 - من بين أهم خصائص التي يتميز بها اقتصاد المعرفة، نذكر ما يلي: (عليان، 2008)
 - إن الميزة التنافسية في الاقتصاد القائم على المعرفة تكمن في تحديد خصوصية كل مستهلك، والبحث عن إنتاج أشياء جيدة وخدمات مصممة خصيصا لتلبية احتياجات ورغبات خاصة لدى المستهلكين؛
 - الابتكار: وهو قاعدة أساسية يختص بها اقتصاد المعرفة، لأنه نظام فعال من الروابط التجارية الذي يمكن المنظمات والمؤسسات من مواكبة الثورة المعرفية التي تتطور بوتيرة سريعة واحتوائها وتكييفها بما يخدم الاحتياجات والأهداف؛
 - إن اقتصاد المعرفة مرهون بالتعليم كأساس للإنتاجية والتنافسية الاقتصادية، حيث أصبح من الضروري على الدول أن توفر يد عاملة متمكنة ومبدعة، أو أن توفر رأس مال بشري قادر على تفعيل التكنولوجيات الحديثة في العمل؛
 - البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تسهل من انتقال المعلومات والمعارف بما يدم الاحتياجات المحلية؛
 - تفعيل عمليات البحث والتطوير كمحرك للتغيير والتنمية وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بفعالية.
- 2.2. متطلبات اقتصاد المعرفة ومؤشراته:
- يسمح لنا تحديد متطلبات اقتصاد المعرفة وحساب المؤشرات الخاصة به برسم صورة توضح تطور الاقتصاد المبني على المعرفة على العموم من جهة، ومقارنة هذا التطور ما بين مختلف دول العالم من جهة أخرى. أما فيما يخص متطلبات اقتصاد المعرفة فيمكن تلخيصها فيما يلي:
- الاعتراف بالمعرفة ورأس المال المعرفي كموجودات جوهرية وأكثر أهمية من الموجودات المادية الملموسة.
 - وجود هياكل تنظيمية ونماذج وأنماط إدارية جديدة واستبدال الوحدات المركزية واللامركزية بوحدة معرفية مستقلة.
 - الإنتاج المتميز والمتنوع للسلع والخدمات.
 - مواجهة الأزمات الاقتصادية كأولوية حاسمة وتفضيلها على خيارات التحسين أو التعديل والإصلاحات التدريجية الروتينية.
 - التركيز على مهارات وقدرات وخبرات الموارد البشرية.
 - تكاملية النظرة لدى الزبائن والمجهزين والمساهمين والمستخدمين وضرورة دمجها بمصالح مشتركة.
 - الاهتمام بالمواهب البشرية أو رأس المال الفكري المتنوع معرفيا.
 - بناء واعتماد نظم حوافز ومكافأة جديدة تركز على توليد معرفة جديدة وتكون بديلا عن النظام التقليدي المعتمد على العمولة.
 - إقامة بيئة تنظيمية تعتمد على نشر المعرفة والمشاركة بها.

وبالتالي، يتوقف استثمار المعرفة في النظم المؤسسية على قدرتها على توجيه المعلومات المناسبة إلى الأفراد المناسبين والمحتاجين إليها في الوقت والظروف الملائمة، يمكن الوقوف على وضع دول العالم من حيث مستويات تطورها في مجال الاقتصاد المعرفي بالاستناد إلى نتائج مؤشر اقتصاد المعرفة السنوي الذي أطلقه برنامج الأمم المتحدة الإنمائي عام 2017 وتشارك فيه نحو 138 دولة حول العالم. يعطي المؤشر نظرة على أداء كل دولة من حيث بنيتها التحتية المعرفية، وتوجه صانعي السياسات والباحثين، والمجتمع المدني، والقطاع الخاص للتعاون في جوانب مختلفة من السياسات، لتعزيز المجتمعات القائمة على المعرفة وسد الفجوات المعرفية.

يرصد المؤشر أبرز الأبعاد المتعلقة بالاقتصاد المعرفي على مستوى العالم وفق البيانات الصادرة عن المؤسسات الدولية ممثلة في: التعليم قبل الجامعي، التعليم التقني والتدريب المهني، التعليم العالي، البحث والتطوير والابتكار، تقنية المعلومات والاتصالات، الأداء الاقتصادي، البيئات التمكينية.

- مؤشر البحث والتطوير: وهو مقياس لمستوى البحث والتطوير التقني الذي يعكس القدر على الابتكار وتطبيق التقنيات الجديدة. يعتمد على مؤشرات تخص كل من عدد العلماء والمهندسين العاملين في مجال البحث والتطوير، نسبة العاملين في البحث والتطوير إلى إجمالي السكان، نسبة الانفاق على البحث والتطوير إلى الناتج الوطني الإجمالي، المتوسط السنوي لعدد براءات الاختراع الممنوحة، الانفاق على البحث والتطوير في القطاع الخاص، ونسبة المنتجات ذو التقنية العالية من الصادرات.

- مؤشر التعليم والتدريب: ويركز على الموارد البشرية. ويعتمد على المؤشرات الخاصة بكل من إجمالي الإنفاق على التعليم لكل فرد، معدل معرفة القراءة والكتابة، نسبة الطالب /المدرس في المرحلة الابتدائية والثانوية، والتسجيل في المرحلة الثانوية والجامعية.

- مؤشر البنية المعلوماتية: وهو يشمل كل الجوانب المتعلقة بنشر المعلومات عبر وسائل الاتصالات والإعلام. يشمل المؤشرات الفرعية الخاصة بكل من مقدار الاستثمار في وسائل الاتصالات، الهواتف العاملة المستخدمة لكل ألف من السكان، اشتراكات الهاتف المحمول لكل ألف من السكان، التلفزيون والراديو لكل ألف من السكان، وأجهزة الفاكس لكل ألف من السكان، تكلفة المكالمات الدولية، والدوريات والصحف اليومية لكل ألف من السكان.

- مؤشر البنية الأساسية للحاسوب: يعكس هذا العنصر مدى توافر الحاسوب بوصفه أداة لتقويم القاعدة المعلوماتية. يعتمد على معايير تخص كل من نسبة المشاركة الدولية في الحاسوب، أعداد أجهزة الحاسوب لكل ألف من السكان، طاقة الحاسوب لكل فرد، أعداد مستخدمي الإنترنت لكل ألف نسمة من السكان، ومواقع الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة من السكان. (جبار و قوفي، 2018، الصفحات 10-11).

3.2. اقتصاد المعرفة ودوره في دعم المقاولاتية:

أدى الاهتمام بدور المؤسسة في اقتصاد المعرفة إلى اعتماد صانعي السياسات في كل دول العالم على ريادة الأعمال لتوفير محرك النمو الاقتصادي. إن المصدر الرئيسي للابتكار الريادي هو المعرفة التي تم تطويرها في المؤسسات العلمية ومختبرات البحث الخاصة، ويعتمد رواد الأعمال على الاكتشافات الهامة والمعرفة الناشئة في مجتمعاتهم العلمية وهذا يجعلهم يتجهون إلى الاستثمارات المكثفة في العلوم والتكنولوجيا، مما أدى إلى ظهور فرص للابتكار بين رواد الأعمال.

يعود اغتنام الفرص بنجاح أم لا على سلوك ريادة الأعمال في الاقتصاد والطريقة التي تدار بها الشركات والمؤسسات الجديدة أو المؤسسات الناشئة، ويتعين على هذه الشركات الناشئة الجديدة إنشاء قاعدة بيانات من أجل تسويق المعرفة على

نطاق يمكنه التأثير على الحصة السوقية. كما يجب أن تتفوق الشركات الجديدة في اكتشاف الفرص وتوفير الموارد للمشاريع، مما يجعلها تستبق الخطوات وتتلصص الفرص والمبادرات مستغلة الفجوة السوقية، لكن مطابقة الفرص مع الموارد المحدودة عملية دقيقة وليست سهلة التحقيق، وهذا ما ينعكس على شكل مسارات نمو غير الخطية للشركات الجديدة والناشئة ومعدلات الخروج من السوق مرتفعة.

تعتبر المعرفة كمصدر أساسي لخلق الفرص في زيادة الأعمال. ترتبط زيادة الأعمال بمدى استجابة الأفراد للفرص الاقتصادية، وتعتمد كذلك بالضرورة على طبيعة إدراك الفرد للفرص وإمكانياته لتسويقها تجارياً. نستنتج بالتالي أن مصدر الفرص مهم جداً لكن أهمية رائد الأعمال وخصوصياته تلعب دوراً أساسياً. فإن فرص المشاريع لا تمنح من الخراج بل يتم إنشاؤها داخلياً ومنهجياً في ظل ظروف معينة. ويتم خلقها من خلال الاستثمار في المعارف والأفكار الجديدة من ناحية، وتراكم المعرفة لدى الأفراد والشركات من ناحية أخرى (Stam & Garnsey, 2018, p. 8).

كما تمكن المعرفة المسبقة بعض رواد الأعمال من التنبه للفرص الجديدة والتفطن لها وخلق مؤسسات تلي الحاجات ثم التسويق لها. وقد أظهرت الدول الغنية بالمعرفة قدرتها على خلق الأعمال الجديدة والنجاح فيها فهي دول توفر بيئة معرفية وابتكارية ومترقمة تسمح لرواد الأعمال على اغتنام الفرص وتحويلها إلى استثمارات، كما أن الدول التي تعتمد على الرقمنة تتسم بسهولة الوصول إلى المعلومة بسبب التطور والتقدم الرقمي لديها وخلق المجال لرواد الأعمال على إنشاء نشاطات جديدة ضمن اقتصاد المعرفة.

3. اقتصاد المعرفة وزيادة الأعمال في الجزائر:

التوجه نحو اقتصاد المعرفة أصبح مسعى معظم الدول لما له من تداعيات إيجابية على الاقتصاد على العموم وعلى زيادة الأعمال والمؤسسات الناشئة على وجه الخصوص وهذا خاصة في مجال التكنولوجيا والاتصالات. اقترح البنك الدولي أربعة متطلبات أساسية يجب على الدولة الوفاء بها من أجل التأهل كإقتصاد المعرفة، نظام مؤسسي واقتصادي سليم، وتعليم ومهارات مناسبة، وبنية تحتية للتكنولوجيا والاتصالات، ونظام ابتكار. (KDI Korea Development Institute، 2013، صفحة 127). نهتم في هذا الجزء بأثر وتطور عاملين أساسيين للتوجه نحو اقتصاد المعرفة على زيادة الأعمال في حالة الجزائر، ألا وهما الاقتصاد الرقمي والتكوين العلمي والمهني.

1.3 الاقتصاد الرقمي في الجزائر:

تسعى الجزائر على غرار باقي دول العالم على التوجه نحو الرقمنة من أجل مواكبة التطور السريع في هذا المجال على الصعيد الدولي. ويعد تقدم المؤسسات الناشئة خاصة في مجال التكنولوجيا والاتصالات مرهوناً بهذا التطور، سنهتم فيما يلي بتحديات الاقتصاد الرقمي في الجزائر إلى جانب المبادرات والمجهودات المبذولة من أجل مواجهة هذه التحديات.

1.1.3. تحديات الاقتصاد الرقمي في الجزائر:

قبل النظر في الاستخدامات المختلفة للاقتصاد الرقمي في الجزائر والتحديات التي قد يواجهها، نلقي نظرة أولاً عن تصنيف الاقتصاد الرقمي الجزائري حسب المؤشرات العالمية. صعدت الجزائر 29 مركزاً عالمياً في مجال التجارة الإلكترونية في 2023، وفقاً للتقرير السنوي لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (CNUCED). التي تمثل منظمة تابعة للأمم المتحدة مسؤولة عن تهيئة بيئة مواتية لإدماج البلدان النامية في الاقتصاد العالمي. حيث انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 عالمياً، لتحتل المرتبة الرابعة في إفريقيا، وهذا حسب مجموعة من المؤشرات من بينها تعميم الوصول إلى الإنترنت، وأمن على شبكات الأنترنت (وكالة الأنباء الجزائرية، www.aps.dz، 2023).

يعبر هذا عن تحسن كبير في مجال الاتصالات مقارنة بالسنوات السابقة كما ظهر في تقرير الفهارس الدولية المتعلقة بقطاع البريد والاتصالات لوزارة البريد والاتصالات. الذي يعطي لمحة عامة عن التطورات التي لوحظت على المؤشرات المعترف بها والتي تتعلق مباشرة بهذا القطاع، ويسمح لنا برسم صورة عامة حول الإنجازات ونقاط الضعف الخاصة به، حسب مؤشر تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT development index, IDI)، والذي يعتمد على معايير تخص كل من: إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والاستعمال، والمهارات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وجدت الجزائر نفسها ما بين المراتب الأخيرة حيث احتلت المرتبة 102 سنة 2017 بمعدل 4.67، وهذا رغم التقدم المتواصل الذي شهدته عبر السنوات بالانتقال من المرتبة 114 في سنة 2010 إلى المرتبة 106 في 2016 وأخيرا 102 في 2017، كما أظهر مؤشر تطوير الحكومة الإلكترونية (IDEG)، الذي يقيم تطور الحكومة الإلكترونية على المستوى الوطني، وهو مؤشر مركب يعتمد على المتوسط المرجح لثلاثة مؤشرات فرعية موحدة: المؤشر الفرعي للبنية التحتية للاتصالات (IIT)، المؤشر الفرعي لرأس المال البشري (ICH)، المؤشر الفرعي للخدمة عبر الإنترنت (ISO)، أنه هناك تحسن في مجال الحكومة الإلكترونية ابتداء من سنة 2016، حيث انتقلت الجزائر من المرتبة 150 في 2016 بمعدل 0.29 إلى المرتبة 112 في 2022 بمعدل 0.56، وهذا بعد التراجع الذي عرفته في السنوات التي سبقت، حيث تراجعت بخمس مراتب من 2010 إلى 2014، أما حسب مؤشر الأمن السيبراني العالمي (Global Cybersecurity Index, GCI)، فتراجعت الجزائر إلى المرتبة 104 في سنة 2020 بعد ما احتلت المرتبة 68 في 2017. في حين يوضح مؤشر الاتصال العالمي (Global connectivity index, GCI) الذي يسمح بتتبع الاستثمارات في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أن الجزائر عرفت تحسنا تدريجيا في هذا المجال في السنوات الأخيرة، وارتفعت النتيجة الخاصة بهذا المؤشر من 22 في سنة 2015 إلى 32 سنة 2020، أخيرا أظهر تصنيف مؤشر Speedtest العالمي الذي يهتم بسرعة وجودة شبكات الاتصال، أن الجزائر احتلت في سنة 2022 المرتبة 119 بالنسبة لسرعة اتصال الإنترنت عبر الهاتف المحمول و المرتبة 147 بالنسبة لسرعة اتصال الإنترنت الثابتة. (Ministère de la Poste et des Télécommunications، 2022، الصفحات 2-6)

نستنتج مما سبق أن الجزائر لا زالت تعاني من بعض النقائص في مجال الاتصالات رغم التطور الذي حققته عبر الزمن، ما يؤثر سلبا على تطور الاقتصاد الرقمي في البلاد. سنحاول فيما يلي تلخيص أهم العراقيل والتحديات التي يواجهها الاقتصاد الرقمي الجزائري:

- ضعف معدل تدفق الإنترنت ما قد يعود إلى عدة عوامل من بينها: احتكار شركة اتصالات الجزائر لكل من إدارة النطاق الترددي والشبكة الثابتة، عدم توفر البنى التحتية المناسبة، عدد السكان الكبير، وحجم المساحة الجغرافية التي يجب تغطيتها؛ (Boustiha, 2022, p. 471)
- ضعف البنى التحتية من معدات كأجهزة الكمبيوتر، خطوط الألياف البصرية، الشبكات السلكية واللاسلكية، قياس الاستثمارات في البرمجيات، مدى اتساع شبكة الإنترنت... الخ، حيث عرفت الجزائر سنة 2015 انقطاع للإنترنت لمدة أكثر من أسبوع بسبب انقطاع كابل كان يعطي تدفقا بنسبة 80 بالمائة في الإنترنت، كما وجهت انتقادات تجاه قلة الاستثمار لتغطية جميع الأراضي الوطنية بالألياف البصرية، ويرى البعض أنه يجب فتح الطريق أمام المستثمرين القطاع الخاص، ما من شأنه أن يخفف العبء عن نفقات الدولة من جهة، ويسمح بتجنب حدوث أعطال كما كان الحال في أكتوبر 2015 من جهة ثانية؛
- ضعف الحكومة الإلكترونية في الجزائر نظرا أن المواقع الإقليمية أو الحكومية لا تقدم أي خدمة عبر الخطوط باستثناء تنزيل بعض الملفات؛ (Messiliti, Benzaama, & Benzidane, 2019, pp. 48-51)
- التخلف الهيكلي للاقتصاد الجزائري واعتماده على الربيع البترولي؛

- انعدام الثقة بإجراء المعاملات والسداد عبر الإنترنت، وعدم انتشار اعتماد التوقيع الإلكتروني؛
- تخوف المسؤولين من كل ما يرتبط بالرقمنة وحوسبة جميع الملفات مما يحد من عمليات الفساد والتزوير. هذا بسبب التكوين القاعدي الذي تلقوه إضافة وتخوفهم من زوال العديد من المناصب والوظائف في الإدارة العمومية بتطور الاقتصاد الرقمي؛
- غياب الاتصال والتحسيس والتوعية بأهمية المعاملات الإلكترونية؛
- وسائل السداد الإلكترونية غير كافية وضعف الأمن الإلكتروني، وعدم انتشار ثقافة استخدام بطاقات الائتمان مثل البطاقة الذهبية والدفع من خلالها؛ (خروبي، 2022، صفحة 167)
- إن استيراد المعدات أمر أساسي في قطاع تكنولوجيا المعلومات. لكن يتكون هذا الأخير من العديد من العملاء الصغار الذين لا يمكن التأكد من بقائهم على قيد الحياة، خاصة بسبب ضعف صناعة المحتوى الوطنية وغياب سوق الخدمات. من ناحية أخرى قلة انتشار الإنترنت وقلة عدد الخدمات عبر الإنترنت وقلة الوعي بين الشركات بتحديات الممارسات التجارية الجديدة تشكل عائقاً أمام تنشيط السوق وخلق الطلب. (KHENFRI و BOURNISSA، 2018، الصفحات 264-266)

2.1.3. إجراءات التوجه نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر:

رغم التأخر الذي تعرفه الجزائر في مجال الاتصالات، تعددت الجهود من أجل سد هذه الثغرات. من بين هذه المبادرات مشروع الجزائر الإلكترونية (2009-2013) الذي شارك في انشائه أكاديميون وباحثون واقتصاديون وجمعيات وخبراء جزائريون ودوليون، يتمحور هذا المشروع على ثلاثة عشر محور رئيسية، ومن أهم أهدافه تعميم استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في القطاع العام والقطاع الخاص من أجل رفع تنافسية الشركات المحلية، تمكين المواطنين من اقتناء واستعمال أجهزة وشبكات الاعلام والاتصال بسهولة أكبر، تطوير الاقتصاد الرقمي بصفة عامة، تطوير الكفاءات البشرية في مجال الاعلام والاتصال، تحديث الإطار القانوني الوطني، لكن في الواقع، عرف هذا المشروع فشلاً ذريعاً، يتحدث الخبراء الذين شاركوا في إعداد السيد علي كيدان والسيد يونس (خبيران جزائريان في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) عن نسبة انجاز لا تتجاوز 30 بالمائة، من بين الأسباب التي أدت إلى هذا الفشل هي البيروقراطية، خاصة في الإدارة العامة، وغياب الإرادة السياسية الحقيقية لتطوير الاقتصاد الرقمي (Messiliti، Benzaama، و Benzidane، 2019، صفحة 47).

في الآونة الأخيرة، عمل قطاع البريد والاتصالات في بداية عام 2021 على تحقيق الإنجازات التالية: (Ministère de la

Poste et des Télécommunications, 2021)

- ربط 10 بلديات ومحليات يزيد عدد سكانها عن 1000 نسمة بشبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية من أصل 19 مقراً للعام الحال؛
- من حيث الخدمة الشاملة الاتصالات الإلكترونية (SUCE)، الانتهاء من مشروع تغطية شبكة الاتصالات لـ 289 منطقة من أصل 508 منطقة محلية مختارة؛
- بشأن نظام التوقيع والتوثيق الإلكتروني الوطني، الإطلاق الرسمي لخدمات التوقيع الإلكتروني وإصدار الشهادات في 13 مارس 2021؛
- وضع اللمسات الأخيرة على التطورات التقنية التي تسمح بدفع إيجارات AADL عبر الإنترنت؛
- توقيع اتفاقيات مع وزارتي التربية الوطنية والتعليم العالي والبحث العلمي لتشجيع الدفع عبر الإنترنت، لرسوم الامتحانات ورسوم التسجيل.

تسعى الجزائر أيضا بهدف تقديم أحدث الاتجاهات في المجال التكنولوجي إلى تنظيم ملتقيات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. من بينها الملتقى الدولي (Algeria 2.0) لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتقنيات الجديدة والمختصين في WEB 2.0، حيث لا يهدف هذا الملتقى إلى تعزيز العلاقات ما بين المتعاملين المحليين فقط بل عرف مشاركة أكثر من 30 دولة من القارة الافريقية وخارجها، ما جعله يعرف بالقمة الافريقية الرقمية. (summit.algeria20.com، 2023)، كما يتم تنظيم مسابقات من أجل تحفيز الابداع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل المسابقة الوطنية لتطوير البرمجيات والتطبيقات المحمولة لذوي الاحتياجات الخاصة، التي تم الإعلان عن نتائجها يوم 2 فبراير 2023، وأكد الأمين العام لوزارة البريد والاتصالات عزم القطاع على تقديم الدعم للفائزين الخمسة لتطوير مشروعاتهم حتى مرحلة النضج. (Ministère de la Poste .et des Télécommunications, 2023).

من بين الإنجازات الأخرى لسنة 2023 وقعت الشركة الوطنية للتأمين (SAA) والبريد الجزائري، الأحد 19 مارس بالجزائر العاصمة، اتفاقية شراكة لتعزيز تعاونهما في تطوير الاقتصاد الرقمي، تهدف هذه الاتفاقية إلى تطوير الاقتصاد الرقمي وتحديث النظام المالي وتعزيز وسائل الدفع الإلكتروني وتعزيز معاملات الدفع عن بعد (وكالة الانباء الجزائرية، 2023).

3.1.3. الاقتصاد الرقمي والإطار القانوني في الجزائر:

ثورة تكنولوجية مثل الثورة الرقمية هي بطبيعتها في تطور مستمر وغير مستقرة، فهي تحمل وعودا ومليئة بالتهديدات. تتعلق القضايا القانونية بمزايا وتحديات الثورة الرقمية، وترتبط هذه التحديات بشكل خاص بالخاصية الآلية والحفاظ على سرية الهوية للتكنولوجيات الرقمية (Kodjo, 2019, p. 23). من بين أهم ما جاء فيما يخض المواصلات بشكل عام وتكنولوجيا الاتصال الإلكتروني على وجه الخصوص في التشريع الجزائري نذكر:

- القانون رقم 03-2000 الموافق 05 أوت سنة 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد وبالمواصلات السلكية واللاسلكية (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2000، صفحة 3): يهدف هذا القانون إلى تطوير وتقديم خدمات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ذات نوعية في ظروف موضوعية وشفافة، إلى جانب تحديد الشروط العامة للاستغلال في الميادين المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية وكيفية ضبط النشاطات ذات الصلة بهذه الأخيرة؛
- القانون رقم 04-19 الموافق 05 أوت سنة 2009 الذي يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحتها (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2009، الصفحات 5-8): ينص هذا القانون على انشاء الهيئة الوطنية للوقاية والجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام والاتصال ومكافحته بموجب المادة رقم 13، كما يحدد الحالات التي تسمح باللجوء إلى المراقبة الالكترونية، تفتيش المنظومات المعلوماتية، والتزامات مقدمي الخدمات؛
- القانون رقم 04-15 الموافق 1 فبراير سنة 2015 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2015، الصفحات 6-16): يحدد هذا القانون متطلبات التوقيع الإلكتروني وآليات انشائه، ومتطلبات شهادة التصديق الإلكتروني، كما ينص على إنشاء كل من: السلطة الوطنية للتدقيق الإلكتروني لدى الوزير الأول بموجب المادة رقم 16 والتي تكلف بترقية استعمال التوقيع والتصديق الإلكترونيين وضمان موثوقية استعمالهما، والسلطة الحكومية للتدقيق الإلكتروني لدى الوزير المكلف بالبريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال بموجب المادة رقم 26 والتي تكلف بتوفير خدمات التصديق الإلكتروني لفائدة المتدخلين في الفرع الحكومي وأخيرا السلطة الاقتصادية للتدقيق الإلكتروني بموجب المادة رقم 29 والتي تكلف بمتابعة مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني الذين يقدمون خدمات التوقيع والتصديق الإلكترونيين لصالح الجمهور؛

- القانون رقم 18-05 الموافق 1 ماي سنة 2018 الذي يتعلق بالتجارة الالكترونية (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2018، صفحة 8): يعرف هذا القانون التجارة الالكترونية على أنها "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية"، ومن بين أهم ما جاء في حماية وتأمين الدفع الالكتروني:
- يتم الدفع الالكتروني من خلال منصات مخصصة لهذا الغرض منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من طرف بنك الجزائر وبنك الجزائر؛ (المادة 27)
- يجب أن يكون وصل موقع الانترنت الخاص بالمورد الالكتروني بمنصة الدفع الالكترونية مؤمنا بواسطة نظام تصديق الكتروني؛ (المادة 28)
- تخضع منصات الدفع الالكتروني إلى رقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها. (المادة 29)

2.3 دور التكوين العلمي والمهني في تحسين أداء المؤسسات في الجزائر:

يتطور اقتصاد المعرفة فقط إذا التزمت المؤسسة به وشاركت بنشاط في الإنتاج وإدارة المعرفة. ازداد اهتمام الشركات مؤخرا بفوائد اقتصاد المعرفة. تطبق معظم الشركات عمليات اكتساب المعرفة وتحويلها بشكل عفوي وهذا على شكل ممارسات تكون على شكل مزيج من القواعد التقليدية والحديثة، لكن لم تستكشف الشركات الجزائرية سوى جزء محدود من المعلومات الخاصة بالاقتصاد القائم على المعرفة. رغم ذلك ازداد استخدام مصطلح اقتصاد المعرفة من طرف كل من المديرين والموظفون، حتى وان كان هناك اختلاف من مؤسسة إلى أخرى حسب حجم هذه الأخيرة وانضمامها إلى القطاع العام أو الخاص. (Djefflat, 2012, p. 23)

تتميز الجزائر بسوق ناشئة لتكنولوجيا المعلومات تتيح العديد من الفرص لانطلاق المؤسسات، خاصة في مجال تطوير التطبيقات وتحليل البيانات الضخمة. من بين أهم العوامل لنجاح زيادة الأعمال خاصة في قطاع تكنولوجيا المعلومات حدائق السوق التي ترفع من الفرص المتاحة لانطلاق المؤسسات الجديدة في ظل مستوى ضعيف من التنافسية. هذا تحديدا ما يميز سوق تكنولوجيا المعلومات في الجزائر في ظل هذه الشروط تحظى المؤسسات الأولى التي تدخل السوق بفرصة للاستلاء على جزء كبير من السوق. إذا أخذنا Ouedkniss.com التي تعتبر شركة إلكترونية ناشئة كمثال، فيعتبر مؤسسوها كرواد في المجال عند انطلاقهم في 2006 واحتلوا المرتبة العاشرة بين أكثر المواقع زيارة في الدولة بعد عامين فقط، كما أن هذه المؤسسة تتمتع بعملاء مخلصون ولا تواجه منافسة كبيرة التي لا تعتبر سوى نسخ تحاول إعادة تدوير الفكرة دون ل بذل أي جهد من حيث الابتكارات. (Beggat, 2016, pp. 10-12)

رغم هذا أظهرت بيانات مجموعة البنك الدولي الخاصة بزيادة الأعمال لسنة 2016، أن الجزائر تتميز بكثافة أعمال تبلغ 0.58، مما يعني أنه من بين 1724 شخصا في سن العمل (تتراوح أعمارهم بين 19 و64 عاما)، هناك شخص واحد يتوجه نحو الشركات الناشئة، تعتبر هذه الكثافة منخفضة مقارنة بالدول المجاورة، 1.52 بالنسبة لتونس و1.54 بالنسبة للمغرب. (Beggat, 2016، صفحة 11)، أما حسب مؤشر البنك العالمي الذي يشمل معايير تخص إجراءات اللازمة لإنشاء شركة بشكل قانوني وتشغيلها رسميا، والوقت المطلوب لإكمال كل هذه الإجراءات، والتكلفة المطلوبة لإكمال كل إجراء والحد الأدنى لرأس المال المدفوع، تحتل الجزائر المرتبة 152 المتأخرة جدا في ما يخص سهولة انشاء المؤسسات والانطلاق في زيادة الأعمال سنة 2020. (Group, 2020, p. 6)

لا تزال بيئة الاقتصاد الكلي تكافح من أجل التكيف مع اقتصاد السوق، يعاني رواد الأعمال في الجزائر إلى جانب البيروقراطية وعدم مرونة النظام الإداري، وصعوبة حصول الشركات الصغيرة على التمويل المصرفي؛ إلى نقص في الدعم وعدم توفر المعلومات. (MADOU، 2008، صفحة 53)، بالتالي فمن بين أهم المشاكل والتحديات التي تواجه المؤسسات وريادة الأعمال في الجزائر صعوبة الحصول على الأيدي العاملة المؤهلة، يعود هذا إلى ندرتها من جهة وإلى توفر فرص أفضل في الشركات الصناعية الكبرى أو المؤسسات ذات الحوافز المادية العالية من جهة ثانية، تتميز الأيدي العاملة المؤهلة بالقدرة على التصور والتخطيط والتنظيم لتحقيق الأهداف المسطرة، لكن الملاحظ هو وجود النقص الحاد في برامج التدريب والتدريب المستمر مما يؤثر سلبا على الإنتاجية، كما يعود ضعف ريادة الأعمال في الجزائر أيضا للنقص في القدرات الإدارية والتنظيمية وخبرات المستثمرين نتيجة عدم استفادتهم من متطلبات الإدارة الحديثة اللازمة لإدارة الأداء والإنتاج، الأمر الذي أدى إلى ضعف التخطيط.

بالتالي من أجل مواجهة هذه التحديات يجب الاستثمار في رأس المال البشري المؤهل. فيعتبر رأس المال البشري أهم عنصر في عملية التنمية الاقتصادية والصناعية، لذلك يجب إعطاء التعليم المهني والتقني الأهمية في المقام الأول. ولا يمكن أن يتم نقل التكنولوجيا وتبنيها إلا من خلال الكفاءات المهنية والتقنية التي لديها الوعي والرغبة في تطوير المعرفة، بالإضافة إلى هذه الكفاءات المهنية والتقنية، يجب أن تكون هناك كفاءات إدارية قادرة على إدارة هذه الصناعات، كما يجب إعادة تأهيل القوى العاملة في الصناعة وتحويل تراكم الخبرات إلى قدرات إبداعية، ورفع إنتاجية الفرد باكتساب المعرفة الذاتية التي تمكنه من الابتكار والإنجاز العلمي. يعتبر التطور التكنولوجي ثاني أهم عامل في صالح تطور ريادة الأعمال في الجزائر. أصبح تأثير التقدم التقني أكثر وضوحا في عملية التصنيع، من عمليات الإنتاج إلى آليات التسويق وتلبية طلبات المستهلكين، ويجب على الحكومة زيادة الاستثمار ودعم البحث العلمي والتكنولوجي، ونقل التكنولوجيا واعتمادها، ودمج التطورات العلمية والتكنولوجية في النشاط الصناعي لرفع كفاءة وجودة تنافسية المنتجات الجزائرية في الأسواق الوطنية والدولية (Kharkhahce & Zellagui, 2021, pp. 117-119)

تلقي 18٪ من رواد الأعمال في المراحل المبكرة تدريبهم على كيفية بدء عمل تجاري بعد إكمال تعليمهم الرسمي، وهذا يعود إلى عدم تغطية المنهج الدراسي لريادة الأعمال في مجال تكنولوجيا المعلومات، باستثناء القليل من المؤسسات التي تقدم تدريب حول الشركات الناشئة، مثل (EHEC - École des Hautes Etudes Commerciales) في الجزائر العاصمة، إلى جانب بعض المؤسسات الخاصة التي تقدم شهادات الدراسات العليا مع التركيز على ريادة الأعمال، لكنها تبقى مكلفة للغاية. (Beggan, 2016، صفحة 33). تتمتع الجزائر بقوى عاملة منخفضة المهارات نسبيا: وفقا لأحدث البيانات المتاحة (2015)، فإن 68.2٪ من السكان البالغين لديهم مستوى تعليمي منخفض، و19.3٪ على مستوى متوسط و12.5٪ مستوى عال، وهذا رغم الارتفاع في نسبة السكان الحاصلين على مستوى تعليمي أعلى من 9.8٪ في عام 2010 إلى 12.5٪ في عام 2015.

تشمل إجراءات العمل المعيارية الخاصة بالتعليم والتدريب المهني في الجزائر ما يلي:

- التدريب الداخلي (التكوين المقيم)، والذي يتم بشكل رئيسي في المعاهد ومراكز التعليم والتدريب المهني؛
- التدريب المهني الذي يتم من خلال التعاون بين مراكز التدريب والشركات؛
- التعلم عن بعد، والذي يتم بشكل أساسي من خلال الدورات التدريبية بالمراسلة، مع دورات تدريبية دورية وجهًا لوجه؛
- الدورات المسائية، التي تستهدف بشكل رئيسي العمال الذين يرغبون في مواصلة تدريبهم أو التخصص لأغراض التطوير الوظيفي.

كما وفر قطاع التعليم والتدريب المهني أيضا فرصا تدريبية في شكل دورات قصيرة الأجل (للشباب الذين يحتاجون إلى إعادة تدريب لدخول سوق العمل)، وتدريب الفئات الضعيفة (الشباب المعرضين للخطر، والسجناء والسجناء السابقين)، فضلا عن تدريب خاص دورات للنساء في المناطق الريفية وربات البيوت. لكن لا يزال التدريب المستمر محدودا، على الرغم من توفير الأموال من خلال ضريبة مخصصة تدفعها الشركات. هناك هيئتان مسؤولتان عن استمرار التعليم والتدريب المهني:

● (ONDEFOC) (Fonds National de Développement de l'Apprentissage et de la Formation Continue) ، والتي تضمن سداد تكاليف التدريب داخل الشركة لتلك الشركات التي تدفع الضرائب وتلتزم بالسداد. شروط؛

● (ONDEFOC) (المكتب الوطني للتنمية والتشجيع على مواصلة التكوين) ، وهو المسؤول عن مساعدة الشركات على تعزيز وتطوير بالتعليم والتدريب المهني وضمان وجود صلة بين الشركات والمؤسسات العامة والخاصة.

إن عدم وجود بيانات يمكن الوصول إليها حول مدى تغطية وأنشطة هاتين الهيئتين، فضلا عن الافتقار إلى آليات التقييم، يجعل من الصعب تقييم فعالية توفير التدريب في مجال التدريب المهني والتقني. لكن يمكن تفسير معدلات البطالة المرتفعة بين العمال الأفضل تعليما جزئيا إلى نقص وظائف القطاع الخاص وعدم الرغبة في قبول وظائف في القطاع الخاص، والتي غالبا ما ينظر إليها على أنها أقل جودة، مما يعني أن الناس يفضلون التنافس على وظائف أفضل (عادة في القطاع العام).

(European Training Foundation, 2020, pp. 6-9)

4. خاتمة:

تعتبر المعرفة كمصدر أساسي لخلق الفرص في زيادة الأعمال. حيث أصبحت في القرن الحادي والعشرين مع التغيير والعمولة أهم قوة دافعة لاقتصاديات دول العالم عموما ومحرك أساسي لنجاح وتطور المؤسسات، خاصة في مجال التكنولوجيا والاتصالات. ترتبط درجة الاعتماد على الاقتصاد المعرفي على مجموعة من المؤشرات والمعايير، من أهمها درجة التوجه نحو الرقمنة من أجل مواكبة التطور السريع في هذا المجال وجودة التكوين العلمي والمهني اللذان يسمحان بإنتاج اليد العاملة المؤهلة التي تعتبر كعامل أساسي لنجاح المؤسسات وتطورها.

من هنا يتبين لنا التحدي الكبير الذي تواجهه الدول النامية على العموم والجزائر على وجه الخصوص، والذي يتمثل في وضع السياسات واتخاذ القرارات المناسبة من أجل الاستفادة من الانفجار المعرفي الهائل وثورة المعلومات واستغلال أثرها الإيجابي الكبير على المقاولاتية.

أظهرت الدراسة التحليلية لتطور الاقتصاد الرقمي في الجزائر أن هذه الأخيرة لا زالت تعاني من نقائص في مجال الاتصالات حتى وان عرفت تطورا تدريجيا عبر الزمن، ما يؤثر سلبا على تطور الاقتصاد الرقمي في البلاد وهذا رغم تعدد الجهود من أجل سد هذه الثغرات. حيث أنها وجدت نفسها ما بين المراتب الأخيرة فيما يخص سرعة وجودة شبكات الاتصال، باحتلالها المرتبة 119 بالنسبة لسرعة اتصال الإنترنت عبر الهاتف المحمول والمرتبة 147 بالنسبة لسرعة اتصال الإنترنت الثابتة سنة 2022 حسب تصنيف مؤشر Speedtest العالمي. ترجع هذه النتائج إلى عدة عوامل، أهمها ضعف البنى التحتية من المعدات، وغياب التنافسية في سوق الاتصالات، وانعدام الثقة بإجراء المعاملات والسداد عبر الإنترنت، وضعف الأمن الإلكتروني، ووسائل السداد الالكترونية غير كافية. هذا إلى جانب انتشار الفساد الذي يعرقل انتشار الرقمنة كأداة تسمح بتعزيز الشفافية. كما أنه هناك نقص في العملاء في قطاع تكنولوجيا المعلومات بسبب ضعف صناعة المحتوى الوطنية وغياب سوق الخدمات ما يشكل عائقا أمام تنشيط السوق وخلق الطلب ويعرقل بالتالي ازدهار المقاولاتية في البلاد. تترجم هذه العراقيل على شكل فرصة ضائعة، فإن الجزائر تتميز بسوق ناشئة لتكنولوجيا المعلومات تتيح العديد من الفرص لانطلاق المؤسسات في ظل

مستوى ضعيف من التنافسية، في الواقع تتميز الجزائر بكثافة أعمال منخفضة، واحتلت المرتبة 152 المتأخرة جدا فيما يخص سهولة انشاء المؤسسات والانطلاق في ريادة الأعمال سنة 2020، يعود هذا إلى جانب العراقيل الخاصة بتطور الاقتصاد الرقمي المذكورة سابقا، إلى صعوبة الحصول على الأيدي العاملة المؤهلة، فالملاحظ هو وجود نقص حاد في برامج التدريب والتدريب المستمر مما يؤثر سلبا على الإنتاجية. حيث تتمتع الجزائر بقوة عاملة منخفضة المهارات نسبيا.

يستوجب بالتالي على السلطات العامة وضع سياسات تهدف إلى الاستثمار في البنى التحتية لقطاع الاتصالات مع تحسيس كل من رواد الأعمال، المسؤولين والمستهلكين حول ضرورة مواكبة الرقمنة المنتشرة عالميا. إضافة إلى تعديل وتحسين جودة التكوين العلمي والمهني بطريقة تجعله يساهم في خلق مخرجات تتناسق مع متطلبات السوق وتكون عاملا جوهريا في زيادة إنتاجية العمل، وتسريع معدل نمو الشركات الصغيرة. والشركات متوسطة الحجم.

5. قائمة المراجع:

1. (2023, 05). Récupéré sur summit.algeria20.com: <https://summit.algeria20.com/about/>
2. Beggar, R. (2016). IT Entrepreneurship Ecosystem in Algeria. DIPLOMA THESIS. MASARYK UNIVERSITY, FACULTY OF INFORMATICS.
3. Boustiha, N. B. (2022, décembre 31). L'Economie numérique dans les pays en voie de développement cas de l'Algérie. Revue des sciences administratives et financières, pp. 458-476.
4. Djeflat, A. (2012). Knowledge Economy : foundations and emergence of the phenomenon in Algeria. Economie de la connaissance pour le développement: concepts, outils et applications.
5. European Training Foundation. (2020). Algeria Educatio Training and Employment .
6. Group, W. B. (2020). Doing Business 2020.
7. Kharkhahce, S., & Zellagui, W. (2021, march 31). Entrepreneurship a Pivotal Mechanism for Achieving Sustainable Development in Algeria (Reality and Expectations). Journal of Business and Trade Economics, pp. 111-122.
8. KHENFRI, K., & BOURNISSA, M. (2018, 12 30). L'ECONOMIE NUMERIQUEEN ALGERIE Réalité et Perspective. مجلة اقتصاد المال و الأعمال, pp. 257-268.
9. Kodjo, N. a. (2019). Droit de l'économie numérique : E-commerce et dérégulation européenne , française, internationale, africaine, congolaise des télécoms. Paris: l'Harmattan.
10. Korea Development Institute (KDI). (2013). Establishment of Algeria's National vision 2030. Sae Won Lee, Freelance Editor.
11. Machlup, F. (1962). The production and distribution of knowledge in the United States. USA: Princeton University press.
12. MADOU, M. (2008). Les nouvelles figures de l'entrepreneuriat en Algérie : un essai de typologie. Cahiers du CREAD, pp. 45-58.
13. Marc Uri, P., & Michael R, R. (1977). The Information Economy (Vol. 9). Washington: Office of telecommunication special publication, US department of commerce.
14. Messiliti, N., Benzaama, S., & Benzidane, H. (2019, march 31). The digital economy in Algeria-opportunities and prospects. Finance and Business Economics Review JFBE, pp. 39-54.
15. Ministère de la Poste et des Télécommunications. (2021). Synthèse des principales réalisations du secteur de la Poste et des Télécommunications durant la période allant du 01 janvier 2021 au 31 Mai 2021.
16. Ministère de la Poste et des Télécommunications. (2022). Rapport des Indices Internationaux relatifs au secteur de la Poste et des Télécommunications.
17. Ministère de la Poste et des Télécommunications. (2023, 05 02). Récupéré sur www.mpt.gov.dz: <https://www.mpt.gov.dz/ceremonie-de-proclamation-des-resultats-de-la-deuxieme-edition-du-concours-national-de-developpement-de-logiciels-et-dapplications-mobiles-pour-les-personnes-a-besoins-specifiques/>
18. Stam, E., & Garnsey, E. w. (2018, 01 10). Entrepreneurship in the Knowledge Economy. SSRN Electronic Journal.
19. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (2000, 08 05). قانون رقم 03-2000 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1421 الموافق 5 غشت سنة 2000 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و مواصلات السلكية و اللاسلكية. العدد 48.

20. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (16 08, 2009). قانون رقم 04-09 مؤرخ ف 14 شعبان عام 1430 الموافق 05 غشت سنة 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الاعلام و الاتصال و مكافحتها. العدد 47.
21. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (01 02, 2015). القانون رقم 14-15 مؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق أول فبراير 2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الالكترونيين. العدد 06.
22. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (10 05, 2018). القانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية. العدد 28.
23. خروبي, س. (27 10, 2022). مجهودات الدولة الجزائرية للتوجه نحو الاقتصاد الرقمي- طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة. مجلة الميادين الاقتصادية. 163-182, pp.
24. ربيعي مصطفى عليان. (2008). إدارة المعرفة (المجلد الطبعة الأولى). عمان، الأردن: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
25. عبد المنعم، هبة؛ قعلول، سفيان. (2018). إقتصاد المعرفة: ورقة إطارية. صندوق النقد العربي.
26. عبد الناصر عباس. (2014). نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المنظم. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
27. عبدالرحمن عبد الهاشمي؛ فائزة محمد العزاوي. (2010). المنهج والاقتصاد المعرفي (المجلد الطبعة الثانية). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
28. وكالة الانباء الجزائرية. (03 05, 2023). Récupéré sur [www.aps.dz: https://www.aps.dz/economie/117964-e-commerce-l-algerie-progresse-de-29-places-au-niveau-mondial](https://www.aps.dz/economie/117964-e-commerce-l-algerie-progresse-de-29-places-au-niveau-mondial)
29. وكالة الانباء الجزائرية. (03 05, 2023). Récupéré sur [www.aps.dz: https://www.aps.dz/economie/153396-economie-numerique-signature-d-une-convention-cadre-entre-la-saa-et-algerie-poste](https://www.aps.dz/economie/153396-economie-numerique-signature-d-une-convention-cadre-entre-la-saa-et-algerie-poste)

مساهمة الثقافة التنظيمية في دعم ادارة المعرفة في المنظمة
- دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية -

The contribution of organizational culture in supporting knowledge management in the organization - a study of a sample of Algerian economic institutions -

مجدي نويري¹ ، احمد بن خليفة²

¹ جامعة سطيف 01 (الجزائر)

² جامعة الوادي (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة الى الوقوف على واقع ادارة المعرفة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، ومدى توفر المتطلبات الاساسية للتبني الناجح لها، وخاصة دور الثقافة التنظيمية، هذه الاخيرة التي تعد من ابرز العوائق والتحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية بمختلف انتمائها الصناعي، مثلما يؤكد رواد الباحثين في مجال ادارة المعرفة، وقد خلصت الدراسة الى التبني الضعيف لادارة المعرفة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وهذا بالرغم من الولوع الجيد لعالم تكنولوجيا المعلومات في بعض المؤسسات، والتي قطعت اشواطاً هامة في هذا المجال. وعليه ننصح مسيري المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الى اقامة قاعدة حقيقة من كل مقومات الولوع عالم الاعمال اليوم في ضوء اقتصاد المعرفة.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، ادارة المعرفة، عمليات ادارة المعرفة، تشارك المعرفة، الثقافة التنظيمية.

Abstract: This study aims to determine the reality of knowledge management in Algerian economic institutions, and the extent to which the basic requirements for its successful adoption are available, especially the role of organizational culture, the latter of which is one of the most prominent obstacles and challenges facing economic institutions of all industrial affiliations, as confirmed by pioneering researchers in the field of management. Knowledge: The study concluded that there is a weak adoption of knowledge management in Algerian economic institutions, and this is despite the good access to the world of information technology in some institutions, which have made important strides in this field. Accordingly, we advise the managers of Algerian economic institutions to establish a real base with all the elements needed to enter the world of business today in light of the knowledge economy.

Keywords: Knowledge, knowledge management, knowledge management processes, knowledge sharing, organizational culture

"المعرفة هي أكثر الأصول قيمة لأي منظمة يمكن ان تمتلكها، فالقدرة على توليد وتشارك المعرفة سوف يكون العامل الأول للنجاح خلال القرن القادم"⁽¹⁾، ترسخ هذه المقولة لريدي وهولتهاوس Rudy and Holtshouse المعرفة بالمصدر والمدخل الحديث للتميز عنصر اضحى المورد الاستراتيجي المعزز لتنافسية منظمات الاعمال، خاصة في ظل الحالة التنافسية الشديدة والمضطربة لبيئة الاعمال اليوم، الامر الذي حتم على المنظمات المتطلعة الى التميز، البدء في إستغلال هذا المورد الاستراتيجي وهذا من خلال إدارته والإيفاء بجميع متطلبات تحصيله وإقامته وإدامته، حيث طرحت هذه الاخيرة نفسها كمصدر وأصل جديد لأي منظمة باحثة عن التميز، فهي سمة القرن الواحد والعشرون حسب راي وتاكيد العديد من باحثي مختصي ادارة الاعمال، نجد من ضمنهم ريكوسكي (Rikouski)، الذي قال "اليوم نحن نتحرك إلى ثروة المعرفة، والتي هي آخر وجوه الرأسمالية، ثورة المعرفة هذه تعتمد على المعرفة، المعلومات، المهارات، الرأس المال البشري الرأس المال الفكري، الافكار، الخدمات، اللاملموسيات، القوى الذهنية، التعلم و..."⁽²⁾.

هذا التطور في ديناميكية الاعمال حتم على المنظمات اعادة النظر في تركيبه اصولها، وواقع المعرفة ضمنها مثلما يرى مينون تينر Minonne Turner، حيث اوجب عليها يضيف تينر اعادة تقييم الطريقة التي تتعامل بها مع مصدر هذه المعرفة من اجل دعم تنميتها المستدامة، الامر الذي سيخلق تغييرا أساسيا في الممارسات المتبعة، وتحولا عن النهج التقليدي التشغيلي المعروف، نحو مزيد من المشاركة الاستراتيجية في مجال ادارة المعرفة يضيف تينر"⁽³⁾.

كل هذا يدفعنا الى السؤال على واقع ادارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وعلى مدى توفرها على المتطلبات الاساسية لادارة هذا المورد الاستراتيجي، بدءا من الثقافة التنظيمية، لهذا نسأل:

ما مدى مساهمة الثقافة التنظيمية في دعم عمليات ادارة المعرفة؟

اهمية واهداف الدراسة: تكمن اهمية الدراسة في جملة الاهداف المراد الوصول اليها، وعلى راسها واقع ادارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ومدى توفرها على المتطلبات الاساسية لاقامة ادارة ناجحة لهذا المورد الاستراتيجي، بداية من دور الثقافة التنظيمية للمؤسسة في هذا المجال، كونها العائق الابرز لتبنيها حسب تاكيد اهم الباحثين في هذا المجال.

اولا: الاطار النظري للدراسة

1.2. مفهوم المعرفة:

ان أكبر دلالة على تنامي وتطور الاهتمام بالمعرفة كمورد استراتيجي للتميز في اقتصاد اليوم، خاصة في العقود الثلاثة الاخيرة هو الكم الكبير من المفاهيم والمرادفات المقدمة لها، المختلفة احيانا .تعدد يمكن ضمن مدخلي الترميز Codification والتشخيص Personification، الترميز القائم على الاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات، والتشخيص القائم على الافراد والتفاعل بينهم، وهما من ابرز المداخل شيوعا في ممارسات وادبيات ادارة المعرفة⁽⁴⁾، حيث يعرف اصحاب مدخل الترميز المعرفة على انها: معلومات تمت معالجتها وتنظيمها لتصبح ذات قيمة، حيث يعرفها تيربان وبوتر Turban & Potter بكونها المعلومات التي يتم تنظيمها ومعالجتها لغرض الفهم، والدراسة والممارسة، والتعلم، ومن ثم التطبيق في الاعمال، او لحل المشكلات وإنجاز العمل⁽⁵⁾. مع القدرة على تحليلها وتفسيرها، يضيف دافت Daft بقوله هي خلاصة المعلومات المستحصلة بعد ان جرى ربطها بمعلومات اخرى تم تحليلها، وتفسيرها، ومقارنتها بما يراد معرفته⁽⁶⁾.

بينما اصحاب التوجه الثاني (مدخل التشخيص)، يركزون على نوع المعرفة الضمنية، حيث يعرفونها: جهد او عملية انسانية ديناميكية لتبرير الاعتقاد الشخصي اتجاه الحقيقة حسب كل من نوناكا وتاكيشي (7) Nonaka & Teckuchi، متعلقة بالفرد، وهو ما يدعمه الفي ولايندر Alavi & Leinder حيث يعرفانها بكونها المعلومات التي يمتلكها الافراد في أذهانهم. (8) وفي نفس السياق يعرفها امري توانا Amrit Tiwana على انها المزيج السائل من الخبرات والقيم وسياق المعلومات، الخبرة البصيرة، الحدس، المتوفرة في البيئة والاطر لتقييم وادماج المعلومات والخبرات الجديدة، تنشأ ويتم تطبيقها في اذهان عمال المعرفة وفي المنظمات، في كثير من المرات تصبح مضمنة ليس فقط في الوثائق والمخازن بل ايضا في روتين المنظمة، عملياتها تجارها و معاييرها. (9)

اذن، فالمعرفة كل ما يسهل عمل الفرد والمنظمة سواء توفر لدى الفرد او المنظمة او حتى في وسائط اخرى، فهي موجودة في الكتب والبيانات ووسائط التخزين اخذة شكلها الصريح الظاهر السهل في الاستخدام، او ما تحتويه خبرات وقيم وعقول الافراد في شكلها الضمني المميز.

2.2. خصائص المعرفة:

" اللاملموسية القياسية Standardized Intangibility" وصف لشنايدر ووينش Schneider Winch & يميزان فيه المعرفة، فهي منتوج غير ملموس ماديا بدرجة كافية يحد من المتاجرة بها كسلعة، ولكنها قياسية بدرجة كافية للسماح بالتنافس بها، لذا يتم المتاجرة بها على نطاق واسع، وهذه اللاملموسية القياسية هي محور اهتمام المنظمات المعتمدة على المعرفة. (10)، مما شكل ابرز عائق لتقدير قيمتها في المنظمة ووضع تقرير مفصل عنها على مستوى الجداول المحاسبية للمنظمة يضيف جونز Jones (11). هذه الخاصية الى جانب عديد الخصائص الاخرى، ميزت المعرفة عن باقي مولدات الثروة التقليدية (العمل، الارض، راس المال)، فهي متجددة ولا تهتك بالاستخدام يصفها دارموت Mc Dermott (12) " اقتصاد المعرفة اقتصاد وفرة اكثر منه اقتصاد ندرة، فعلى عكس اغلب الموارد التي تنضب جراء الاستهلاك تزداد المعرفة في الواقع بالممارسة والاستخدام وتنتشر بالمشاركة" (13). ولعل حصر كل هوسيل وبيل Housel and Bell هو الشامل بين الاجتهادات الاخرى، حيث طرحا مجموعة خصائص للمعرفة كالتالي (14): بداية من إمكانية توالد المعرفة (خلق معارف جديدة)، إمكانية اضمحلال المعرفة (موت المعرفة): نتيجة إحلال معرفة جديدة مكان القديمة، أو موت المعرفة الضمنية نتيجة لموت حاملها؛ إمكانية امتلاك المعرفة (في شكل براءات اختراع أو أسرار تجارية تتمتع بالحماية القانونية،... الخ)، المعرفة متجددة في الأفراد (رؤوس الأفراد بصورة ضمنية غير منظورة، مثل الخبرات الأفراد كالجراحين والمهندسين... الخ؛ إمكانية تخزين المعرفة: باستخدام الورق، الأفلام، الأشرطة، والآن على وسائل الخزن الالكترونية.

3.2. ادارة المعرفة وعملياتها:

1.3.2. مفهوم ادارة المعرفة: ان غالبية المقدمة لارة العرفة تتخندق في مدخلى الترميز والتشخيص لنظرة حول المعرفة، فهو الاكثر شيوعا مثلما ذكرنا سابقا (مفهوم المعرفة)، فالمعرفة الصريحة هي قريبة لادارة المعلومات كونها تركز على الاعتماد الكبير في ادارة المعرفة على المنتجات المبتكرة للتطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث يعرفها:

جاشبارا Jashpara، الذى ركز في مفهومه لادارة المعرفة على اهمية التعلم في احدي اهم عملياتها، وهي تشارك المعرفة، حيث عرفها "على انها عملية تعلم فعالة مع استكشاف واستغلال وتقاسم المعرفة التنظيمية باستخدام التكنولوجيا المناسبة في بيئة محددة لتعزيز الراس المال الفكري وقدرات التعلم للمنظمة. (15)

اما المعرفة الضمنية فهي قريبة لادارة الافراد كونها تعتمد على تطبيق وتعزيز العلاقات الانسانية في تبني ادارة المعرفة، حيث يركز كل من ديف و جاسهبار Duff and Jashapara على اهمية التكامل بين افراد المنظمة وتقنياتها، حيث يعرفانها على " انها عملية رسمية يشترك فيها الافراد في المنظمة وتقنياتها في حل يلتقط المعرفة ويسلمها الى الاشخاص المناسبين وفي الوقت المناسب.(16)

مهما تعددت المفاهيم المقترحة لادارة المعرفة، تبقى تتمحور في رأي العديد من الباحثين حول خلق وتوزيع والتحقق من صحة واستعمال المعرفة الضمنية والصريحة، في الافراد والمجموعات والمنظمات، والمجتمعات من خلال تسخير الافراد والعمليات والتكنولوجيا لتحقيق اهداف متطورة وفعالة(17)، ولذلك وللاستفادة القصوى من الموارد المعرفية، ينصح ويفضل على التوازن بين النهجين او المدخلين.(18)

2.3.2. عمليات ادارة المعرفة: قدمت العديد من العمليات لادارة المعرفة من اجل تسهيل استغلالها احسن استغلال، الا انه يمكن تجميعها في العمليات الاربعة التالية:(19)

- توليد المعرفة (Generating Knowledge): هي عملية خلق او اكتساب معارف جديدة، حيث تعد هذه العملية تجميعا لعدة عمليات متداخلة ومتكاملة فيما بينها، ابتداء (أسر Capturing، شراء Buying، ابتكارCreating اكتشاف Discovering، إمتصاص Absorption، إكتساب أو إستحواذ Acquiring) المعرفة. فالشراء يعني الحصول على المعرفة عن طريق الشراء المباشر أو عن طريق عقود الاستخدام والتوظيف. والإمتصاص يشير إلى القدرة على الفهم وإستيعاب المعرفة الظاهرة، والأسر يعني الحصول على المعرفة الضمنية الكامنة في أذهان وعقول المبدعين، والابتكار يشير إلى توليد معرفة جديدة غير مكتشفة وغير مستنسخة، والإكتشاف يشير إلى تحديد المعرفة المتوفرة. والتي ترتكز في غالبيتها على اهمية التفاعل الاجتماعي Socialization داخل المنظمات لتعزيز توليد المعرفة، يقول بارون و دانويد Brown and Dinguيد "العمل والكلام، الاتصال لا ينفصلون، الكلام يصنع العمل الواضح، والعمل يصنع الكلام الواضح"(20)، عن ضرورة التفاعل داخل المنظمة بين الافراد، وفي هذا المجال طرحت عدة ابحاث ودراسات مبنية على فرضيات وتجارب عن اهمية التفاعل الاجتماعي داخل المنظمات في تعزيز عمليات توليد المعرفة، فالتفاعل الاجتماعي "يساعد على تشكيل المعرفة وتشاركها. افضل مما لو تم دمجها عبر التعليمات المكتوبة او الشفهية، حيث يتيح التفاعل الاجتماعي امكانية اكتشاف المعرفة الضمنية من خلال الانشطة المشتركة بين الخبراء والمبتدئين او بين الباحثين المشاركين في احد المؤتمرات الاكاديمية. ومثال على ذلك اقامة معسكرات عصف ذهني Brainstorming Camps لحل المشكلات التي تواجهها المنظمات (21).

- تنظيم المعرفة: هي عملية خرطنة المعرفة، حيث تتضمن عمليات تصنيف Classifying، فهرسة وتبويب Indexing، رسم Mapping المعرفة، فرسم المعرفة من الاساليب المقترحة لمعالجة المعرفة والتي يصعب ترميزها او وضعها في قواعد وكلمات (ادارة المعرفة الضمنية)، من ابرزها استعمال الخرائط المعرفية (Knowledge Maps)، وتشير هذه الخرائط الى الاشخاص الذي يحملون هذه المعرفة، بالإضافة الى استخدامها في المعرفة الظاهرة من خلال ارشاد طالبها الى محل الوثائق والقواعد المعرفية، ومن الامثلة على خرائط المعرفة الاوراق الصفراء (Yellow Pages)، ملاحظات لوتس (Lotus Notes)؛ وايضا استخدام نظم الذكاء الاصطناعي لاسترجاع المعرفة، (مثلا اسلوب العنقدة).

- تشارك المعرفة: يخطئ الكثير في تماثل وتشابه مصطلحي تشارك المعرفة ونقل المعرفة Knowledge Transfer. فتشارك المعرفة مفهوم اوسع واشمل من نقل المعرفة، حيث هذه الاخيرة هي خطوة نحو تشارك المعرفة مثلما يبين Coakes والتي تعني

إيصال المعرفة المناسبة إلى الشخص المناسب في الوقت المناسب وضمن الشكل المناسب، حيث غالباً ما تكون المعرفة المنقولة هي معرفة صريحة (مكتوبة أو مرمزة)، تنقل عبر وسائل الكترونية أو يدوية، أما عند نقل المعرفة الضمنية يتداخل عندها مفهوم النقل مع المشاركة، إذ تنتقل في المنظمة وفق شكلين (بالقصد أو غير المقصود) مثلما يشير Marquardt⁽²²⁾. والسؤال أو الانشغال الأكبر هو حول كيفية تشارك المعرفة خاصة الضمنية منها، يقول ويغ Wiig في هذا الشأن "المعرفة الشخصية لا يمكن مشاركتها مباشرة، حيث من بين الأساطير في إدارة المعرفة هو خوف الأفراد من مشاركة معارفهم في كثير من الأحيان، لاعتقادهم بأنهم يعتقدون سوف يخسرون الميزة التي اكتسبوها من خبرتهم بين أقرانهم داخل المنظمة، إذ في أفضل الظروف لا يوجد سوى جزء صغير من الأفراد يمكن استخلاص الخبرة منهم وتشاركها، والتي في كثير من الأحيان تمثل المعرفة الروتينية والتشغيلية"⁽²³⁾

- استخدام وتطبيق المعرفة: وتتضمن هذه الأخيرة عمليات الاستعمال Use، إعادة الاستعمال Reuse، الاستفادة Utilisation، التطبيق Application. فالإدارة الناجحة هي التي تستخدم إدارة المعرفة المتوافرة في الوقت المناسب مع استثمار فرصة توفرها لتحقيق ميزة لها أو لحل مشكلة قائمة.

هذه العملية التي سماها دوف Dove بالاستجابة للمعرفة، فهي حسب بساطة تعني درجة استجابة المنظمة للأنواع المختلفة من المعلومات التي تصل إليها، ومثال عن ذلك عندما تصل معرفة عن احتياجات العملاء ومن ثم الاستجابة لهذه المعلومات، وأسرع منظمة تستجيب لهذه الاحتياجات سوف يرتفع لديها منسوب رضا العملاء.⁽²⁴⁾

4.2. الثقافة التنظيمية وعمليات إدارة المعرفة:

"من أسباب تميز وتحقيق منظمات تتشابه في كل شيء عن مثيلاتها: النجاح في كيفية إدارة العنصر البشري بأساليب إدارية فاعلة، وهذا السر في غالب الأحيان غير ظاهر للعيان أو غير مراقب، فالمراقب من الخارج قد يلاحظ ما تمتلكه المنظمة من تكنولوجيا وأنظمة معلومات ومعدات وادوات، لكن الثقافة والقيم غير واضحة وغير مرئية، لذا من الصعب فهمها وتطبيقها على الواقع، فهي تشبه إلى حد ما شخصية الفرد التي تتناسب ونظامه الفيسيولوجي وخصائصه المكتسبة والوراثية والتي يصعب على شخص آخر تقمصها."⁽²⁵⁾

1.4.2. ماهية الثقافة التنظيمية، وأهميتها: يعد مفهوم الثقافة التنظيمية أبرز نتائج التوجه نحو (العلاقات الإنسانية)، حيث يعود بداية الاهتمام بها إلى أربعينيات القرن الماضي، لكن الاهتمام الفعلي بها بدأ من نهاية سبعينيات وبداية ثمانينات القرن الماضي يؤكد أليفسون (Alvesson)⁽²⁶⁾، هذا الاهتمام الناتج لأهميتها الكبيرة في سير المنظمة، عبر تأديتها عدة وظائف، حيث تمثل مدخلا للإحساس بالتاريخ، خاصة في الثقافة ذات الجذور العريقة، كما تخلق جو يسوده الشعور بالوحدة، التي تعزز القيم المشتركة والاداء المتميز. كما تعمل على تطوير الإحساس بالعضوية والانتماء، الأمر الذي ينتج عليه الاستقرار الوظيفي وزيادة التبادل بين أعضاء المنظمة، من خلال المشاركة في اتخاذ القرار وتطوير فرق العمل. هذه الوظائف حسب روبيرت وأنجيلو (Robert & Angelo) تجعل ثقافة المنظمة بمثابة (الصمغ/الاسمنت) الذي يربط أفراد المنظمة بعضهم ببعض ويساعد على تعزيز السلوك المنسق الثابت في العمل⁽²⁷⁾

2.4.2. مفهوم الثقافة التنظيمية: قدمت العديد من المفاهيم للثقافة التنظيمية، اجتمعت جميعها في كون الثقافة التنظيمية قيم ومعتقدات يتلقفها الفرد عند انضمامه إلى منظمة ما، حيث يعرفها شين (Shien) على "أنها مجموعة من القيم؛ المعتقدات؛ القواعد؛ الافتراضات؛ التي يتقاسمها أعضاء المنظمة"⁽²⁸⁾؛ والمتناقلة جيلا عن جيل، تعمل على تمييز وترتيب صفات الفئات الاجتماعية يضيف هوسيني (Hosseini)⁽²⁹⁾؛

قيم وافتراضات اساسية قامت مجموعة بوضعها او اكتشافها او تطويرها للتعامل وتحقيق مع مشاكل التكيف الداخلي والتكامل الخارجي، عن طريق تحديد السلوكيات المناسبة للمواقف التي تواجه الفرد، يرى رايلي(O'Reilly)⁽³⁰⁾، قيم ترتبط ارتباطا وثيقا بقيم الافراد أنفسهم، وكذلك البيئة الاجتماعية والاقتصادية والتنظيمية للمنظمة، حيث يتم الحفاظ عليها وتناقلها عبر القصص والطقوس والرموز والممارسات، وكذا الطريقة التي تدير لها المنظمة افرادها(إدارة الموارد البشرية)، التي هي أحد المحددات الرئيسية للثقافة التنظيمية، حسب تأكيد كل من كابريرا وبوناش (Cabrera & Bonache)⁽³¹⁾.

3.4.2. تقييم ثقافة المنظمة: بالرغم من صعوبة تقييم وتحديد أثار ثقافة المنظمة، لكونها تمس الجوانب الضمنية لسلوكيات والافراد، اضافة الى الحقيقة الجزئية في كون القيم والمعايير الكامنة الفعلية لا تتوافق بالضرورة مع تلك التي اعتمدت رسميا، ولا حتى تلك التي تبناها كبار المسؤولين التنفيذيين، مثلما يرى ارغريس وشون(Argyris & Schon)⁽³²⁾، الا انه طرحت عدة مقاييس منها مقياس ملف الثقافة التنظيمية OCP (Organization Culture Profite)، والذي امتاز بالصلاحية والموثوقية حسب برودوفوت وفالكيس(brodfoot & falkus)، هذا الاخير مشتق من المقياس الاصلي لملف الثقافة التنظيمية(OCP) ذوا الثمانية أبعاد و54 عبارة، ممثلة في الابتكار(Innovation)، والانتباه إلى التفاصيل(Attention to Detail)، وتوجه النتائج (Outcome Orientation)، والعدوانية(Aggressiveness)، والداعمية(Supportiveness)، والتركيز على المكافآت(Emphasis on Rewards)، والتوجه الفريق(Team Orientation) والحسم(Decisiveness).

لينطلق منه ساروس و غراي ودانستان وكوبر(James C. Sarros & Judy Gray & Iain L. Densten & Brian Cooper) في دراسة شملت توزيع 4962 استمارة تحتوي علي 40 عبارة، وتوزيعها على منظمات عاملة في اوربا وامريكا واسيا وأستراليا بهدف تنويع اراء المستجوبين بعد نقد الدراسات السابقة لشموليتها على منظمات عاملة في نفس المكان، حيث تم استرجاع 1918 استمارة، وبعد اجراء عليها التحليل العاملي الاستكشافي لكشف الأبعاد الضمنية(نشير هنا الى أننا سنعتمد على مقياس ساروس ورفقائه في تحديد عبارات الثقافة التنظيمية في الجانب التطبيقي من هذه الدراسة)⁽³³⁾

4.4.2. انواع الثقافة التنظيمية: صنفت الثقافة التنظيمية إلى عدة انواع، وللإشارة ليس بالضرورة ان تكون الثقافة التنظيمية متجانسة في كل وحدات المنظمة، إذ يمكن أن تتخللها ثقافات فرعية لمجموعات فرعية داخل المنظمة لهم سلوكيات وقواعد خاصة بهم.⁽³⁴⁾، ومن اهم هذه التصنيفات نذكر: تصنيف كل من كامرون وكوين وديغراف وآخرين (Cameron, Quinn, DeGraff et al)، حيث اقترحوا أربعة أنواع للثقافة التنظيمية:⁽³⁵⁾

- ثقافة السوق (Market Culture): تركز على الخارج، لذا تجدها مدعومة بهيكل تنظيمي قائم ومعزز للسيطرة والقيادة من النوع الموجهة نحو الهدف، نحو عمليات وتطوير المنتجات الجديدة، هذه الاخير هي التي تحدد نسبة نجاح المنظمة، مدى حول استوفت شروطها نحو تحقيق الهدف، وانجاز المهام، وزيادة القدرة التنافسية وتعزيز التوجه نحو السوق.

- الثقافة الاستبدادية (Adhocracy Culture): تركز على الخارج، ذات هيكل تنظيمي مرن، تمتاز بديناميكية المشاريع، والمخاطرة، والقيادة والابداع، والقدرة على التكيف، وحل المشاكل، حيث تكون مبتكرة وعلى استعداد لتحمل المخاطر والاستجابة السريعة لتغييرات السوق.

- ثقافة العشيرة (Clan Culture): تركز على الداخل، مدعومة بهيكل تنظيمي مرن، تتميز بأسلوب قيادة قائم على التماسك، التوافق، الالتزام، المشاركة، والشعور بجو الاسرة والعمل الجماعي، تعالج فرص النجاح والفشل كمجموعة، ملتزمة بالمعايير

والمعتقدات المشتركة، الأمر الذي ينتج عنه بيئة عمل ايجابية مما يؤدي الى تقاسم وتشارك للمعلومات وتعزيز فرق التنمية وزيادة الكفاءات العملية والنجاح في تطوير منتجات جديدة.

- الثقافة الهرمية (Hierarchy Clture): تركز على الداخل مدعومة ببنية مستقرة، ذات قيادة تنسيقية تعمل على تكريس الرسمية، ووجود القواعد والسياسات، الاستقرار، السيطرة والقدرة على التنبؤ، ورسم حدود واضحة للسلوك والاهداف من قبل الادارة العليا. حقق هذا النوع مستويات عالية من رضا العملاء.

كما تجدر الاشارة إلى صعوبة تصنيف المنظمات من خلال نوع واحد من الثقافة التنظيمية، حيث قد تحتاج المنظمة إلى مزيج من الثقافات الاربعة لتكون متوازنة لتحقيق الاداء العاليين يؤكد يو و وو (Yu& Wu)⁽³⁶⁾

5.4.2. مكونات الثقافة التنظيمية: لكون الثقافة التنظيمية هي جانب سلوكي للأفراد في المنظمة، فإن مكوناتها هي ما يؤثر في هذا السلوك، حيث "تتضمن على سمات وقيم ومعتقدات في جميع مستويات المنظمة، العديد منها غير مستوعى، يعبر عنها من خلال المواقف والسلوك والمشاعر، والعلاقات، واللغة، والرموز والتحف، وماديات اخرى، حسب دوبني وزفان (Dobni&Zeffane)⁽³⁷⁾، وعلى سبيل الذكر لا الحصر نذكر المكونات التالية:⁽³⁸⁾

■ المكونات (المظاهر) الرمزية المادية: هي ما يحيط بالأفراد ويحفزهم على اداء مهامهم، كتصميم البناية، الملابس، ترتيب المكاتب فيها، اسم المنظمة، شعارتها المعلنة،... الخ

■ المكونات الرمزية السلوكية: هي مجموعة النشاطات والطقوس الممارسة، صنفها كل من تريس وباير (Trice&Beyer) في المجاميع التالية:

- الطقوس التعزيزية (Rites of Enchancement): تمارس عند لعب ادوار جديدة، في حالة الترقية مثلا.

- طقوس التجديد (Rites of Renwal): وهي الطقوس التي تستخدم بقصد انعاش الهياكل الاجتماعية الحالية للمنظمة بقصد تطوير نشاطاتها الوظيفية.

- طقوس التكامل (Rites of Integration): التي من شأنها ان تخلق التلاحم والمشاعر الطيبة بين افراد المنظمة.

- طقوس تخفيض الصراع (Rites of Conflict Reduction): تمارس في حالة التعاطي مع الصراعات والاختلافات.

- طقوس تنزيل الدرجة (Rites of Degradation): تمارس عند حالات الفشل في اعتناق قيم المنظمة، مثلا عند المنظمات اليابانية وشاح العار (Robbones of Shame).

■ المظاهر الرمزية اللفظية: هي مجموعة الفاظ ذات دلالة معنوية، ك:

- الاساطير (Myth): هي قصص لأحداث خيالية، تمثل معتقدات وهمية لتحديد ما هو شرعي بقصد المحافظة عليه او تحديد ما هو غير مقبول في المنظمة.

- القصص البطولية (Saga): هي حكايات لأحداث حقيقية تاريخية تصف الانجازات الفريدة لفرد او مجموعة.

- الخرافات (Legend): قصص سالفة لبعض الاحداث التاريخية المثيرة المزينة بالتفاصيل الخيالية. النكتة (Joke)، التراث الشعبي (Folkate)، الرموز (Symbols)،... الخ

■ المكونات الادراكية: تتضمن:

- القيم: تمثل اعمق مستوى من مستويات الثقافة وفق ما يراه عدد من الباحثين، فهي عنصر من عناصر نظام رمزي مشترك يستخدم كمعيار للاختيار بين البدائل الموجهة للفرد حسب بارسوس (Parsons)

- الاعتقادات: تشير الى الأفكار التصورية التي يحملها فرد معين اتجاه شيء ما.

- الاتجاهات: هي قيم ومشاعر وميول التصرف التي يعتنقها الافراد سواء كانت مرغوبة اولا.

- الافتراضات: تمثل معتقدات ضمنية يؤمن بها الافراد قد تتصل بأنفسهم او بالآخرين او بطبيعة المنظمة التي يعملون فيها.

- المعايير: هي قواعد غير مكتوبة تتيح للأفراد معرفة ما هو متوقع منهم، فهي بذلك الاطار يقبله المجتمع دون اعتراض او نقد.

5.2. دور الثقافة التنظيمية في دعم عمليات ادارة المعرفة: " إذا لم تتسم ثقافة المنظمة بالثقة والنزاهة والمكافاة والاعتراف والمعاملة بالمثل والصدق والانفتاح، سيكون من الصعب خلق ثقافة إدارة المعرفة داخل المنظم لكونها غير مواتية لتبني برنامج إدارة المعرفة" انونيمس(Anonymous)⁽³⁹⁾

1.5.2. أهمية الثقافة التنظيمية في دعم ادارة المعرفة: اثارت عدة ابحاث لمفكري الادارة عن مدى مساهمة الثقافة التنظيمية في دعم ادارة المعرفة، فنجد الاقي واخرين ركزوا اساسا على القيم التي تعرقل او تشجع عمليات خلق المعرفة، كما نجد كل من ايرال وغارفييلي(Earl and Garvelli) يسمي "ثقافة المعرفة" كعامل اساسي لنجاح ادارة المعرفة في المنظمة الى جانب عناصر اخرى كالقيادة والهيكل التنظيمي، وادارة الموارد البشرية. ثقافة من قيم تمثل الى جانب التكنولوجيا والهيكل ما سماه غولد واخرين Gold et al "قدرات البنية التحتية للإدارة المعرفة"، حيث يرون ان المنظمات التي لها قيم موجهة نحو الانفتاح، وتعزيز الثقة، مستعدة لتطوير سلوكيات افرادها لمشاركة افكار ومعارفهم . كما يضيف دافنبورت Davenport قيم التسامح الاخطاء، هذه القيم تجعل من الثقافة يؤكد لي وكول تعمل كألية مراقبة اجتماعية، في تعزيز الوعي النقدي والسلوك المفتوح، ام تتوجه نحو نظام يتطلع الى معاقبة يعمل خارج ما هو مرسوم، الامر الذي سيحفز او يعوق في نهاية المطاف العمليات التي تمكن من انشاء المعرفة ونشرها في جميع انحاء المنظمة⁽⁴⁰⁾، فالمنظمات الناجحة في رأي ماك دارموت وادال(McDermott& O'Dell)هي التي تستطيع تكييف ثقافتها في ادارة المعارف لتناسب مع ثقافتها التنظيمية.⁽⁴¹⁾

2.5.2. إطار القيم المتنافسة كإطار متكامل لنظام إدارة المعرفة: انطلاقا من أهمية العلاقات الاجتماعية في الية خلق المعرفة، التي انطلق منها كل من نوناكا وتاكيشي في دراستهما الشركات الخلاقة للمعرفة؛ وكذلك دورها في رسم ملامح الثقافة التنظيمية، حاول عدد من الباحثين الانطلاق منها كنقطة ارتكاز لوضع اطار تكاملي بين ادارة المعرفة والثقافة التنظيمية، سموه "اطار القيم المتنافسة" حيث ينص هذا الاطار على ان التفاعلات الغير رسمية بين الافراد تسهل التجارب المشتركة للتأثير على الفعالية التنظيمية وتوليد المعرفة، لذلك فان إنشاء المعرفة وتحويلها يتم في المنظمات التي تتسم بثقافة العلاقات الإنسانية في الغالب من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية؛ كالتالي:⁽⁴²⁾

- المنظمات التي تتميز بثقافة العشيرة(Clan Culture): تركز على التنشئة الاجتماعية في خلق المعرفة وتحويلها، مستخدمة النظام المفتوح(Open system and Externalization Process) الذي يتسم بالمرونة والابتكار.

- المنظمات التي تتميز بثقافة السوق(Market Culture): تتميز في الغالب بالنظام المفتوح، تعمل على خلق المعارف وتحويلها من خلال عملية الاخرجة(Rational Goals and Combination Process)، وتعتبر المنظمات التي تتميز بثقافة السوق فعالة إذا كانت تنافسية وسريعة في الاستجابة، وحاسمة، من خلال الحواجز والسعي لتحقيق أهدافها. وترتكز هذه المنظمات على الحفاظ على الموضوعية، وجمع وتحليل البيانات، ورصد التقدم المحرز بعناية لأنها تتطلب القدرة على التنبؤ والموثوقية لإنتاج قيمة دائمة.

- المنظمات التي تتميز بالثقافة الهرمية(Hierarchical Culture): تركز على العمليات الداخلية للمنظمة (Internal Process and Internalization Process)، عبر التقييم والقياس، والتوثيق، وعمليات التحكم، والاستقرار، والروتينية، والهيكلية، والمركزية،

وتحسين الكفاءة، والاستمرارية، والسيطرة، ويركز منكمما تركيز على تطوير إجراءات العمل والممارسات لأنه يسهل للأفراد تعديل المعرفة لحل المشاكل العملية

في الختام تمارس الثقافة التنظيمية دور مهما في تطبيق نجاح ادارة المعرفة، بداية من ارساء ثقافة التعلم التي تعمل على ابقاء هذا النموذج حيا⁽⁴³⁾، ثقافة تقوم على التقاسم والانفتاح والشفافية والتحسين المستمر، يكونوا أبطالها من رواد الامثلة في تقاسم المعرفة عبر انجع اسلوب سرد القصص في نقل اعقد الافكار والمفاهيم⁽⁴⁴⁾، في ظل تحقق شرطي الثقة المتبادلة ووجود التفاعل الشخصي الغير رسمي الافضل لتبادل المعرفة الضمنية⁽⁴⁵⁾ ثقافة يلتزم قادة المنظمات (قيادة المعرفة) على ترسيخها، عبر توليد الاحساس بالهوية من خلال الالتزام برسالة المنظمة، و تعزيز ثقافة التسامح والثقة والاتصال المفتوح، والاعتراف والتقدير للأفراد الموهوبين⁽⁴⁶⁾، اي العمل على ترسيخ ثقافة المنظمة لصالح ادارة المعرفة وفق فاي ودليونغ (Fahey & Delong) من خلال الطرق التالية:⁽⁴⁷⁾

- تكوين افتراضات حول ماهية المعرفة، وحول المعرفة التي تجب ادارتها؛
- تحديد العلاقة بين المعرفة الفردية والمعرفة التنظيمية: من هو الشخص الذي من الممكن ان يكون مالكا للمعرفة؛ ومن الشخص الذي يجب ان يشترك فيها، ومن الشخص الذي يستطيع خزنها؛
- ايجاد بيئة للتفاعل الاجتماعي تحدد كيفية استخدام المعرفة في مواقف وظروف معينة؛
- صياغة (تشكيل) العملية التي يتم من خلالها توليد المعرفة، والتحقق من صحتها، وتوزيعها في انحاء المنظمة.

ثانيا: دراسة و اقع ادارة المعرفة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

1.3. اداة الدراسة ووصف ديموغرافية العينة:

في هذه الدراسة تم توزيع اكثر من 300 استمارة استبيان على عدد من العاملين في عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية والعاملة في صناعات مختلفة، تم استرداد عدد معتبر منها حوالي، حيث تباينت فيها خصائص العينة، حيث نجد غلبة الطابع العام عليها بنسبة 61.1%، مع سيطرت الذكور على الجانب القيادي في التسيير بنسبة 77.7%، مع تسجيل حضور مراكز الإدارة التنفيذية بنسبة 45%، مع الاشارة الى امتناع نسبة كبيرة على التصريح بمركزها الوظيفي حيث مثلت نسبة القيم المفقودة ما قيمته 47.4%، مع شبه التقاسم لذوي الخبرات المبتدئة والمتوسطة (1-10) على المراكز القيادية بنسبة 33.6% و 38.4% على التوالي، مع تسجيل ايضا سيطرت حاملي شهادة الليسانس بنسبة 64.0%، مع تسجيل حضور لافلت لحملة شهادات العليا كالمجستير والدكتوراه، هذه الاخير تمثل ما قيمته 17.5% و 1.4% على التوالي من مجموع المؤهلات العلمية.

2.3. معامل ألفا كرونباخ Alpha Gronbach لقياس ثبات (اتساق) الاجابات:

مثلما يوضحه الجدول الموالي، جاءت نتائج معاملات الاختبارات لقياس الاتساق جيدة (تقرب من الواحد الموجب)، مما يدل على ثبات درجات المقياس و خلوها من اخطاء المقياس الغير منتظمة ومصداقيتها في الإجابات على فقرات الاستبيان.

الجدول رقم 01: نتائج اختبار Alpha Gronbach

معامل الصدق $\sqrt{\alpha}$	قيمة α (Alpha Gronbach)	محاور متغيرات الدراسة
0.946	0.894	عملية توليد المعرفة
0.924	0.853	عملية تشارك المعرفة
0.945	0.893	عملية استخدام المعرفة
0.936	0.876	الثقافة التنظيمية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات الـ spss22

3.3. دراسة وتحليل اتجاه اجابات افراد العينة حول عمليات ادارة المعرفة:

جاء اتجاه اجابات افراد العينة حول عمليات ادارة المعرفة كالتالي:

1.3.3. تحديد اتجاه افراد العينة حول عملية توليد المعرفة: يعكس الجدول الموالي، اتجاه افراد العينة حول عملية توليد المعرفة:

الجدول رقم02: اتجاه اجابات افراد العينة حول عملية توليد المعرفة									
CV%	σ_{X_I}	\bar{X}_I	تكرار الاجابة					الفقرة	
			5	4	3	2	1		
30.34	1.068	3.52	25	111	33	25	14	تهتم مؤسساتنا بمتابعة المعلومات والمعارف الخاصة ببيئة نشاطها	
31.11	1.092	3.51	24	112	34	19	18	2 تحرص مؤسساتنا على استقطاب وتوظيف الكفاءات المتميزة والاستفادة من معارفهم.	
34.94	1.195	3.42	24	113	23	24	25	3 تنظم مؤسساتنا لقاءات وجلسات تشاور بين الموظفين للبحث عن حلول لمشاكل العمل، أو تحسين العمل المقدم، أو طرح مشاريع وأفكار جديدة...الخ.	
35.98	1.155	3.21	15	95	40	33	24	4 تنظم مؤسساتنا لقاءات وجلسات تشاور مع زبائنها ومورديها للاستفادة من افكارهم ومعارفهم وآرائهم حول تحسين نشاطها.	
31.84	1.019	3.20	8	90	60	31	17	5 تشجع مؤسساتنا الموظفين على المبادرة وطرح الأفكار الجديدة	
37.17	1.111	2.91	5	75	50	48	28	6 تهتم مؤسساتنا بالشراكة مع مراكز البحث (كالجامعات) للاستفادة من أحدث الأبحاث التي تخص مجال نشاطها.	
27.26	0.897	3.29	مجموع المحور						

المصدر: الاعتماد على مخرجات الـ spss 22.

من خلال الجدول نجد ان كل الفقرات مقبولة من حيث درجة التشتت ومعامل الاختلاف الذي لم يتعدى الـ 50% لرفضها، الا انها اختلفت في درجة الموافقة، حيث نجد فقط ثلاثة فقرات نالت الموافقة الصريحة، حيث جاءت العبارة الاولى بمتوسط حسابي 3.52 والتي تؤكد على اهتمام المؤسسات المعنية بمتابعة المعلومات والمعارف التي تخص مجال نشاطها، اما الثانية فقد جاءت بمتوسط قدره 3.51 والتي تقيس وتعتبر عن حرص المؤسسات المعنية على توظيف الكفاءات بغية الاستفادة من معارفهم ومعلوماتهم في تطوير مؤسساتهم، والثالثة كانت بمتوسط 3.42 والقريبة من حد الموافقة الادنى، والذي يعكس ميل افراد العينة الى التردد في مدى حرص مؤسساتهم على تنظيم اللقاءات التشاورية بين عمال المؤسسة بهدف تطوير العمل او ابتكار اساليب وطرق جديدة وحتى مناقشة مشكل العمل. اما بقية العبارات فقد اتسمت اجاباتها بالتردد (درجة المحايد)، حيث نالت على الترتيب المتوسطات 3.21، 3.20، 2.91، والتي تعكس تردد افراد العينة حول مدى تنظيم مؤسساتهم لقاءات تشاور مع اصحاب المصلحة في مؤسساتهم من زبائن وموردين بهدف الأخذ بآرائهم حول كيفية تحسين عمل مؤسساتهم، وايضا التردد حول حرص مؤسساتهم في تشجيعهم على المبادرة وطرح الافكار، وفي الاخير ترددهم الذي يميل الى رفض فكرة قيام مؤسساتهم بإقامة شراكة والتنسيق مع مراكز البحث من جامعات وغيرها والاستفادة من أحدث الأبحاث التي تخص مجال عملها.

وفي مجمل المحور الخاص بعملية توليد المعرفة داخل المؤسسات الاقتصادية، فقد غلب درجة المحايد على عباراته، حيث جاء المتوسط العام للمحور بقيمة 3.29، والذي يعكس مدى تردد افراد العينة حول حرص مؤسساتهم على عملية توليد المعرفة.

2.3.3. تحديد اتجاه افراد العينة حول عملية تشارك المعرفة: يعكس الجدول الموالي، اتجاه افراد العينة حول عملية تشارك المعرفة.

الجدول رقم(03): اتجاه اجابات افراد العينة حول عملية تشارك المعرفة								
CV%	σ_{X_I}	\bar{X}_I	تكرار الاجابة					الفقرة
			5	4	3	2	1	
24.09	0.937	3.89	44	127	16	13	8	تنظم مؤسستنا دورات تدريبية للموظفين لتحسين مستوى معارفهم.
34.63	1.136	3.28	16	101	36	33	21	تنظم مؤسستنا لقاءات مع الخبراء بغرض الاستفادة من معارفهم.
31.78	1.036	3.26	11	95	53	31	16	تشجع مؤسستنا الاتصالات غير الرسمية (الحوار والنقاش...) حول مشاكل العمل بين عمالها
36.84	1.168	3.17	19	81	46	37	23	تعمل مؤسستنا احيانا على تبادل الموظفين لمهامهم لتعزيز تبادل خبراتهم ومعارفهم.
35.37	1.086	3.07	11	76	59	41	21	تتواصل مؤسستنا مع المؤسسات الاخرى لتحديد افضل الطرق والممارسات في نشر وتبادل الافكار والمعارف بين موظفيها.
35.7	1.089	3.05	7	83	55	38	24	تقوم مؤسستنا بتطبيق تجارب ناجحة لمؤسسات اخرى.
44.15	1.232	2.79	7	72	44	38	46	نستعين في مؤسستنا بالقصص والروايات لشرح وفهم المعاني والمهمات التي يصعب علينا فهمها.
24.81	0.799	3.22	مجموع المحور					

المصدر: بالاعتماد على مخرجات الـ spss 22

من خلال الجدول نجد ان كل الفقرات مقبولة من حيث درجة التشتت ومعامل الاختلاف الذي لم يتعدى الـ 50% لرفضها، الا انها اختلفت في درجة الموافقة، حيث نالت فقرة واحدة فقط الموافقة الصريحة حيث نالت متوسط قدره 3.89، مما يدل على قيام المؤسسات المعنية بتنظيم لقاءات ودورات تكوينية لفائدة عمالها بهدف الرفع من مستواهم وتبادل الخبرات والمعارف فيما بينهم، وهذا امر مهم جدا في تشارك ونقل المعرفة بين الافراد، بينما اتسمت اجابات افراد العينة على بقية فقرات عملية تشارك المعرفة بالحياد وهذا امر سيئ، لان جوهر و اساس ادارة المعرفة هو تشاركها وان لا تظل حبيسة صندوقها الاسود مثلما شهبها بولاني polani، حيث تدرجت متوسطاتها من 3.28 الى 2.79، اي هناك تردد حول قيام المؤسسات المعنية بعقد وتنظيم لقاءات تكوينية مع خبراء في مجال عملها للاستفادة من معارفهم وتحسين مستوى عمالها، وكذا التردد في مدى تشجيع المؤسسات للاتصالات الغير رسمية لتعزيز النقاش، حيث اساس تشارك المعرفة خاصة الضمنية منها هو التفاعل والعلاقات الاجتماعية مثلما يؤكد كل من نوناكا وتاكيشي، وايضا التردد في قيام المؤسسات بعملية التدوير للموظفين، اي تحويل وتدوير الموظفين على اكثر من وظيفة بهدف التوسيع والتشارك في معارفهم وخبراتهم، وايضا التردد في مدي اتصال المؤسسات فيما بينم والتباحث حول افضل الطرق والوسائل الداعمة والمشجعة لتبادل الموظفين معارفهم وتطبيق افضلها.

واخيرا التردد في مدى استعمال القصص^(*) والروايات في تشارك وتبادل المعرفة، هذا النهج الذي اكدت العديد من الدراسات والابحاث عن فعاليته في تشارك المعرفة ومدى النجاح الذي حققته المؤسسات الغربية للدول المتقدمة في هذا المجال خاصة المؤسسات اليابانية والامريكية والنرويجية وبصفة عامة الاوروبية، وعلى العموم فقد غلب التردد جل عبارات عملية تشارك المعرفة، حيث نال المحور متوسط 3.22، ما يعكس حالة التردد او الابهام حول الادوات الكفيلة بتحقيق وتطبيق عملية تشارك المعرفة.

3.3.3. تحديد اتجاه افراد العينة حول عملية استخدام المعرفة: يعكس الجدول الموالي، اتجاه افراد العينة حول عملية استخدام المعرفة:

الجدول رقم(04): اتجاه اجابات افراد العينة حول عملية استخدام المعرفة								
CV%	σ_{X_I}	\bar{X}_I	تكرار الاجابة					الفقرة
			5	4	3	2	1	
24.74	0.898	3.63	21	121	38	23	5	تعمل مؤسستنا على التطوير المستمر لأليات العمل.
28.61	1.027	3.59	28	110	38	20	12	تتوفر المؤسسة على الوسائل الكفيلة بنشر المعلومات والمعارف المستحدثة وتطويرها بصفة آنية مستمرة، كقاعدة بيانات العملاء....
29.06	1.026	3.53	26	105	42	24	11	تحرص مؤسستنا على تطبيق الموظفين لما اكتسبوه من معارف ومعلومات في تدريبهم وتكوينهم.
26.41	0.927	3.51	16	113	50	20	9	تعمل مؤسستنا على تطبيق الأفكار والمعارف الجديدة المقترحة لتحسين عملها.
30.23	1.028	3.4	17	103	46	28	13	تحرص المؤسسة على تطبيق اخر الابتكارات التي تخص مجال عملها
37.31	1.123	3.01	8	84	43	49	24	تحرص مؤسستنا على وضع خبرة ومعارف موظفيها في مراجع أو برمجيات (كتب ارشادية) لاستعمالها عند الحاجة
23.55	0.81	3.44						مجموع المحور

المصدر: بالاعتماد على مخرجات الـ spss 22.

من خلال الجدول نجد ان كل الفقرات مقبولة من حيث درجة التشتت ومعامل الاختلاف الذي لم يتعدى الـ 50% لرفضها، حيث حازت غالبية العبارات درجة الموافقة الصريحة مع نيل واحدة فقط درجة المحايد، حيث جاءت العبارة الاولى بمتوسط قدره 3.63 والتي تعكس حرص المؤسسات المعنية على التطوير المستمر لأليات العمل وادخال المعارف الجديدة الكفيلة بتحقيق ذلك، والثانية بمعدل 3.59 والتي تؤكد توفر وامتلاك المؤسسات للوسائل الكفيلة بنشر المعلومات والمعارف بين موظفيها وتطويرها بشكل اني كقاعدة بيانات تخص الزبائن وكذا الموردين وهو ما يتوافق مع العبارة الاولى في عملية نقل المعرفة لكون المؤسسات تعمل على تتبع معلومات الخاصة بيئة نشاطها، ثم تلتها الثالثة بمتوسط 3.53 والتي تنص على حرص المؤسسات المعنية على تطبيق الموظفين لما اكتسبوه من معارف سواء في دورات تدريبية او غيرها مثلما اكدت عليه بقية العبارات، كما تم تسجيل عبارة واحدة فقد اتسمت فيها اجابات افراد العينة بالتردد حيث نالت متوسط قدره 3.01، والدلة على الابهام الحاصل في عملية تدوين المؤسسات لمعارف موظفيها على شكل برامج وكتب حتى تحمي من الضياع ويعود اليها الموظفون متى

دعت الحاجة اليها، على العموم نالت عبارات محور عملية استخدام المعرفة الموافقة الصريحة وهو ما يتجلى في المتوسط العام للمحور 3.44، والذي يعني حرص المؤسسات على توظيف المعرفة المكتسبة او الموجودة لدى موظفيها على مستوى مؤسساتهم. 4.3.3. تحديد اتجاه افراد العينة حول الثقافة التنظيمية: يعكس الجدول الموالي، اتجاه افراد العينة نحو الثقافة التنظيمية:

الجدول رقم(05): اتجاه اجابات افراد العينة حول الثقافة التنظيمية									
CV%	σ_{X_I}	\bar{X}_I	تكرار الاجابة					الفقرة	
			5	4	3	2	1		
26.24	0.942	3.59	23	112	42	22	7	1	تعمل مؤسستنا على تحقيق الاهداف المسطرة من خلال الاستغلال الجيد للخبرات والمعارف المتوفرة
30.46	1.069	3.51	31	92	42	30	10	2	نعمل كأننا فريق واحد نتبادل فيه المعلومات والمعارف بحرية وسهولة.
28.85	1.001	3.47	15	118	31	32	10	3	هناك احساس بالمسؤولية من قبل الجميع (موظفين ومسؤولين) اتجاه المؤسسة خاصة في ما يخص استغلال وتشارك المعلومات والمعارف.
33.47	1.108	3.31	17	98	40	33	18	4	تعمل المؤسسة على تقييم اداء موظفيها على تشارك وتطبيق معارفهم وخبراتهم ومعلوماتهم.
33.91	1.109	3.27	17	92	44	34	18	5	تتوفر مؤسستنا على قيم وعادات تشجع روح التعاون وتشارك المعارف والخبرات بين الموظفين باختلاف مراكزهم الوظيفية
35.69	1.167	3.27	22	88	41	35	21	6	تسعى مؤسستنا الى تحسيس الموظفين بالاستقرار والطمأنينة بالشكل الذي يساعدهم على تبادل وتطبيق معارفهم وخبراتهم ومعلوماتهم في العمل.
33.78	1.098	3.25	16	90	48	35	18	7	جو العمل في المؤسسة يشجع على المبادرة في تطبيق الأفكار الجديدة واستغلال الخبرات المتوفرة والتعلم من الأخطاء
35.4	1.122	3.17	15	85	44	42	19	8	تسعى مؤسستنا الى تقديم التحفيز اللازم للموظفين لتشارك وتبادل معارفهم وخبراتهم.
28.68	0.961	3.35	مجموع المحور						

المصدر: بالاعتماد على مخرجات الـ spss 22.

من خلال الجدول نجد ان كل الفقرات مقبولة من حيث درجة التشتت ومعامل الاختلاف الذي لم يتعدى الـ 50% لرفضها، حيث نالت ثلاثة عبارات فقط الموافقة الصريحة، اذ جاءت في المرتبة الاولى بمتوسط 3.59 والتي تدل على ارتباط تحقيق الاهداف مع ادارة واستغلال المعارف المتوفرة، اما الثانية بمتوسط 3.51 والتي تنص على ان جو العمل يتسم بالعمل الجماعي وروح الفريق وهذا امر جد مهم لتداول وتشارك معارف الموظفين بينهم، والثالثة بمتوسط 3.47 الدالة على توفر الحس بالمسؤولية لدى قيادات المؤسسات حول اهمية استغلال وادارة المعرفة في عمل مؤسساتهم، وهذا امر جد مهم لما تمثله القيادة من بعد استراتيجي في تكوين وتشكيل الثقافة التنظيمية المرسخة للعمل التشاركي والتفاعلي بين عمالها، اما بقية العبارات فقد اتسمت اجابات افراد العينة بالتردد اين علت صفة الحيادية، اذ تدرجت متوسطاتها من 3.31 الى 3.17، مما يدل على التردد والاهتمام حول اهم ابعاد الثقافة التنظيمية المرسخة لإدارة المعرفة بداية من الية تقييم الاداء ومدى ارتباطه بتشارك المعرفة، وايضا اساس الثقافة التنظيمية والمتمثل في مدى توفر المنظمة على قيم روح التعاون،

خاصة تلك الداعمة لتشارك واستخدام المعرفة وكذا الاليات والفعاليات الخاصة بتوليد جو يحسس الموظفين بالاستقرار والطمأنينة بالشكل الذي يدفعهم الى تشارك وتبادل معارفهم، وايضا الابهام حول النظام التحفيزي ومدى فعاليته في تجنيد الموظفين لتشارك معرفهم.

هذا التردد انعكس على المتوسط العام للمحور حيث جاءت قيمة المتوسط مساوية ل3.37، وهذا ما يؤثر بالسلب على دور الثقافة التنظيمية على دعم عمليات ادارة المعرفة، لاعتبارها من اهم ابعاد البنية التنظيمية وارتباطها الوثيق بالعلاقات الاجتماعية، خاصة في ظل دورها الهام في ترسيخ نهج ادارة المعرفة وفق تأكيد رواد المدرسة اليابانية الرائدة في هذا المجال.

4.3. دراسة الارتباط بين متغيرات الدراسة: في سبيل معرفة مدى ترابط محاور(متغيرات)الدراسة، تم حساب معامل الارتباط سيبرمان Spearman Correlations بين هذه الاخيرة، فكانت النتائج كالتالي :

الجدول رقم (06) : حساب معامل الارتباط Spearman Correlations بين متغيرات(محاور) الدراسة

الثقافة التنظيمية	استخدام المعرفة	تشارك المعرفة	توليد المعرفة	
			1	توليد المعرفة
		1	0.743**	تشارك المعرفة
	1	0.679**	0.725**	استخدام المعرفة
1	0.71**	0.652**	0.675**	الثقافة التنظيمية

المصدر: بالاعتماد على مخرجات الـ SPSS22/** بمستوى ثقة 99%

من جدول الارتباط نلاحظ أن العلاقة بين جميع متغيرات الدراسة عالية، وذات معنوية إحصائية عالية جدا اقل من 0.01، أي أن هناك ارتباط قوي معنوي ايجابي بين متغيرات الدراسة. وهذا دليل وتأكيد على الترابط الكبير بينها نتيجة التفاعل بين الثقافة التنظيمية من جهة وعمليات ادارة المعرفة من جهة اخرى، وايضا الارتباط بين عمليات ادارة المعرفة في حداد نفسها، وهذا راجع الى انها تكمل بعضها البعض.

5.3. دراسة اثر الثقافة التنظيمية على ادارة المعرفة: بهدف الوقوف على مدى تاثير الثقافة التنظيمية على ادارة المعرفة، تم استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط، حيث جاءت نتائجه مثلما يوضحه الجدول التالي: الجدول رقم (07) : المعنوية الكلية والجزئية لنموذج الانحدار الخطي البسيط بين ادارة المعرفة والثقافة التنظيمية.

درجة التفسير	المعنوية الجزئية		المعنوية الكلية	الاختبار
	الميل	الثابت		
R^2 المعدل	T	T	ANOVA	المعنوية
.	0.00	0.00	0.00	القيمة
0.823	0.67	0.62	.	

المصدر: بالاعتماد على مخرجات الـ SPSS22

من خلال الجدول نجد ان نموذج الانحدار معنوي، حيث جاءت معنوية اختبار فيشر في جدول تحليل التباين ANOVA مساوية لـ 0.00 اقل تماما من 0.05، مما يدل على وجود معلمة جزئية على الاقل معنوية، وهو ما تؤكد معنوية اختبار ستودنت والمساوية لـ 0.00 اقل من 0.05 اي كلا المعلمتين معنويتين، بالاضافة الى القدرة التفسيرية العالية للنموذج وهو ما تبينه قيمة معامل التفسير المصحح والمساوية لـ 0.823، وعليه يمكن الحكم: بوجود علاقة تاثير ذات دلالة معنوية للثقافة التنظيمية على ادارة المعرفة، هذه النتيجة هي تكملة ودلالة ضافية على جل الابحاث في هذال المجال، والتي تنص على وجود علاقة تكامل بين الثقافة التنظيمية للمؤسسة بمختلف فصولها واركائها على ادارة المعرفة وعملياتها.

4. خاتمة:

تؤكد المعرفة كل يوم قيمتها كمورد استراتيجي هام، وعنصر فعال في خلق الميزة التنافسية، الامر الذي حتم وحفز المنظمات الحديثة على اكتساب هذا العنصر، وحجز لنفسها مكانة في عالم الاعمال اليوم. مما يوجب عليها توفير كل متطلبات اقامة منظمة معرفية وتكوين ادارة خاصة بها (ادارة المعرفة). يتم من خلالها بناء واكتساب المعرفة ونقلها وتشاركها بين اعضاءها، واستخدامها فيما بعد في مختلف عملياتها سواء الانتاجية او الخدمائية.

ادارة المعرفة مكونة من عدة عمليات مكملة لبعضها البعض، مشكلة لدورة حياة المعرفة، هذه العمليات وان اختلف في تسميتها وتعدادها تبقى محاولات مهمة لاستغلال المعرفة، استغلال يأخذ اتجاهين متوازيين، اتجاه قائم على المعرفة الصريحة من خلال العمل على ترميز وتنظيم المعرفة بالاستخدام المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، واتجاه قائم على المعرفة الضمنية من خلال العمل على تفعيل ادوات التفاعل الاجتماعي، كالمقاربات التشاورية وتعزيز العلاقات الانسانية بين الافراد. هذه الاخيرة تتطلب بيئة ملائمة لخصائصها ومن ابرزها الثقافة التنظيمية، او كما تسميها دراسة غولد القدرات الثقافية، القائمة على تعزيز ثقافة التشارك وتبادل الخبرات وتعزيز قنوات التفاعل الاجتماعي بين مختلف شرائح واطراف المنظمة، من اجل تبني مقومات التميز.

5. قائمة المراجع:

- (¹) Rudy ruggles, Dan Holtshouse, gaining the knowledg advantage (14 visionaries define marketplace success in the new economy), (the ernst& young center for business innovation), Ernst&young llp, USA, 1999, p 1.
- (²) ruth rikowski, knowledge sharing and organisational learning inthe developed and developing world; ruth rikowski, (knowledge management: social, cultural and theoretical perspectives), chandos publishing(oxford)limited, UK, 2007, p153.
- (³) ليث عبد الله القهيوي، استراتيجية ادارة المعرفة والاهداف التنظيمية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 13.
- (⁴) Andre Saito, Katsuhiko Umemoto, Mitsuru Ikeda, A strategy-based ontology of knowledge management technologies, JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT, VOL. 11 NO. 1, 2007, p100
- (⁵) David C. Mowery, Alfred Chandler and knowledge management within the firm, Industrial and Corporate Change, Volume 19, Number 2, p490.
- (⁶) Erick Antezana, Martin Kuiper and Vladimir Mironov, Biological knowledge management: the emerging role of the Semantic Web technologies, BRIEFINGS IN BIOINFORMATICS. VOL 10. NO 4, 2009, p395.
- (⁷) Fei Gao, Meng Li, Steve Clarke, Knowledge, Management, and knowledge management in business operations, JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT, VOL. 12 NO. 2, 2008, p4
- (⁸) Christina Ling-hsing Chang and Tung-Ching Lin, The role of organizational culture in theknowledge management process, JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT, VOL. 19 NO. 3 2015, p434
- (⁹) Amrit Tiwana, The knowledge management toolkit, Prentic Hall ptr, usa, 2000, p5.
- (¹⁰) سعد زناد دروش المحياوي، صلاح الدين عواد كريم الكبيسي، إدارة المعرفة (مفاهيم أساسية ، نماذج ، عمليات)، بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، المملكة العربية السعودية، 2004، ص 13.
- (¹¹) Kwong-Chi Lo, Kwai-Sang Chin, op.cit, p450.
- (¹²) McDermott, Richard, "Knowing is a Human Act: How is Information Technology Inspired, But Cannot Deliver, Knowledge Management", Revised ,1998, Sep27.
- (¹³) هاشم الشمري، ناديا الليثي، مرجع سبق ذكره، ص 16.
- (¹⁴) نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 29.
- (¹⁵) Xiaomi An, Hepu Deng, Lemen Chao, Wenlin Bai, Knowledge management in supporting collaborative innovation community capacity building, JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT , Emerald Group Publishing Limited, VOL. 18 NO 3, 2014, p581.
- (¹⁶) Xiaomi An, Hepu Deng, Lemen Chao, Wenlin Bai, ibid , p580.

- (17) mothan thite, managing people in the new economy(trageted HR practice that persuade people to unlock their knowledge power, responcse books, india, 2004, p8
- (18)Andre Saito, Katsuhiro Umemoto, Mitsuru Ikeda, A strategy-based ontology of knowledge management technologies, JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT, VOL. 11 NO. 1, 2007, p100.
- (19)سعد زناد دروش المحياوي، مرجع سبق ذكره، ص 64.
- (20) Edward sallis, gary jones, knowledge management in education (enhancing learning&education), kogan page limited, uk, 2002, p27.
- (21) ايرما بيسرا، مرجع سبق ذكره، ص 291.
- (22) هيثم علي حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 98.
- (23) Kark m . wiig, knowledge management an emerging dicipline rooted in a long history, Charles despres, daniele chauvel, butterworth heinemann , knowledge horizons.usa, 2000, p 7.
- (24) Voon-Hsien Lee, Lai-Ying Leong, Teck-Soon Hew, Keng-Boon Ooi, Knowledge management: a keydeterminant in advancing technologicalinnovation? JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMENT, VOL. 17 NO. 6, 2013,p853.
- (25) مراد ممدوح كامل السيد، ايدولوجية التمكين في ظل التحولات التنظيمية، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2016، ص 271.
- (26)Randy G. Pennington, Change performance to change the culture, industrial and Commercial Training , Vol. 35, 2003, P 27.
- (27) ماجد عبد المهدي مساعدة، ادارة المنظمات(منظور كلي)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الاردن، 2013، ص 320.
- (28) Martin Eisend, Heiner Evanschitzky, David I. Gilliland, The Influence of Organizational and National Culture on New Product Performance, J PROD INNOV MANAG, 2016, p 262.
- (29)Randy G. Pennington, op.cit, p29.
- (30) Jan Pfister, Managing Organizational Culture for Effective Internal Control(From Practice to Theory), Physica-Verlag Berlin Heidelberg, London, 2009, p40.
- (31) Angel Cabrera ! a, Elizabeth F. Cabrerab, Sebastian Barajas, The key role of organizational culture in a multi-system view -driven change, International Journal of Information Management , 2001, p249.
- (32) Martin Eisend, Heiner Evanschitzky, and David I. Gilliland, loc.cit.
- (33) James C. Sarros, Judy Gray, Iain L. Densten, Brian Cooper, The Organizational Culture Profile Revisited and Revised: An Australian Perspective, Australian Journal of Management, Vol. 30, No. 1 June 2005, p167.
- (34) Martin Eisend, Heiner Evanschitzky, and David I. Gilliland,op.cit, p248.
- (35) ibid , p p 262_263.
- (36) idem.
- (37) Konstantnos M. Karyotakis, Vassilis S. Moustakis, ORGANIZATIONAL FACTORS, ORGANIZATIONAL CULTURE, JOB SATISFACTION AND ENTREPRENEURIAL ORIENTATION IN PUBLIC ADMINISTRATION, the European journal of applied economics, EJAE 2016, p 53.
- (38) احسان دهش جلاب، ادارة السلوك التنظيمي في عصر التغيير، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 602.
- (39) M. du Plessis, What bars organisations from managing knowledge successfully?, International Journal of Information Management , 2008, p289.
- (40) Mario Javier Donate and Fa'tima Guadamillas, Organizational factors to support knowledge management and innovation, JOURNAL OF KNOWLEDGE MANAGEMEN, VOL. 15 , 2011, p4.
- (41) M. du Plessis, loc.cit.
- (42) Rajnish Kumar Rai, op.cit, p790_793.
- (43) القهيوبي، مرجع سبق ذكره، ص 96
- (44) نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 263
- (45) عمر احمد همشري، مرجع سبق ذكره، ص 67.
- (46) سلطان كرملي، مرجع سبق ذكره، ص 114-115
- (47) هيثم علي حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 78-79

الدور الاقتصادي والاجتماعي لريادة الأعمال في المنظمات الريادي

The Economic and Social Role of Entrepreneurship In Entrepreneurial Organizations

حرنان نجوى¹ ، لطفي مخزومي²

¹ جامعة عباس لغرور خنشلة (الجزائر)

² جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي (الجزائر)

ملخص: تتمحور فكرة الورقة البحثية حول تبني الدور الاقتصادي والاجتماعي لريادة الأعمال في المنظمات الريادية من خلال رفع مستوى الانتاجية في جميع الأعمال والأنشطة والأسهام في رفع الانتاج ونقل التكنولوجيا مع توفير عدالة التنمية الاجتماعية وتوزيع الثروة ، بناءا على الاستغلال الأمثل للموارد والبحث عن التمييز من خلال استقطاب رواد أعمال متميزين ومبدعين في مجال ريادة الأعمال . وقمنا في هذه الورقة بتقديم مفهوم ريادة الأعمال ورائد الأعمال مع بروز اهمية ريادة الأعمال في المنظمات من خلال تبني الانماط الحديثة لرواد الأعمال .

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، رائد الأعمال، المنظمات الريادية.

Abstract: This study aimed idea is to embrace the economic and social role of entrepreneurship in entrepreneurial organizations by raising productivity in all business and activities and contributing to higher production and technology transfer while providing equitable social development and wealth distribution. Based on the optimal exploitation of resources and the search for discrimination by attracting distinguished entrepreneurs and innovators in the field of entrepreneurship. In this paper, we presented the concepts of entrepreneurship and entrepreneurship while highlighting the importance of entrepreneurship in organizations by embracing modern patterns of entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship.

تعتبر ريادة الأعمال بمثابة المحرك الرئيسي لاقتصاديات الدول، وأحد العناصر الأساسية التي تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي المستدام لها، حيث تقوم ريادة الأعمال على تقديم منتجات ومشاريع مبتكرة وحديثة تضمن رفاهية الاقتصاد ونتاجياته وكفاءته، وذلك من خلال المساهمة في معالجة مشكلة البطالة وخلق فرص للعمل بمعدلات مرتفعة، إضافة إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وإن ما يضمن استمرارية ونمو الأعمال الريادية ويجعلها تتمتع بمستوى عال يكون له تأثير إيجابي على اقتصاديات الدول، هو توفير التمويل المناسب والكافي لها.

ركز العديد من المفكرين والباحثين الاقتصاديين في بدايات اهتماماتهم على رائد الأعمال الفرد وليس على ريادة الأعمال كظاهرة متعددة الأطراف، وذلك لكون رائد الأعمال يمثل محور هذه الظاهرة، حيث تشير الدراسات أن استخدام مصطلح رائد الأعمال لأول مرة كان باللغة الفرنسية تحت مسمى رائد الأعمال (Entrepreneur) سنة 1616، من قبل (Montchrestien) والذي كان يدل أنداك على الشخص الذي يبرم عقد مع السلطات العمومية من أجل تشييد المباني وانجاز الطرقات، وتزويد الجيش بالمؤونة.

ليشهد بعدها مصطلح رائد الأعمال بصفة خاصة وظاهرة ريادة الأعمال بصفة عامة، حقبة زمنية غزيرة بالإسهامات، والآراء والأبحاث النظرية، من قبل مختلف المنظرين، وعليه سوف نعتمد عند عرضنا لنشأة وتطور ريادة الأعمال على مقارنة المدارس الفكرية التي تناولت هذه الظاهرة، بداية من المدرسة الكلاسيكية وصولاً إلى المدرسة الحديثة، أين تصادف ذلك مع الثورات الصناعية الثلاث الأولى، وسنحاول بعد ذلك التطرق لريادة الأعمال في العصر الحالي للثورة الصناعية الرابعة.

1.1. مشكلة الدراسة: تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

ماهي انماط رائد الاعمال في المنظمات الريادية؟

وتنبثق عن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مفهوم ريادة الاعمال ورائد الاعمال؟

- ماهي مراحل ريادة الاعمال في المنظمات؟

- ماهي دوافع واهمية رائد الاعمال وريادة الاعمال؟

2.1. أهمية البحث: يستمد هذا البحث أهميته من أهمية رائد الأعمال كبديل حديث لمنظمات الريادية، حيث يعمل على زيادة فرص الحصول على التمويل، من خلال الوساطة المباشرة بين الممولين ورواد الأعمال مما يجعله بديل تمويلي مناسب لعائق التمويل الذي لطالما واجه رواد الأعمال.

3.1. أهداف البحث: يهدف هذا البحث إلى:

- إبراز أهمية ريادة الأعمال، وعرض مختلف الصفات المتاحة لرواد الأعمال على مدار دورة حياة الأعمال الريادية؛
- الإمام بالجانب النظري لمحددات ريادة الأعمال مع إبراز أهمية دوافع رائد الأعمال كونه آلية حديثة، والوقوف على الدور الذي يلعبه في المنظمات الريادية؛
- التعرف على أهمية ريادة الأعمال في الرفع من مستوى المنظمات الريادية.

4.1. الدراسات السابقة:

- دراسة ((Michael Peneder, 2009)) هدفت هذه الدراسة، الى وصف ريادة الأعمال بأنها واحدة من أكثر المفاهيم إثارة للاهتمام ولكنها بعيدة المنال بنفس القدر في الاقتصاد. يستقصي هذا الاستعراض النقدي أولاً جذوره الفكرية الرئيسية ثم يقترح مفهومًا معياريًا لريادة الأعمال يحافظ على الفروق الأساسية على طول أبعاده السلوكية والوظيفية والمهنية، ويجادل بأن التعريف السلوكي يحدد الصفة الوحيدة الشاملة والفريدة لطبيعة تنظيم المشاريع، في حين أن التعريفين الوظيفي والمهني يضيفان الصفة المطلوبة للعديد من الأغراض التحليلية، وللتثبت من صحة هذا المفهوم، تناقش الورقة الوحدات التجريبية المناسبة للمراقبة وتضع خرائط لإطار السياسة العامة.

- دراسة (Ahmad Azmy وDidip Diandra, 2020) تهدف هذه الدراسة، ريادة الأعمال ظاهرة طبيعية في الأعمال التجارية. إنه جزء من العمل الحياة. إنه يظهر أن الأعمال التجارية صحية عندما تكون هناك مهارات في ريادة الأعمال وتعتمد إدارات للتغيير والتعلم، وبالتالي، سيكون مفيدًا لكي تفهم أي منظمة تجارية تعريف مباشرة الأعمال الحرة ومصادر وأنواع تنظيم المشاريع، والقدرة على إدارة تنظيم المشاريع، هذا بحث نوعي يستند إلى مراجعة الأدبيات لتعريف ريادة الأعمال، تحديد مصادر وأنواع مباشرة الأعمال الحرة، وتقديم معلومات عملية مبادئ توجيهية بشأن كيفية إدارة تنظيم المشاريع، وجد أن هناك عدة تعريفات تنظيم المشاريع استنادًا إلى مصادر وأنواع تنظيم المشاريع مثل مهارات تنظيم المشاريع والابتكارات والإدارات، الأبحاث السابقة تصنف ريادة الأعمال إلى مصطلحات مختلفة مثل التكنولوجيا والعملية لمباشرة الأعمال الحرة، كما قدمت بعض المبادئ التوجيهية العملية، ولكن مهارة تنظيم المشاريع نقطة رئيسية.

- دراسة (Sergiu Rusu, Florin Isac, Radu Cureteanu, وLuiela Csorba, 2012) هدفت هذه الدراسة، الى مجال تنظيم المشاريع مجال نسبي أقل استكشافًا، ولا تزال آراء كثيرة فيما يتعلق بتعريف مفهوم تنظيم المشاريع ومباشري الأعمال الحرة كما هي تم إجراء تجربة بواسطة هذه الورقة لاستكشاف تنوع المفاهيم المحددة في الأدبيات المتخصصة، وقد تم التعامل مع هذا في تطورهم التاريخي، وتستتبع مباشرة الأعمال الحرة تشكيل منظمة جديدة أو إعادة هيكلة منظمة موجودة بالفعل، وكثيرًا ما يكون هذا المشروع مشروعًا معقدًا، وبالتالي فإن العديد من المؤسسات تجد الكثير من الصعوبات في البقاء على قيد الحياة، هذا مجال مختلف تملأه يتضمن سمات شخصية فريدة من جانب رائد الأعمال، مثل التواصل الجيد بالمهارات والصبر والبصيرة والعديد من السمات الأخرى التي ترأس شخصيته إلى جانب أكثر إشراقًا، نحن نؤمن بفرص تعزيز التفاهم حول الدور التاريخي للثقافة والقيم في سلوك ريادة الأعمال، باستخدام منهجيات أكثر دقة مما كانت عليه في الماضي، والسعي إلى تحديد مدى أهمية الثقافة بالنسبة للمتغيرات الأخرى، ولا تزال هناك فرص كبيرة لاستكمال البحوث المتعلقة بدور المؤسسات في النمو الاقتصادي عن طريق استكشاف العلاقة الدقيقة بين المؤسسات وأصحاب المشاريع، أخيرًا، تم استخلاص الاستنتاجات وتحديد بعض اتجاهات البحث المستقبلية.

2. الإطار النظري للدراسة:

1.2. تعريف وأهمية ريادة الأعمال

يعد مجال ريادة الأعمال من المجالات المتداولة على نطاق واسع في وقتنا الحالي، للأثر الإيجابي الكبير الذي تدره على اقتصاديات الدول، وعليه سنحاول في هذا المطلب عرض لأهم التعاريف الخاصة بريادة الأعمال، وكذا الأهمية الكبيرة التي يكتسبها هذا المجال.

2.2. تعريف ريادة الأعمال:

على الرغم من تناولنا سابقاً لأهم المدارس التي أسهمت في نشأة وتطور ظاهرة ريادة الأعمال، إلا أنه لا يوجد إجماع حتى الآن، حول إطار نظري واضح ودقيق لهذه الظاهرة، وذلك بسبب تعدد واختلاف تصورات ووجهات نظر الكتاب والمفكرين، ومن أهم المحاولات لتعريف ريادة الأعمال، نذكر:

عرف "William Gartner" ريادة الأعمال على أنها: "عملية التنظيم، التي تتخللها مجموعة الأنشطة، والتي تسمح للفرد بإنشاء كيان جديد." (Alain Fayolle, 2004, pp. 28-29).

وسار "Sharma" و "Christman" في نفس الاتجاه حيث أشارا لريادة الأعمال على أنها: "إنشاء منظمات جديدة، حيث يطلق على الأشخاص الذين ينشئون هذه المنظمات اسم رواد الأعمال." (Laura Hougaz, 2019, p. 13)

أما "William Bygrave" و "Charles Hofer" فيعرفان ريادة الأعمال على أنها: "العملية التي تتضمن جميع الوظائف والأنشطة والإجراءات، المرتبطة بإدراك الفرص وإنشاء المنظمات لمتابعته." (Salim Chorf, 2021, p. 86)

كما يعرفها "Scotte Shane" و "Sankaran Venkatarman" بأنها: "ذلك المجال الذي ينطوي على عمليات، الاكتشاف التقييم واستغلال الفرص، بغرض خلق سلع وخدمات مستقبلية." (Sankaran Venkatarman, Scotte Shane, 2000, p. 218)

في حين عرفها "Robert Hisrich" و "Michael Peter" على أنها: "عملية إنشاء شيء مختلف ذي قيمة، من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين مع تحمل المخاطر المالية والنفسية والاجتماعية المصاحبة، والحصول على المكافآت الناتجة عن الرضا المادي والشخصي." (Cai Li et all, 2019, p. 123)

أما "Alain Fayolle" يرى ريادة الأعمال على أنها: "حالة خاصة، يتم من خلالها إنشاء ثروات اقتصادية واجتماعية، تتميز بدرجة عالية من عدم اليقين، ويدمج فيها أفراد ذوي سلوكيات، تتصف بقبول التغيير، والمشاركة في المخاطر، إضافة إلى الأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي."، وهذه الحالات يمكن أن ترتبط بـ:

- إنشاء مؤسسة أو نشاط من قبل أفراد مستقلين أو من قبل المؤسسات؛
 - استعادة نشاط أو مؤسسة، تكون في صحة جيدة، أو تواجه صعوبات من قبل أفراد مستقلين أو من قبل المؤسسات
 - تطوير وإدارة بعض المشاريع المعرضة للخطر للمؤسسات؛
 - القيام بتسيير بعض الوظائف أو مسؤوليات في المؤسسات (Alain fayolle, 2003, p. 16)
- ومن خلال تسلسل التعاريف السابقة، يتضح لنا بأن مفهوم ريادة الأعمال صيغ وفقاً لأربع تصورات فكرية هي:

● ريادة الأعمال وإنشاء المنظمة؛

● ريادة الأعمال وفرص الأعمال؛

● ريادة الأعمال وثنائية (الفرد/خلق القيمة)؛

● ريادة الأعمال و(الابداع/الابتكار).

بناء على ذلك يمكننا تقديم تعريف شامل لريادة الأعمال بأنها: "عملية خلق منظمة جديدة غير نمطية، أو التطوير في منظمة قائمة، عن طريق إدراك الفرص والعمل على استغلالها، وتخصيص كافة الموارد، المالية، المادية والبشرية، اللازمة لرائد الأعمال، بهدف خلق قيمة اقتصادية مضافة من خلال تقديم خدمات ومنتجات مختلفة تتميز بالإبداع والابتكار، والحصول على العوائد الناجمة عن العمل ضمن بيئة معقدة تتسم بعد اليقين".

3.2. أهمية ريادة الأعمال:

على الرغم من تعدد الآراء ووجهات النظر، حول مفهوم ريادة الأعمال، إلا أنه يوجد إجماع كبير على أهمية المشاريع الريادية في اقتصاديات الدول المتقدمة أو النامية على حد سواء، حيث تتمثل هذه الأهمية في الدور الاقتصادي والاجتماعي الذي تلعبه ريادة الأعمال:

❖ **الدور الاقتصادي لريادة الأعمال:** تلعب ريادة الأعمال دورا هاما في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، ويمكن إيجاز الدور الاقتصادي لريادة الأعمال في النقاط الآتية: (Magdi Awad Mubarak, 2009, pp. 41-42)

- رفع مستوى الانتاجية في جميع الأعمال والأنشطة: ويتحقق ذلك من خلال الكفاءة في استخدام الموارد من قبل الرياديين أنفسهم في المجتمع، وخلق التوافقات الجديدة من خلال القدرة على تحويل الموارد من مستوى اقل إنتاجية إلى مستوى أعلى.

- الإسهام في تنوع الإنتاج: نظرا لتباين مجالات إبداع الرياديين في مجالات عديدة، تبدأ من السلع أو المنتجات الكاملة، إلى الخدمات الكاملة أيضا، والتي تؤدي إلى إضافة قيمة جديدة للمجتمع، وقد يكون هذا الإبداع في التكنولوجيا أو في الصناعة أو في الخدمات، أو في الأنشطة والوظائف المختلفة للمنظمة مثل التسويق، أو التوزيع، أو الترويج، أو إعادة هيكلة التنظيم، أو إدارته أو من خلال جديد للأعمال، أو طريقة جديدة في أداء العمل.

- زيادة القدرة على المنافسة: وذلك من خلال المعرفة الدقيقة والواعية للبيئة المحلية، والبيئة الخارجية، وتطوير أساليب العمل من خلالها والتفاعل معها بإيجابية.

- التجديد وإعادة الهيكلة في المشاريع الاقتصادية وتنميتها وتطويرها: أي إحداث تغييرات هامة في المشاريع الاقتصادية القائمة، وإعادة تعريف المشاريع الاقتصادية القائمة، ويشمل ذلك تحويل هذه المشاريع والمنظمات بجعلها أكثر ريادة وابتكارا، من خلال التغيير في مجال الأداء وأنظمة الموارد والمصادر، وأنظمة الحوافز والمكافآت، بالإضافة إلى ثقافة المنظمة، وإعادة صياغة الإجراءات والمعايير المؤسسية فيها.

- إنشاء أسواق جديدة: ويتحقق ذلك من خلال إجراءات توافقات جديدة في الموارد والكفاءة في استخدامها لدى رائد الأعمال واستغلال الفرص في السوق، من أجل إعادة عملاء جدد وخلق طلب وعرض جديدين على المنتج في السوق.

- نقل التكنولوجيا: إذ يقومون الرياديون بنقل أدوات ووسائل التكنولوجيا من الدول المتقدمة إلى الدول النامية، أو القيام بابتكارات تكنولوجية جديدة، من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، وخلق فرص جديدة لهم ولغيرهم من الأفراد في المجتمع، تكون مطابقة لاحتياجاتهم من حيث ابتكار منتجات وخدمات جديدة، مداخل جديدة للأعمال، مصادر توريد جديدة للمواد الخام، أساليب عمل جديدة وغيرها

❖ **الدور الاجتماعي لريادة الأعمال:** إن الدور الاقتصادي الذي تلعبه ريادة الأعمال في اقتصاديات الدول، يرافقه تأثير إيجابي على الجانب الاجتماعي لها، وذلك من خلال: (Fayez Juma Saleh Al-Najjar, Abdul Sattar Mohammed , 2010, pp. 49-50)

- عدالة التنمية الاجتماعية وتوزيع الثروة: تهدف أغلب خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العادة، إلى إعادة توزيع الثروة والعدالة في توزيع مكاسب التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المحافظات المختلفة ذات الكثافة السكانية المختلفة، بحيث لا تكون المكاسب مركزة في المحافظات الأكثر كثافة، والتي تعتبر في العادة موطننا للمشروعات الكبيرة.

ومن هنا فإن الرياديين وفي مشروعاتهم المختلفة، قادرون على تهيئة تنمية إقليمية شاملة، كفؤة، ومتوازنة يساعدها في ذلك استغلال الموارد والإمكانيات المحلية المتاحة، وعدم حاجتها إلى بنية تحتية كبيرة، مما يجعلها تساهم في تحقيق العدالة الاجتماعية بين مختلف المحافظات.

- امتصاص البطالة وتأمين فرص عمل جديدة: تلعب ريادة الأعمال دورا مهما في الاقتصاد الحديث في جميع الأقطار، بسبب المرونة التي يتمتع بها رواد الأعمال وقدرتهم على الابداع، حيث يلعبون دورا رئيسيا في تزويد فرص العمل وامتصاص البطالة إذا أن تكلفة فرص العمل في المشاريع الريادية، تقل عن متوسط تكلفة العمل في المنظمات الكبيرة، الأمر الذي يعكس الدور الإيجابي لها، ويعزز قدرتها على توظيف الأيدي العاملة، وبموارد مالية محدودة نسبيا، مع تجنب الهدر في الموارد المتاحة.

- المساهمة في تشغيل المرأة: تلعب الريادة دورا كبيرا في الاهتمام بالمرأة العاملة، من خلال دورها الفاعل في إدخال العديد من الأشغال التي تتناسب مع عمل المرأة، مما يؤثر ذلك في دور المرأة في تكوين الدخل، وكذلك تساعد الريادة في تشجيع المرأة على البدء بأعمال ريادية تقودها بنفسها، ما يعرف بـ"ريادة الأعمال النسوية"، حيث يسهم ذلك مساهمة فاعلة في بناء اقتصاديات الدول.

- الحد من هجرة السكان من الريف إلى المدينة: يعد وجود الرياديين والمشاريع الريادية في الاقتصاد الوطني إحدى الدعائم الأساسية في تثبيت السكان، وعدم الهجرة من الأرياف إلى المدن والتي تتركز فيها عادة المنظمات الكبيرة، لذا لا بد من وجود برامج تنموية تساعد على التخفيف من الفقر والبطالة، وتعمل على بناء طبقة متوسطة في الأرياف بدلا من الهجرة إلى المدن حيث التلوث، والضغط على خدمات البنية التحتية، ولا يكون ذلك إلا عن طريق الاهتمام برعاية الرياديين والمشاريع الريادية.

3. أشكال، عناصر، ومراحل ريادة الأعمال:

تعتبر ريادة الأعمال بمثابة عملية ديناميكية واسعة، تختلف باختلاف نوع النشاط الذي تتبعه المنظمة وكذلك باختلاف الهدف المرجو منه، حيث سنتطرق في هذا الجزء إلى أهم الأشكال التي يمكن أن تأخذها ريادة الأعمال، وكذا توضيح العناصر الرئيسية المتدخلة فيها، بالإضافة إلى عرض لمختلف المراحل التي تمر بها ريادة الأعمال.

1.3. أشكال ريادة الأعمال:

إن فكرة تأسيس عمل ريادي مبتكر من قبل رائد الأعمال، يمكن أن تتم وفق إحدى الحالات، الحالة الأولى هي إنشاء مؤسسة جديدة، أما الثانية لجوئه لشراء مؤسسة قائمة أو التطوير في عمل قائم، أما الحالة الثالثة تتمثل في تطويره لوحدة أعمال داخل المؤسسة، وهو ما يعرف بريادة الأعمال الداخلية، حيث يقوم رائد الأعمال بالمفاضلة بين إحدى الحالات المذكورة من أجل الشروع في تطبيق أفكاره، وذلك بعد الاطلاع على خصائص كل منها:

1.1.3. إنشاء مؤسسة جديدة: يتم اللجوء إلى هذا النوع من ريادة الأعمال، بسبب التنوع في الأعمال التي تم إنشاؤها، بالإضافة إلى التعدد في أصناف رواد الأعمال (رواد الأعمال الذين يبتكرون، رواد الأعمال الذين يأخذون فكرة من مكان آخر ويطورونها... الخ)، وتأخذ عملية إنشاء مؤسسة جديدة إحدى الأشكال التالية: (Alain Fayolle, 2004, pp. 64-65)

- إنشاء مؤسسة جديدة من العدم: تعتبر عملية إنشاء مؤسسة جديدة انطلاقا من العدم ليس بالأمر السهل، حيث تستغرق هذه المؤسسة وقت كبير، لإطلاق منتجها في السوق وإقناع العملاء خاصة إذا كانت درجة الابتكار عالية، وبغية تجاوز هذه الصعوبات، سيكون من الضروري على المؤسسة تحديد أبعاد الاحتياجات المالية بعناية، والحصول على الموارد الكافية، كما يتطلب إنشاء مؤسسة جديدة من العدم الكثير من العمل والصرامة والمثابرة، وعلاوة على ذلك يجب تقييم المخاطر بشكل جيد.

- إنشاء مؤسسة جديدة عن طريق التفريع: يتم إنشاء مؤسسة جديدة وفق هذا الشكل، من خلال الدعم الذي تقدمه المؤسسات الكبرى لموظفيها ليصبحوا رواد أعمال، حيث تعمل على تشجيعهم ودعمهم من أجل إنشاء مؤسسات مستقلة خاصة بهم، كما أن المصاحبة المادية والفكرية والتجارية والمالية، يمكن أن تقلل على الأرجح من مستوى مخاطر المشروع.

- إنشاء مؤسسة جديدة عن طريق حق الامتياز: يتكون هذا النوع من الخلق بطريقة معينة، من محاكاة وظيفة موجودة في سياق جغرافي معين، وذلك من خلال منح المؤسسة القائمة لحق الامتياز لرائد الأعمال (ممنوح الامتياز)، من أجل الترخيص له بإنشاء مؤسسة جديدة، كما تقدم له الدعم الكبير لكن بمقابل مادي، كما يسمع هذا النوع من الخلق لأولئك الذين ليس لديهم أفكار خاصة أو ليس لديهم القدرة على الابتكار، من إنشاء مؤسسات جديدة.

- إنشاء مؤسسة جديدة عن طريق إنشاء الفروع: في هذه الحالة يتصرف رائد الأعمال بالنيابة عن المؤسسة القائمة (المؤسسة الأم) والتي توكل له مشروع ذو طبيعة ريادية، بحيث تكون المخاطر الشخصية برائد الأعمال محدودة، والشروط المادية المعروضة هي نفسها الممنوحة للإطارات والمدراء.

- إنشاء مؤسسة جديدة عن طريق إنشاء نشاط جديد: هذه الحالة مشابهة تماما للحالة السابقة، لكن كل شيء يحدث في مؤسسة قائمة، يتطلب هذا النوع من المواقف المزيد من الصفات والمهارات المفيدة للابتكار، وقد يشارك رواد الأعمال المبدعون المتحملون، ذوو القدرة الحقيقية على إدارة مشاريع الابتكار في إنشاء نشاط جديد، سواء كانوا قد بدأوا العملية أم لا.

2.1.3. شراء مؤسسة أو التطوير في عمل قائم (الاستحواذ): يمثل الاستحواذ على عمل أو نشاط قائم فرقا كبيرا بين إنشاء مؤسسة جديدة، ففي هذه الحالة المؤسسة موجودة، وليس من الضروري إنشاءها، حيث يمكن الاعتماد على ما تملكه المؤسسة من بيانات تصفها في حاضرها وتاريخها وهيكلها وعملها، وفي ظل هذه الظروف يكون عدم اليقين ومستوى الخطر أقل بكثير مقارنة بإنشاء مؤسسة جديدة، كما يمكن أن يتم الاستحواذ من قبل فرد لحسابه الخاص (رائد أعمال)، أو من خلال شركة قائمة، وفي هذا النوع من زيادة الأعمال يمكننا التميز وفق حالتين: (Alain Fayolle, 2004, pp. 64-65)

- شراء مؤسسة في حالة جيدة: وفق هذه الحالة تكمن الصعوبة الرئيسية في الحصول على المعلومات في وقت مبكر بما يكفي، لأن مشروعا من هذا النوع معروض للبيع، ثم من الضروري أن تكون قادرا على الحصول على موارد مالية كبيرة، لأن سعر السوق لهذه المؤسسات يمكن أن يكون مرتفعا، ومن الضروري أيضا امتلاك مهارات عامة جيدة، وخبرة إدارية ناجحة.

- شراء مؤسسة تواجه صعوبات: في هذه الحالة يجب على رائد الأعمال أن يكون على دراية كافية بالالتزامات القانونية التي تقع على عاتقه، نتيجة استحواذه لمؤسسة تمر بهذه الوضعية، وذلك طبعا في حالة ما إذا كانت هذه الصعوبات معلنة ومكشوفة كما أن تأسيس رائد الأعمال لعلاقات جيدة مع الفاعلين الرئيسيين في هذه البيئة يعتبر شرطا مهما لنجاحه في هذه العملية، وبالرغم من أن سعر الاستحواذ على هذه المؤسسات يكون منخفضا مقارنة مع مؤسسات تتمتع بصحة جيدة، إلا أنها تتطلب عموما إعادة رسمة مالية قوية للغاية من أجل إعادة بعث نشاطها من جديد، بالإضافة إلى توفر الخبرة والمعرفة اللازمة من أجل التعامل في مواقف الأزمات.

2.3. زيادة الأعمال الداخلية:

هي عملية إنشاء مبادرات جديدة، اقتصادية بشكل أساسي، داخل المؤسسات أو المنظمات القائمة، بهدف زيادة قوتها وميزتها التنافسية، حيث يركز رائد الأعمال الداخلي في عمله، على إنشاء أعمال جديدة، أو إنشاء أنشطة جديدة داخل المؤسسة التي ينتمي إليها، من خلال معرفته الواسعة بالموارد المتاحة للمؤسسة، وحرية التحرك داخليا والتعاون مع مختلف الموظفين الذين يتشاركون نفس الموارد، كما يتصرف رائد الأعمال الداخلي ويستجيب للاحتياجات التي تواجهها المؤسسة بشكل مبتكر، مع توفير هذه الأخيرة لكافة الوسائل اللازمة والتي تساعد على تطبيق أفكاره، مما يزيد من قيمتها ويعزز موقعها في الأسواق التي تعمل فيها، وتتكون زيادة الأعمال الداخلية من أربعة أبعاد رئيسية هي: (Luis Portales, 2019, pp. 149-150)

- البعد الأول: التفكير في إنشاء أعمال جديدة، مما يشير إلى البحث والدخول في أنشطة جديدة تتعلق بالمنتجات أو الأسواق الحالية للمؤسسة.

- البعد الثاني: هو الابتكار، والذي يشير إلى إنشاء منتجات وخدمات وتقنيات جديدة داخل نفس المؤسسة.

- البعد الثالث: يشمل التجديد الذاتي، والتأكيد على ضرورة إعادة صياغة الاستراتيجية وإعادة التنظيم، والتغيير التنظيمي.

- البعد الرابع: يتمثل في العنصر الاستباقي، الذي يعكس توجه الإدارة العليا في البحث عن قدر أكبر من التنافسية ويتضمن المبادرة والمخاطرة والجرأة التنافسية.

3.3. مراحل عملية ريادة الأعمال:

تعتبر عملية ريادة الأعمال بمثابة عملية ذكية ومتفاعلة ومنظمة ومستمرة، تبدأ بالترقب لإدراك فرص جديدة في السوق، واستغلالها بالشكل الجيد، بما يتناسب مع تطلعات ورغبات وموارد رائد الأعمال، وذلك بهدف تحويل أفكاره وتصوراتهِ إلى حقيقة على أرض الواقع، وتمر عملية الريادة بالمراحل التالية:

❖ تحديد الفرص والتعرف عليهما: ومن أشكال هذه الفرص، التغييرات السكانية، والتكنولوجيا الجديدة، والقانونية والاجتماعية.

- تطوير المفهوم: الذي قد يأخذ شكل منتجات أو خدمات أو عمليات أو تكنولوجيا جديدة، أو قنوات توزيع أو أسواق جديدة، أو نماذج تطبيقية جديدة.

- تحديد الموارد اللازمة: تتضمن هذه المرحلة تحديد الحاجة من العاملين والمهارات الجديدة، والمديرين والخبراء، والمختصين في التسويق والمبيعات، والتقنيين، والموارد المالية، وقنوات التوزيع مثلا.

- الحصول على الموارد: وقد يكون ذلك من خلال الاقتراض، أو حقوق الملكية أو التمويل الخارجي، أو التشارك أو عقود العمل، أو التمويل من خلال الموردين، أو المشروعات المشتركة.

- التنفيذ وإدارة المشروع: تتضمن هذه المرحلة تنفيذ مفهوم الأعمال، ومراقبة الأداء والدفع إلى الموردين، وإعادة الاستثمار والتوسع وتحقيق أهداف الأداء.

- حصاد المشروع: تتضمن المرحلة الأخيرة للعملية الريادية دمج المفهوم الجديد في مجال العمليات الرئيسية للمشروع وترخيص الحقوق، أو بيع المشروع أو تحويله، إلى شركة مساهمة عامة أو إغلاقه.

والشكل الموالي، يوضح باختصار مراحل عملية ريادة الأعمال:

الشكل (01): مراحل عملية ريادة الأعمال



المصدر: إيهاب سمير زهدي القبح، نعمة عباس الخفاجي، مرجع سابق، ص 30.

ظاهريا تبدو عملية ريادة الأعمال التي تتكون من ستة مراحل، عملية تسلسلية بسيطة، لكن السؤال المطروح لماذا بعض الأفراد (رواد الأعمال) يأخذون زمام المبادرة، ويقررون استغلال الفرص المتاحة أمامهم، وترجمتها إلى واقع يولد الثروة، بينما لا يفعل الآخرون ذلك؟، يجيب "Venkataraman" و "Shane" عن هذا السؤال، باقتراحهم أن السبب في ذلك، يرجع جزئيا إلى امتلاك هؤلاء الأفراد للمعلومات التي تسمح لهم بفحص الفرصة، والخصائص المعرفية اللازمة لتقييمها، وغالبا ما تكون المهارات أو المعرفة المتخصصة لرائد الأعمال هي القادرة على تفسير المعلومات التي يتلقونها والاعتراف بها كفرصة، بحيث تسمح تلك المهارات

والمعرفة بتقييم الفرصة، وتقييم مزاياها كمسار عمل محتمل قابل للتنفيذ والحصاد (Shophie Reboud, Tim Mazzarol, 2021, p. 64)

4. ماهية رائد الأعمال:

لقد تطور مفهوم رائد الأعمال بشكل يوازي التطور الحاصل في ظاهرة ريادة الأعمال، وهو ما سبق وأن أشرنا إليه عند تناولنا للمدارس الفكرية التي فسرت نشأة وتطور هذه الظاهرة، حيث يمثل رائد الأعمال جوهر العملية الريادية، والفرد الذي يصنع الفارق بين المؤسسة الريادية والمؤسسة النمطية، وعليه سوف نركز في هذا المطلب على أهم التعريفات المتداولة لرائد الأعمال، خصائصه ودوافعه، بالإضافة إلى أنماطه.

1.4. تعريف رائد الأعمال:

يعتبر تعريف رائد الأعمال جزء من تعريف ريادة الأعمال، ولتفادي تكرار ما سبق من قبل، فإننا سنقف على أهم التعاريف المسندة لرائد الأعمال:

يعرف "Schumpeter" رائد الأعمال على أنه: "الشخص المبتكر الذي يقوم بإحداث تغييرات في الأسواق من خلال عرض توليفات جديدة" (Yordanov, 2019, p. 09).

ويعرفه "Carton" وآخرون على أنه: "الفرد أو الفريق الذي يحدد الفرصة، يجمع ويدير الموارد اللازمة، ويكون مسؤولاً في النهاية عن فعالية المنظمة" (Noor Azuan Hashim et all, 2022, صفحة 02)

أما الباحثان "Julien" و"Marchesney" فيعرفانه على أنه: "الفرد الذي يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه، المتحمس والصلب الذي يحب حل المشاكل ويحب التسيير، ويصارع الروتين، ويرفض المصاعب والعقبات، وهو الذي يخلق معلومة هامة" (فطيمة سايج، 2017، صفحة 76).

من خلال التعاريف السابقة يمكننا تقديم تعريف شامل لرائد الأعمال، بأنه ذلك الفرد الذي يسعى إلى إنشاء مؤسسة جديدة، من خلال تقديم شيء مبتكر، عن طريق إدراك واستغلال الفرص، وحشد الموارد اللازمة وتسييرها وإدارتها بكفاءة، في محيط تسوده عدم الأكادة والمخاطرة، وجنيه الأرباح كتعويض عن أتعابه.

كما أن الدور التنظيمي والإداري الذي يقدمه رائد الأعمال في العملية الريادية، ليس بالضرورة أن يكون المدير ريادياً، وهناك مجموعة من الصفات التي تميز الريادي عن مدير المؤسسة النمطية، نوضحها في الجدول الموالي:

الجدول (01): الفرق بين رائد الأعمال والمدير

رائد الأعمال	المدير
يبدأ عمله مع بداية المؤسسة	يبدأ عمله في أي مرحلة من حياة المؤسسة
يقدم على المخاطرة المادية والمالية	غير مجبر على الخوض في المخاطر
يعمل على أساس إدراك وانتهاز الفرص	يعمل على أساس ما لديه من موارد
مبادر بالتغيير والمرونة حسب العقبات التي تواجهه	يلتزم بالقواعد والقوانين والإجراءات
هو صاحب المؤسسة (يعمل على تكوين ثروة)	فرد مستخدم (يعمل مقابل أجر)
عوائد غير مؤكدة (قد يربح وقد يخسر)	عوائد ثابتة (الأجر والعلاوات)
مغامر مع بداية أي خطوة	يعمل في إدارة روتينية
مدير بالضرورة، لإدارة ونمو المؤسسة، ومالك لها	ليس ريادياً بالضرورة

المصدر: أحمد صكوشي، الخنساء مجدل، ريادة الأعمال الاستراتيجية كأحد تطبيقات الإدارة الاستراتيجية -دراسة تحليلية لنموذج ريادة الأعمال الاستراتيجية-، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، جامعة البليدة 02، الجزائر، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص 44.

2.4. صفات ودوافع رائد الأعمال:

إن الصفات والسمات التي يحملها رائد الأعمال، والتي تميزه عن بقية الأفراد، تنشأ نتيجة الرغبة الشديدة والدافع الكبير، اللذان يتملكانه، حيث يهدف رائد الأعمال إلى تحقيق إنجاز مستقل وتقديم مشروع ريادي جديد للمجتمع، يحمل في طياته فكرة مبتكرة غير مألوفاً.

1.2.4. صفات رائد الأعمال: يتمتع رائد الأعمال بمجموعة من السمات والصفات، نوجزها في النقاط التالية (Shophie :Reboud, Tim Mazzarol, 2021, pp. 37-38)

- الالتزام والعزم والمثابرة: تتطلب المشاريع الجديدة ونموها المستدام التزماً واستعداداً للاستمرار في مواجهة العقبات، غالباً ما يكون رواد الأعمال على استعداد لمواجهة التحديات وإيجاد طرق للتغلب على المشاكل، حتى عندما يقرر الآخرون الاستسلام.
- الطموح: السمة الرئيسية لرواد الأعمال هي قدرتهم على تحديد الأهداف والسعي لتحقيقها، وغالباً ما يكون الشعور بالرضا الذي يأتي من رؤية أهدافهم تتحقق وأحلامهم محفزاً رئيسياً لأصحاب المشاريع.
- التوجه نحو الفرص: تحديد الفرص المحتملة للمشاريع الريادية أو الابتكارات أو المبادرات، هو السمة المميزة لرائد الأعمال، حيث يعرف بأنه جيد في المسح البيئي وفحص الفرص المحتملة.
- المخاطرة المحسوبة: كثيراً ما يرتبط إطلاق مشروع جديد أو تطوير ابتكار قائم بالمخاطر، بالنسبة لرواد الأعمال، فإن الحاجة إلى قبول المخاطر وتعلم كيفية التعامل معها هي سمة رئيسية. ومع ذلك، يتم احتساب رواد الأعمال من حيث المخاطرة بدلاً من مجرد كونهم مقامرين مجازفين، ويجب اعتبارهم قادرين على إدارة المخاطر بنجاح.
- الثقة بالنفس والتفاؤل: يعتبر الإيمان القوي بالنفس والنظرة الإيجابية أو المتفائلة صفة مهمة يجب أن يمتلكها رواد الأعمال في الأوقات الصعبة عندما تكون المخاطر عالية، وهناك مستوى عالٍ من عدم اليقين، فإن مثل هذا التفاؤل والثقة بالنفس هي طريقة قيمة للحفاظ على التركيز والتحفيز.
- الرؤية: السمة المشتركة بين العديد من رواد الأعمال هي إحساسهم القوي بالرؤية، أي وجود تركيز وتوجيه لمشروعهم وطموحاتهم الشخصية، ومن المهم أيضاً قدرتهم على مشاركة هذه الرؤية مع الآخرين لحشد دعمهم للمشروع.
- بناء الفريق: القدرة الرئيسية لرائد الأعمال هي القدرة على بناء وقيادة الفرق، حيث تقل نسبة نجاح المشاريع الريادية والابتكارات الجديدة لأفراد يعملون بمفردهم، ومن الضروري أن يعرف رائد الأعمال كيفية طلب المساعدة وكيفية جذب الأشخاص الذين يمكنهم تقديم المساعدة للمشروع.
- التسامح مع الفشل: تعني المخاطرة أن هناك فرصة للفشل، وأن العديد من المشاريع الريادية لا تنجح من الوهلة الأولى، حيث أنه من المرجح أن يكون رائد الأعمال مستعداً لقبول الفشل كعملية تعلم وقبول نهج التجربة والخطأ في حياته.
- المبادرة والمسؤولية: سيتطلب أي مشروع قابل للنمو إلى ما بعد مؤسسة صغيرة إلى قيادة قوية ومبادرة لتحمل وقبول المسؤولية، رواد الأعمال قادرين على قبول المسؤوليات ويكونون استباقيين وليس سلبيين في التعامل مع المشاريع.
- والريادي بالإضافة إلى هذه الصفات، فإنه يتمتع أيضاً (إبراهيم بدران، مصطفى الشيخ، 2013، الصفحات 277-279):
- الابتكار والإبداع: يدرب رائد الأعمال نفسه لأن يكون قادراً على الابتكار، والتجديد، والتطوير والإبداع، حيث يسعى إلى الوصول إلى شيء مختلف، وأكثر فاعلية وأعلى قيمة.
- المهارة: يتمتع الريادي بمهارات متنوعة (فنية، إدارية، فكرية... الخ)، تعطيه الأهلية للاستجابة للمتطلبات المختلفة للمشروعات، ويستعد دائماً لتعلم المهارات التي يحتاجها.

- المرونة والتنوع: يوقن أن المشكلات المعقدة لها حلول مختلفة، ولذا يحاول حل المشكلات بحدة طرق.
- سرعة البديهية: يتمتع الريادي بسرعة البديهية، والقدرة على الفهم السريع من الإشارات البسيطة.
- الواقعية: يعلم رائد الأعمال كيف يكون واقعيًا عمليًا، وليس مجرد حالم أو واهم.
- التعليمية: لديه الاستعداد والرغبة دائمًا أن يتعل ما لا يعرف، أو يستعين بمن يعرف، وهو يستفيد من أخطائه ولا يخجل منها.
- الاجتماعية: يمتلك شخصية منفتحة على الناس والتفاعل معهم، وبالتالي فإنه قادر على استخدام علاقته الشخصية في إنجاح مشروعاته وأفكاره.

- الزمنية: يتمتع الريادي بالقدرة على تقدير الزمن، وما يتطلبه العمل من وقت وما يحمل الزمن من مفاجآت، ولذا يكون احساسه بالزمن جيدًا من حيث التغيير الذي يطرأ والفرص المتغيرة التي قد تظهر بما في ذلك فرص العلم والتكنولوجيا.

2.2.4. دوافع رائد الأعمال: قد يتبادر إلى أذهاننا تساؤل حول العوامل التي تدفع برائد الأعمال لمواجهة المخاطر العالية واحتمالات الفشل عند اختياره للمسار الريادي، ورغم بروز الكثير من الأفراد الذين يمتلكون مصادر مالية رغبة منهم في إنشاء مؤسسات جديدة، إلا أنه يبقى القليل منهم فقط من يقرر فعلاً إطلاق مشروعه، وتشير الدراسات إلى أن أحد أهم الأسباب الدافعة للفرد من أجل الخوض في مجال ريادة الأعمال وإنشاء مشروع ريادي هي الاستقلالية المهنية، وعدم الرغبة بالعمل تحت تصرف أي فرد آخر، حيث يسعى إلى تحقيق الرضا النفسي والإنجاز الفردي، وهذا هو أهم سبب على المستوى العالمي الذي يجعل الأفراد يتحملون كل تلك المخاطر الاجتماعية، النفسية، والمالية والعمل لعدة ساعات بدلا من الوظيفة أو غيرها.

كما تتوجد عوامل أخرى تأتي بعد الاستقلالية، وتشمل الرغبة في ضمان دخل أو وظيفة لأفراد عائلته، والرغبة في إنتاج منتجات عالية الجودة، والإبداع، والقوة، والمكانة، واستدامة المؤسسة، والسعي في نفس الوقت للحصول على دخل نقدي يعتبر مرضيا (Frank Janssen، 2016، صفحة 42).

3.4. أنماط رائد الأعمال:

اقترح العديد من المفكرين والباحثين الاقتصاديين أنماط وتصنيفات عديدة لرائد الأعمال، حيث يشير كل نمط معين، إلى معايير وأبعاد تشكل عوامل أساسية لفهم سلوكيات ودوافع رواد الأعمال، وبعد الاطلاع على مختلف الأدبيات النظرية في مجال ريادة الأعمال، سنحاول التركيز على الأنماط الأكثر تداولاً:

1.3.4. أنماط رواد الأعمال وفقا لظروف الإنشاء: كان و "Normane Smith" (1967) من الأوائل الذين اقترحوا تصنيفا لرواد الأعمال، حيث ميز بين نمطين (Frank Janssen، 2016):

- رائد الأعمال الحرفي: يتمتع رائد الأعمال الحرفي بتعليم محدود نسبيا، وغالبا ما يكون عاملا سابقا، لا يتمتع بالخبرة الكافية في مجال التسيير، وله مهارات تقنية أكثر، كما يطلب الولاء والاخلاص من الآخرين، ويتواصل بشكل سيئ للغاية مع محيطه يخطط للمدى القصير، ويمكن العثور عليه عموما في القطاعات غير المبتكرة جدا، إذ يركز على المشاريع ذات التجديد الضعيف.

- رائد الأعمال الانتهازي: من ناحية أخرى، يتمتع رائد الأعمال الانتهازي بمستوى تعليمي جيد، وغالبا ما يكون مديرا سابقا، كما يتمتع بخبرات مهنية متنوعة، هدفه هو تنمية أعماله، ولديه أسلوب إدارة تشاركي، مما يجعله قادر على التفاوض بسهولة يخطط للمدى البعيد، وهو موجود في القطاعات الأكثر ابتكارا.

2.3.4. أنماط رواد الأعمال وفقا لمنطق النشاط: اقترح كل من "Julien" و"Marchensay" (1996)، تصنيفا يعتمد على منطق نشاط رائد الأعمال، حيث يميز بين ثلاثة تطلعات اجتماعية واقتصادية لرائد الأعمال هي: استدامة المؤسسة (la pérennité)، الاستقلالية المالية للمؤسسة (L'indépendance)، أو استقلاليته في اتخاذ القرار (L'autonomie)، ونمو المؤسسة (Lacroissance). وبناء على هذه التطلعات الثلاثة، قام الباحثين باستخلاص نمطين هامين من رواد الأعمال (François Henry)، 2020، (صفحة 33):

- رائد الأعمال الذي يعمل تبعا لمنطق PIC: رائد الأعمال وفق هذه المنطق يهدف وقبل كل شيء لتجميع الثروة، كما يعطي الأولوية لاستدامة مؤسسته، وكذلك انتقالها، في مواجهة النمو الذي يتخوف منه، والحفاظ على الاستقلالية المالية لرأس مال مؤسسته (L'indépendance)، وبالتالي فهو يرفض إدخال شركاء جدد أو مقرضين خارجيين، كما يحبذ البقاء في قطاع نشاطه، وتجنب التنوع وتفضيل الإنجازات على التغييرات.

- رائد الأعمال الذي يعمل تبعا لمنطق CAP: يتوافق بشدة مع رائد الأعمال الانتهازي، يفضل رائد الأعمال وفق هذا المنطق المشاريع المحفوفة بالمخاطر، التي لديها قدرة عالية على النمو، كما يرغب قبل كل شيء في الحفاظ على استقلاليته في اتخاذ القرار (L'autonomie) بغض النظر عن الاستقلالية في رأس المال، الأمر الذي قد يجعله يلجأ للبحث عن مصادر أموال خارجية كما يمكنه تغيير النشاط إذا لم يعد السوق مزدهرا، وأيضا بيع مؤسسته إذا تم تقديم سعر جيد.

3.3.4. أنماط رواد الأعمال وفقا لظروف التجديد: يعتبر كل من "Miles" و"Snow" صاحبي هذا التصنيف، حيث قاما بدراسة العلاقة بين ريادة الأعمال والتجديد، وقاما بالترقية بين أربعة أنماط من رواد الأعمال:

- رائد الأعمال الباحث عن التجديد: يعتبر هذا النمط أن رائد الأعمال هو مجدد بحث، إذ يبحث الفرد هنا عن التجديد الدائم (في المنتج، إجراءات الإنتاج...)، رغم عدم تأكده التام من قدرته على تجسيده على أرض الواقع، لذا يقوم بتنظيمها أولا ثم يطرحها على مستوى السوق، بشكل يمكنه من خلق مؤسسة، ويتلاءم هذا النمط مع النشاطات ذات التكنولوجيا العالية والتي تكون فيها إمكانيات الاستثمار والتصنيع، والتسويق تتجاوز القدرات الفردية، فغالبا ما تشتري هذه الأفكار والمشاريع من قبل المجمعات الكبرى التي ترغب في خلق فرع جديد.

- رائد الأعمال المجدد: يبحث هذا النمط من رواد الأعمال على التجديد بشكل نظامي، يقوم باستغلاله هو بنفسه والاستثمار فيه وتحويله إلى مؤسسة، حيث يمتلك درجة عالية من اليقظة للتكنولوجيا والمنافسة، مما يتطلب حيازته ميزانية عالية، توجه للبحث والتطوير، مما يضمن تنمية التجديد.

- رائد الأعمال المتبع للتجديد: هو رائد الأعمال الذي يتابع التجديد الظاهر على مستوى السوق بطريقة نظامية واستباقية دائمة، حيث يقوم المجددون بفتح المجالات لأنشطة جديدة ومنتجات فريدة، أما المتبعون فيقومون بإدخال تحسينات على مستوى التجديد، وتتميز هذه الاستراتيجية كونها أصعب عن التجديد في حد ذاته، وذات تكلفة أكبر.

- رائد الأعمال المتفاعل مع التجديد: يتبنى هذا النمط من رواد الأعمال استراتيجية تنمية ناتجة عن رد فعل، حيث يتكيف مع الوقائع التي تحدث، ويبدى لها ردود أفعال تتلاءم والأحداث السارية، وقد يحمل هذا الموقف الانتهازي خطرا يرتبط بالترعزعات التي يمكن أن تطرأ على القطاع، وضعف درجة استجابة الزبائن للتجديد نتيجة لوفائهم لمنتجاتهم أو مؤسساتهم المفضلة.

5. خاتمة:

من خلال ما سبق يمكن القول وجود مجموعة من العوامل تؤثر في ريادة الأعمال ورائد الأعمال من خلال الاهتمام بالمهارات والكفاءات المهنية التي تعتبر اساس متطلبات نجاح الفرد وانجاز مشروعه، بناء على معارف ذات صلة عملية ومهارات وكفاءات من خلال تبنيه لأفكار ابداعية وتطوير مهاراته. ونستنتج ما يلي:

- ✓ تعتمد ريادة الأعمال على الابتكار والمبادرة وتحمل المخاطرة والاستباقية؛
- ✓ يعتمد رائد الأعمال على ريادة الأعمال الاستراتيجية في بداية مشروعه مع تخمله للمخاطرة المصاحبة له والابداع في تسييره؛
- ✓ يجب دراسة وتحليل ثقافة ريادة الأعمال والقيادة الريادية أحد جوانب الاساسية لريادة الأعمال ورائد الأعمال.

في ضوء ما سبق تخلص الورقة إلى مجموعة التوصيات المستفادة من رائد الأعمال وريادة الأعمال وتفعيلها في المنظمات من خلال:

- ضرورة اهتمام المنظمات بنشر ثقافة الريادية ومبادئها الصحيحة والمجالات المرتبطة بها والعائد على كل من المنظمة ورائد الأعمال وعلى المجتمع
 - تقديم برامج الدعم الاداري والاستشاري عن طريق الندوات والمؤتمرات وتفعيل دور رائد الأعمال
 - غرس الثقافة الريادية في ذهنية المسيرين ورواد الأعمال القادرين على زرعها في اوساط المتعاملين معهم.
 - اعطاء الاهمية القصوى لتبادل الافكار بين الجامعات والمؤسسات التعليمية والمشروعات الريادية
6. قائمة المراجع:

1. François Henry. (2020). „Le sens du travail contemporain entre œuvre et désœuvrement : Une approche à partir des dirigeants de start-up du numérique et des incubateurs „,Thèse de doctorat, Ecole doctorale N 597°Science économique et science de gestion, Universiténantes, France.,
2. Alain fayolle. (2003). Le métier de créateur d’entreprise. Paris, France: Edition d’organisation.
3. Alain Fayolle. (2004). Entrepreneuriat : Apprendre a entreprendre . Paris France: Dunod.
4. Cai Li et all. (2019). Evolution view of entrepreneurial mindset theory. International journal of business and social science, Vol 10(, N°06), 123.
5. Fayez Juma Saleh Al-Najjar, Abdul Sattar Mohammed . (2010). Pioneering and Small Business Administration (Vol. 2). Amman, Jordan: Al Hamid Publishing and Distribution House.
6. Frank Janssen. (2016). Entreprendre : Une introduction a l’entrepreneuriat. De boeck supérieur2 e éditon.
7. Laura Hougaz. (2019). Entrepreneurs creating educational innovation: Case studies from australia. Springer Nature.
8. Luis Portales. (2019). , Social innovation ans social entrepreneurship : Fundamentals, Concepts, and Tools. London, England: 1st edition Palgrave macmillan.
9. Magdi Awad Mubarak. (2009). Entrepreneurship: Concepts, Models and Scientific Entrances. Amman, Jordan: Modern World of Books for Publishing and Distribution.

10. Noor Azuan Hashim et all.(2022).Fostering millennial entrepreneurship students-Issues and challenges .Indonesian journal of business and entrepreneurship.02 صفحة 08 ،(01)08 .
11. Salim Chorf. (2021). The entrepreneurial intention at the hub of the entrepreneurial process. An overview of the theoretical framwork of entrepreneurship . Review mecas,, Vol 17,(N°01), p. 86.
12. Sankaran Venkatarman, Scotte Shane. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of management review, Vol 25(N°01), p. 218.
13. Shophie Reboud, Tim Mazzarol. (2021). Entrepreneurship and innovation : Theory, Practice and context (4th edition ed.). Springer Verlag.
14. Yordanov, D. (2019). Main characteristics of the modern entrepreneur. journal of Entrepreneurship, Vol 07,(01), p. 08.
15. إبراهيم بدران، مصطفى الشيخ. (2013). الريادية: الإبداع في إنشاء المشاريع،. عمان، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
16. فطيمة سايج. (2017). دور الدوافع والمهارات المقاولانية في تعزيز روح المقاولانية لدى خريجي الجامعات: دراسة ميدانية لعينة من طالبات الماستر لجامعة وهران،. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03،، المجلد 20، (03)، صفحة 76.

قراءة في مؤشرات اقتصاد المعرفة مع -تحليل لمؤشر المعرفة 2022-

Read about the indicators of the knowledge economy with -Analysis of the Knowledge Index 2022-

مسعودة بقباقي¹، عبايه علي²

¹ جامعة الجزائر – 3 - (الجزائر)

² جامعة الجزائر – 3 - (الجزائر)

ملخص: يعد التحول إلى اقتصادات المعرفة من أهم ركائز التنمية المستدامة للدول، وقد عملت الدول المتقدمة على التحول إلى الاقتصاد الرقمي (أو الاقتصاد المبني على المعرفة) بشتى السبل، ويهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على مؤشرات قياس اقتصاد المعرفة بالإضافة إلى تحليل مرتكزات مؤشر المعرفة العالمي لسنة 2022، وقد خلصنا في الأخير إلى أن التحول إلى اقتصاد المعرفة يتطلب العمل على زيادة نقل وإنتاج المعرفة من خلال التعليم والتدريب، بالإضافة إلى التحفيز على البحث والابتكار في كل مجالات المعرفة وخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أي أن التحول إلى الاقتصاد المعرفي يتطلب بناء بنية تحتية تعليمية وتكنولوجية وقانونية وسياسية سليمة من أجل تشجيع الاستثمار في الراس المال الفكري.

الكلمات المفتاحية: معرفة، اقتصاد معرفة، تكنولوجيا، تعليم.

Abstract: The shift to knowledge economies is one of the most important pillars of sustainable development for countries. Developed countries have worked on the transition to the digital economy (or knowledge-based economy) by various means. Through this study, we aim to identify indicators for measuring the knowledge economy in addition to analyzing the pillars of the global knowledge index. For the year 2022, and we have finally concluded that the shift to the knowledge economy requires work to increase the transfer and production of knowledge through education and training, in addition to stimulating research and innovation in all fields of knowledge, especially in the field of information and communication technology, meaning that the transition to the knowledge economy requires building Sound educational, technological, legal and political infrastructure in order to encourage investment in intellectual capital.

Keywords: Knowledge, knowledge economy, technology, education.

تعتبر المعرفة أساس التنمية البشرية للأمم، ومحرك للإنتاج والنمو للاقتصاد، ويعتبر اكتساب أدوات المعرفة أساساً للتحوّل نحو اقتصاد المعرفة، ومن أهم هذه الأدوات البنية التحتية لكل من التعليم والتكنولوجيا والاتصالات والاقتصاد ومراكز البحث والتطوير.

وقد عملت المنظمات الدولية والمحلية على حد سواء على إيجاد مؤشرات واطر لقياس درجة التوجه نحو اقتصاد المعرفة، وظهرت العديد من التقارير التي عمدت الى تصنيف الدول وفقاً لمجموعة من المقاييس، ومن خلال هذا البحث سنحاول التعريف بأهم المؤشرات المعتمدة في مجال قياس اقتصاد المعرفة بصفة عامة، كما سنركز على مؤشر المعرفة العالمي الصادر عن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة.

من خلال ما سبق يمكن طرح التساؤل التالي: ماهي مؤشرات قياس اقتصاد المعرفة، وكيف يتم تطبيقها وحسابها؟ هذا السؤال سوف نقوم بالإجابة عليه من خلال المحاور التالية:

- المحور الأول: مدخل إلى اقتصاد المعرفة:

- المحور الثاني: مؤشرات قياس اقتصاد المعرفة:

- المحور الثالث: قراءة في مركبات مؤشر المعرفة العالمي الخاصة ببعض الدول العربية:

- المحور الرابع: تحديات الانتقال الى اقتصاد المعرفة:

- الخاتمة.

2. مدخل إلى اقتصاد المعرفة:

يسمى اقتصاد المعرفة بالعديد من التسميات أهمها: اقتصاد المعلومات، الاقتصاد الإلكتروني، الاقتصاد الشبكي، اقتصاد الأنترنت، وسنقوم فيما يلي عرض لاهم التعريفات:

1.2. تعريف اقتصاد المعرفة:

عرف بانة: «الاقتصاد الذي سلعته المعرفة ذاتها، فهو تدبير أمر تسويق المعرفة، وتسهيل نقلها إلى الآخرين مقابل بدل مادي، يجعل المعرفة سلعة تطور اقتصاد الأمم، وتعود بالنفع على المحتاجين لهذه السلعة» (شعروني، 2005، صفحة 2).

كما يعرف بأنه نمط اقتصادي متطور قائم على الاستخدام واسع النطاق للمعلوماتية، شبكات الأنترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي وخاصة في التجارة الإلكترونية، مرتكزا بقوة على المعرفة والإبداع والتطور التكنولوجي خاصة ما يتعلق بتكنولوجيات الإعلام والاتصال (حليفي و منصور، 2005، صفحة 469).

فيما عرفه الاقتصادي مارك بورتا (Porta (1977) بكونه الاقتصاد الذي تلعب فيه القطاعات المنتجة والمستخدمة للمعلومات الدور الأساسي في النمو الاقتصادي مقابل القطاعات التقليدية التي تعتمد أساساً على استخدام المواد الخام والطاقة في إنتاجها (صندوق النقد العربي، 2021، صفحة 6)

كما عرف أيضاً على أنه نمط اقتصادي متطور قائم على الاستخدام واسع النطاق للمعلوماتية وشبكات الأنترنت، مرتكز بقوة على المعرفة والإبداع والتطور التكنولوجي خاصة فيما يتعلق بتقنيات المعلومات والاتصال (الهاشمي و العزاوي، 2007، صفحة 24).

وعليه يمكن القول بان الفرق بين اقتصاد المعرفة والاقتصاد التقليدي الذي يعتمد على عناصر الإنتاج التقليدي (العمل، راس المال، الأرض، التنظيم) كأساس لصنع السلع والخدمات، بينما يعتمد اقتصاد المعرفة على الموارد البشرية المؤهلة وعلى التراكم المعرفي كأصول إنتاجية.

2.2. خصائص اقتصاد المعرفة:

بما أن المعرفة هي أساس قيم اقتصاد المعرفة وأهم موارده الاقتصادية، فإن من أهم خصائص الاقتصاد الجديد: (بن يوب و طبائية، صفحة 90)

- يتمتع بمرونة فائقة وقدرة على التكيف مع المتغيرات والمستجدات الحياتية، وعليه فإنه يملك القدرة على التجديد والتواصل مع الاقتصاديات التي ترغب في الاندماج اليه، لاسيما وأنه يملك القدرة على الابتكار وإيجاد وتوليد منتجات فكرية ومعرفية جديدة؛
- اقتصاد المعرفة قائم على ذاته وعلاقاته مع الاقتصاديات وهو دائم البحث على أصحاب المواهب والأفكار الجريئة، ومن ثم فإن الصراع عليها يعتمد على قدرة المشروعات ونظم المعلومات على جذب أصحاب هذه المواهب وتوظيفها؛
- يعتمد اقتصاد المعرفة على وسائل اتصالات جديدة على الهواتف الخلوية، الأنترنت وغيرها، مما يؤثر على دور التنظيمات الرسمية والهيكل المنظمة ووجود بدلا من ذلك المنظمات الافتراضية؛
- يشكل انتاج المعرفة وتوزيعها واستخدامها المحرك الأساسي لعملية النمو المستدام ولخلق الثروة، وعليه تعتبر المعرفة العامل الرئيسي في الإنتاج، بحيث تشكل هذه الأخيرة مصدرا رئيسيا لثروة المجتمع ورفاهيته؛
- اقتصاد المعرفة قائم على ذاته وعلاقاته مع الاقتصاديات الأخرى وهو دائم البحث على أصحاب المواهب والأفكار الجريئة، ومن ثم فإن الصراع عليها يعتمد على قدرة المشروعات ونظم المعلومات على جذب أصحاب هذه وتوظيفها (الهاشمي ع.، 2007، صفحة 35)

2.3. أهمية اقتصاد المعرفة:

تكمن أهمية اقتصاد المعرفة فيمايلي: (غالي ، 2011، صفحة 33)

- يعتبر اقتصاد المعرفة الأساس المهم في توليد الثروة وتراكمها.
- تحسين الأداء ورفع الإنتاجية وتخفيض التكلفة وتحسين النوعية من خلال استخدام الأساليب التقنية والوسائل المتقدمة.
- تحديث وتطوير النشاطات الاقتصادية مما يضمن زيادة الإنتاج والدخل القومي.
- إعادة هيكلة الاقتصاد من خلال تفعيل عمليات البحث والتطوير كعملية للتنمية والتغيير.
- يدفع نمو اقتصاد المعرفة نحو تخفيض الاسعار، مقابل تحقيق دخل مالي كبير لعمال المعرفة من ذوي القدرات العالية، لارتفاع نسبة مساهمتهم في الاقتصاد الجديد (الحاج محمد، 2014، صفحة 107).

3. مؤشرات قياس اقتصاد المعرفة:

تعتبر عملية قياس كفاءة اقتصاد المعرفة من أكثر العملية صعوبة، وذلك نظرا لمجموعة من العراقيل من بينها التسجيل المحاسبي لراس المال الفكري، حيث انه لا يمكن حساب وتقدير المعرفة، الا ان هناك مقاييس تم ابتكارها لقياسه نلخصها فيمايلي:

الجدول 01: بعض الأطر والمؤشرات المتعلقة بقياس اقتصاد المعرفة		
التاريخ	الناشر	الاسم
أطر اقتصاد المعرفة		
1996	منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية	الاقتصاد القائم على المعرفة
2000	APEC	نحو اقتصادات قائمة على المعرفة في أبيك
2006	البنك الدولي	Knowledge Assessment Methodology
مؤشرات اقتصاد المعرفة		
2010.2012	البنك الدولي	مؤشر اقتصاد المعرفة Knowledge Economy Index (KEI)
2012-2010	البنك الدولي	مؤشر المعرفة Knowledge Index (KI)
2016-2015	المفوضية الأوروبية	مؤشر الاقتصاد والمجتمع الرقمي Digital Economy and Society Index (DESI)
2002- 2007 -2008- 2010- 2012- 2014.	Information Technology and Innovation Foundation	مؤشر الاقتصاد الجديد State New Economy Index
2008	عن كلية إدارة الأعمال العالمية	مؤشر الابتكار العالمي
بعض المؤشرات التي تركز على التحول الرقمي		
2008 - 2013	The Fletcher School Institute for Business the in Global Context	مؤشر التطور الرقمي
2014	المفوضية الأوروبية	رسم خرائط أقطاب تقنية المعلومات والاتصالات الأوروبية نشاط تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أوروبا.
.2013 – 2014	Fondation Web Wide World	مؤشر موقع الويب
المصدر: هبة عبد المنعم، سفيان قعلول، اقتصاد المعرفة: ورقة اطارية، دراسات اقتصادية، صندوق النقد العربي، العدد 51، 2019، ص 42-43.		

1.1.3. آلية قياس اقتصاد المعرفة حسب البنك الدولي:

تعد المعرفة ومكونات اقتصاد المعرفة الأخرى من المواد غير الملموسة لذلك يصعب قياسها، لكن قام البنك الدولي (World Bank) بتطوير منهجية لقياس اقتصاد المعرفة تسمى منهجية قياس المعرفة (Knowledge Assessment Methodology)، بالإضافة الى مؤشر الاقتصاد المعرفي (KAE) ، والتي تعمل على قياس إنتاج المعرفة في مجتمع ما، ويبحث المؤشر في أداء الحوافز الاقتصادية والحاكمية الرشيدة، والتعليم، والابتكار، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ويتم استخدام برنامج تفاعلي شبكي طور لهذا الغرض معد للاستخدام العام وتضم أربعة وثمانين (84) مؤشرا مقسمة على أربعة ركائز لقياس القدرة على إنتاج وتبني ونشر المعرفة في سبيل التحول إلى الاقتصاد المعرفي.

1.1.3. المحاور الأساسية لمؤشر اقتصاد المعرفة: يستند الاقتصاد المعرفي في أساسه على أربعة ركائز وهي على النحو التالي:

- الابتكار (البحث والتطوير): يسمح عنصر الابتكار بتدعيم القدرات التنافسية للمؤسسات بالإضافة الى تكييف عملية الإنتاج مع الاحتياجات المحلية، وقد اعتمد لحساب هذا المرتكز على متغيرات من بينها:

- عدد الباحثين لكل مليون نسمة؛
- براءات الاختراع؛
- البحوث والمقالات العلمية المنشورة؛

- حجم الاستثمارات المخصصة لأنشطة البحث والتطوير في كل من القطاع الحكومي والخاص؛
- حجم الدعم المال للمشاريع الفتية.

- التعليم: لحسابه يتم الاعتماد على مجموعة من المتغيرات الفرعية، أهمها:

- متوسط سنوات التعليم

- الالتحاق بالتعليم الثانوي

- الالتحاق بالتعليم الجامعي

- البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: تعد البنية التحتية للمعلومات والاتصالات الأرضية الصلبة التي تنمو عليها أنشطة الاقتصاد المرتكزة الى المعرفة، وتتألف عناصر هذا المرتكز من أدوات المعلومات والاتصالات حيث الهواتف التقليدية، والمحمولة، وعدد الحاسبات الشخصية والمتوفرة في البيئة الوطنية، والتي تعد معيارا على مقدار توظيف تقنية المعلومات في الدخول الى الأنترنت او التطبيقات الميدانية (بوالقدرة، 2018، صفحة 373).

- الحاكمية الرشيدة: وتضم عناصر هذا المحور جملة من المتغيرات التي تنطوي تحت ثلاث محاور رئيسية هي التعريف الجمركية، جودة التنظيم، سيادة القانون.

2.1.3. طرق عرض مؤشرات اقتصاد المعرفة حسب البنك الدولي: هناك ست حالات لعرض وتحليل نتائج هذه المؤشرات وهي كالآتي:

- بطاقة الاداء الأساسية: يستعمل هذا المقياس أربعة عشر متغيرا كمقاييس تقريبية لقياس أداء الدول في مجال اقتصاد المعرفة بناء على الركائز المذكورة أعلاه، حيث تحتوي على 14 مؤشر أساسي، يسمح بالمقارنة مع سنة الأساس 1995 وهذه المؤشرات يوضحها الجدول 02.

الجدول 02: مؤشرات بطاقة الاداء الأساسية		
المؤشرات	الركائز	
النمو السنوي للنتائج المحلي الإجمالي	الحاكمية الرشيدة والأداء المؤسسي	1
مؤشر التنمية البشرية		
القيود الجمركية وغير الجمركية		
جودة التنظيم		
سيادة القانون	التعليم وتنمية الموارد البشرية	2
الإمام بالقراءة والكتابة للبالغين		
الالتحاق الإجمالي بالتعليم الثانوي		
الالتحاق الإجمالي بالتعليم العالي	الابتكار (البحث والتطوير)	3
الباحثين العاملين في البحث والتطوير		
الإصدارات العلمية والتقنية		
براءات الاختراع الممنوحة	البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	4
مجموع خطوط الهاتف لكل 1000 شخص		
حاسوب لكل 1000 شخص		
مستخدمي الإنترنت لكل 1000		

Source : The Knowledge Assessment Methodology-World Bank (KAM 2012).

- بطاقة الاداء المتخصصة: يسمح هذا المقياس باختيار أي من المتغيرات السابقة ومقارنة ما لا يزيد على ثلاث (3) دول في آن واحد، كما تقدم ملخصا عن المؤشرات الأخرى. ويبلغ مجموع المؤشرات الرئيسية ستة مؤشرات وينبثق من كل منها مجموعة مؤشرات فرعية.

- مقارنة زمنية: تظهر المقارنة الزمنية مقدار تطور الدول من عام 1995 إلى أحدث سنة متوفرة ويتم تحديث بياناتها باستمرار وتضع خط للمقارنة من (45) درجة تكون الدول التي تقع تحت هذا الخط بان أدائها غير جيد بالنسبة للمعرفة واقتصاد المعرفة أما التي تقع فوق الخط فان أدائها جيد ويتم اختيار ما لا يزيد عن 15 دولة أو مجموعة ويعطي جدول مقارنة بين سنة 1995 وأحدث فترة متوفرة ويتم ايضا استخراج مقدار التغيير في هذا الجدول بين الفترتين وهو الفرق بينهما لمعرفة مدى ارتفاع المؤشر او انخفاضه (بوالقدرة، 2018، صفحة 377).

- مقارنة دولية: في هذا المقياس يتم اختيار ما لا يزيد عن 20 دولة لإجراء مقارنة بينها لبعض المرتكزات الأربعة أو جميعها ويسمح للمقارنة مع سنة الأساس 1995 مع أحدث سنة مقارنة متوفرة. ويوضح الشكل (6) نموذج لمقارنة مؤشرات أربع دول لسنة 2012 بحسب مقياس المقارنة الدولية.

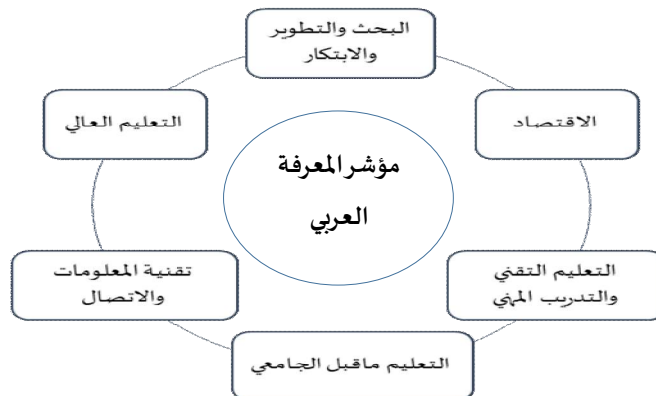
- المؤشر العام: يوفر البرنامج جدولاً كاملاً يحتوي على مؤشرات المعرفة واقتصاد المعرفة بشكل عام لجميع الدول المتوفرة في قاعدة البيانات للبرنامج تق فرزها وفهرستها، وفي حالة فقدان معلومات عن أي من المرتكزات لدولة معينة فلا يتم احتساب المؤشرات لتلك الدولة.

- خارطة العالم: في هذا المقياس توجد أسماء الدول بألوان مختلفة كل لون يعكس أداء هذه الدولة ومساهمة كل منها في تحديد الاستعداد العام للمعرفة واقتصاد المعرفة عن طريق خارطة لدول العالم تم ترميزها بستة ألوان يعكس كل لون منها وضع هذه الدول واستعدادها بالنسبة لاقتصاد المعرفة من 1995 إلى أحدث سنة متوفرة، ويشير الصفر إلى أقل مستوى والعشرة إلى أعلى مستوى (بوالقدرة، 2018، صفحة 18).

2.3. قياس مؤشر المعرفة العالمي:

مؤشر " المعرفة السنوي" الذي أطلقه برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في عام 2017، على أداء وتشارك فيه نحو 138 دولة حول العالم. يعطي المؤشر نظرة كل دولة من حيث بنيتها التحتية المعرفية، وتوجه صانعي السياسات، والباحثين، والمجتمع المدني، والقطاع الخاص للتعاون في جوانب مختلفة من السياسات، لتعزيز المجتمعات القائمة على المعرفة وسد الفجوات المعرفية. يرصد المؤشر أبرز الأبعاد المتعلقة بالاقتصاد المعرفي على مستوى التعليم العالم وفق البيانات الصادرة عن المؤسسات الدولية في: التعليم ما قبل الجامعي، التعليم التقني والتدريب المهني، التعليم العالي، البحث والتطوير والابتكار، تقنية المعلومات والاتصالات، الأداء الاقتصادي، البيئات التمكينية. (صندوق النقد العربي، 2021، صفحة 8)، والشكل الموالي يلخص هذه المكونات:

الشكل 01: مكونات مؤشر المعرفة العالمي



المصدر: البنك الدولي: تقرير مؤشر المعرفة، 2016.

وفيما يلي تصنيف المحاور ضمن مجموعات وتوضيح دلالات هذه المحاور:

- قطاع التعليم قبل الجامعي: يتضمن هذا القطاع محورين رئيسيين هما: راس المال المعرفي، والبيئة التمكينية، ويهدف الى ترسيخ فكرة تعميم التعليم الجيد للجميع في كل مراحل حياة الافراد.
- قطاع التعليم التقني والتدريب المهني: في ظل العولمة أصبحت الدول بحاجة إلى قوة عاملة متعلمة ومدربة على أن تكون قادرة على التكيف مع البيئة الاقتصادية المتغيرة، يركز هذا القطاع على محورين أساسيين هما: التكوين والتدريب المهني بالإضافة الى سمات سوق العمل، " وهذا القطاع هو قطاع افقي تتقاطع عنده مختلف القطاعات وتصب فيه كل السياسات العامة في مجال التعليم بكل مستوياته، وخلق فرص العمل والاقتصاد، والمعرفة والابتكار، وهو ما جعله ينال نصيبا وافرا من الدراسات الدولية حول الشباب كمحرك للمجتمعات ولتطورها (برنامج الامم المتحدة الانمائي، 2017، صفحة 18)"
- قطاع التعليم العالي: يعكس أداء مؤسسات التعليم العالي العامة والخاصة في مرحلة اليسانس، وما بعدها من المستوى السادس للدرجة الجامعية الأولى والماجستير والدكتوراه.
- قطاع البحث والتطوير والابتكار: وهو يركز على السياسات المتبعة في مجال البحث العلمي والابتكار، وهو يتكون من 3 محاور هي: البحث والتطوير، الابتكار في الإنتاج والابتكار المجتمعي، وكل محور من المحاور السابقة ينقسم الى محاور فرعية.
- قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: ويعتمد على دراسة مدخلات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالإضافة الى مخرجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- قطاع الاقتصاد: يتضمن هذا المؤشر 3 محاور رئيسية هي: محور التمويل والقيمة المضافة ومحور الانفتاح الاقتصادي ومحور التنافسية المعرفية.
- البيئات التمكينية: وقد ركز هذا المؤشر على 3 محاور رئيسية هي: السياسة والمؤسسات، الاقتصاد والمجتمع والصحة والبيئة.

❖ حساب المؤشر:

تم حساب مؤشر المعرفة لعام 2017 في إصداره الأول ل 131 دولة باستخدام البيانات الحديثة لتلك الدول، واحتسب قيم المؤشرات الفرعية المركبة لمؤشر المعرفة من خلال تطبيق سلسلة التجميعات المتتالية بدءا من المتغيرات وانتهاءا بالمؤشر العام.

ونظرا الى تعذر الحصول على بيانات لجميع المحاور الفرعية لكل بلد ورغبة في الحصول على مستوى مناسب من الدقة، لم يحتسب المؤشر المركب الا في الحالات التي توفرت فيها البيانات لما لا يقل عن ثلثي المحاور الفرعية ضمن كل محور، وهذا ينطبق على جميع المؤشرات الفرعية للمعرفة وفي جميع الدول، وفي الحالات التي لم تتوفر فيه بيانات لمتغير معين لنصف الدول على الأقل، استبعد هذا المتغير من حساب المؤشرات المركبة العامة (برنامج الامم المتحدة الانمائي، 2017، صفحة 13).

وتتوزع درجات هذا المؤشر من 0 الى 100، حيث كلما ارتفعت الدرجة دلت على مستوى اعلى من التقدم في استقطاب مقومات اقتصاد المعرفة.

3. قراءة في مؤشر المعرفة العالمي لبعض دول العالم:

1.3 تصنيف الدول الأولى وفق مؤشر المعرفة العالمي لسنة 2022:

الجدول رقم(1): مقارنة مركبات مؤشر المعرفة للدول الأولى لعام 2022

المؤشرات الفرعية	الو.م.أ	سويسرا	السويد	فنلندا	هولندا	لكسمبرغ	الدانمارك	النرويج
المرتبة من أصل 132	1	2	3	4	5	6	7	8
القيمة/المرتبة	68.37	68.28	66.96	66.91	66.33	66.11	65.96	64.15
التعليم قبل الجامعي/المرتبة	83.11	9/82.41	14/80.84	12/81.3	5/83.38	42/73.96	21/79.66	11/82.11
التعليم التقني والتدريب المهني	67.51	16/64.28	19/62.99	6/68.23	5/68.48	14/64.78	39/57.53	15/64.7
التعليم العالي/المرتبة	65.84	1/66.82	15/61.14	19/59.39	13/61.39	3/66.03	11/61.58	5/63.53
البحث والتطوير والابتكار/المرتبة	53.02	1/54.32	3/52.53	6/49.6	10/46.55	12/43.4	8/48.77	25/35.98
تقنية المعلومات والاتصالات/المرتبة	71.67	13/67.38	11/68.67	5/70.1	10/68.85	4/70.39	6/69.59	8/69.07
الأداء الاقتصادي/المرتبة	73.92	13/67.34	10/67.89	23/66.35	24/65.74	4/73.79	5/73.17	17/67.02
البيئات التمكينية/المرتبة	66.8	5/85.49	3/86.12	4/85.83	8/82.2	7/83.54	6/84	1/88.65

Source : <https://www.knowledge4all.com/> consultée le 27-04-2023 à 23 :32.

من الجدول أعلاه واعتمادا على بيانات البنك الدولي وفق منهجية kam لسنة 2022 يتضح مستوى كل دولة نحو تهيئة

اقتصاد المعرفة ومحاوره، وبناء على ذلك يمكن القول:

- تحتل الو.م.أ المركز الأول بقيمة 68.37 وتتميز هذه الدولة بمستوى متفوق من عمليات وأنشطة اقتصاد المعرفة، حيث يمكن القول بان المجتمع الأمريكي قد تحول الى مجتمع معرفي.

- بينما تحتل سويسرا المركز الثاني بقيمة 68.28، كما احتلت المركز الأول في كل من قطاع التعليم العالي وقطاع البحث والتطوير، وهو ما يبرهن احتلالها للمركز الثاني في نسخة 2022، كما أنها احتلت المركز الأول في تصنيف 2020، فهي تحتوي على بنية تحتية معرفية تكون بالنسبة لها نقاط قوة لاقتصاد المعرفة والتي تشمل: التدريب، فعالية الحكومة، جودة مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي، التدريب المتخصص.

2.3 و اقع المحاور الأساسية لمؤشر المعرفة العالمي بالنسبة لبعض الدول العربية:

الجدول 02: و اقع المحاور الأساسية لمؤشر المعرفة العالمي بالنسبة لبعض الدول العربية لسنة 2022

البيئات التمكينية	الأداء الاقتصادي	تقنية المعلومات والاتصالات	البحث والتطوير والابتكار	التعليم العالي	التعليم التقني والتدريب المهني	التعليم قبل الجامعي	مؤشر المعرفة
61,43	67,87	66,71	33,45	50,54	75,95	70,06	58,93
61	66,68	51,15	26,59	57,78	79,8	55,15	54,07
53,36	58,2	63,83	29,45	43,62	71,95	50,31	51,09
46,26	45,16	30,7	24,11	36,65	74,2	46,2	40,74
53,38	46,43	40,36	20,6	38,69	71,68	51,61	43,06
52,98	62,15	59,67	21,35	44,63	63,76	67,27	50,06
51,23	49,83	39,86	21,11	33,64	55,3	44,71	40,03

Source : <https://www.knowledge4all.com/> consultée le 27-04-2023 à 23 :50.

التعليق:

احتلت الإمارات العربية المتحدة المركز الأول في كل من قطاع التعليم قبل الجامعي، الأداء الاقتصادي والبيئات التمكينية، والسبب يرجع الى الأداء المتميز للدولة من حيث البنية التحتية المعرفية حيث تحتل المركز 15 من أصل 138 خلال سنة 2020 بقيمة 66.1، كمان الامارات تتميز بتنمية بشرية مرتفعة جدا، وهو ما يبرهن العلاقة بين التوجه نحو الاقتصاد المعرفي والتنمية البشرية، حيث ان الدول التي تحتل المراكز الأولى في التصانيف العالمي حسب مؤشر المعرفة كلها تتمتع بتنمية بشرية عالية.

بالنسبة لمؤشر التعليم التقني والتدريب المهني احتلت قطر المرتبة الاولى بدرجة 79.8 وكذلك بالنسبة لمؤشر التعليم العالي، اما بالنسبة لمؤشر البحث والتطوير والابتكار، فمعظم الدول تعاني من مشكلات في مجال العلم والتكنولوجيا، وذلك بسبب تواضع الموارد المخصصة للبحث والتطوير وخيارات البحث العلمي، واعلى نقطة قد سجلت هي 33.45 بالنسبة لدولة الامارات العربية المتحدة في حين ان اعلى نقطة على المستوى العالمي فقد بلغت 54.34 من قبل سويسرا، كما احتلت الامارات العربية المتحدة المرتبة الاولى بدرجة 67.87 في مؤشر الاقتصاد ومؤشر تقنية المعلومات.

ان المؤشرات السابقة تعتبر المرآة العاكسة للبيئات التمكينية حيث يتأثر قطاع الاتصالات بالمجتمع وبالبيئة التشريعية والسياسية لدولة ما، فتوفر الاستقرار السياسي يشجع على زيادة الاستثمار وجذب الشركات العالمية للاستثمار في مجال الأنترنت والخدمات الاتصال والتطبيقات، كما ان البيئة القانونية وسيادة القانون تعتبر عوامل جذب لرؤوس الأموال في قطاع الاتصالات.

وان تحدثنا على البحث والابتكار فلا بد أيضا من توفر بيئة سياسية وقانونية ملائمة، كما انها ترتبط بالبيئة الاقتصادية والاجتماعية فكلما كانت مستويات الأداء الاقتصادي عالية كلما أثر ذلك على مخرجات البحث والتطوير وعلى البنية التحتية المؤثرة لمشاريع البحث والتطوير، اقتراب درجة البيئات التمكينية من المعدل العالمي راجع الى اعتماد دول مثل الامارات العربية المتحدة وقطر لعلى مبادئ الحوكمة.

في الأخير يمكن ملاحظة ان اقل القيم قد كانت بقطاع الابتكار والتطوير، بينما كانت اعلى الدرجات بقطاع التعليم التقني والتدريب المهني.

4. تحديات الانتقال الى اقتصاد المعرفة:

من خلال استعراض المعايير التي يرتكز عليها لقياس درجة توجه مجتمع ما نحو اقتصاد المعرفة يتضح لنا بان من اهم المعوقات التي تقف امام الدول العربية للتحويل الى اقتصاد المعرفة هي:

- الفجوة الرقمية والمعرفية: تزداد أهمية إنتاجية المعرفة كعامل حاسم في تحديد القدرة التنافسية لأي بلد أو منظمة فالميزة الوحيدة التي يمكن تحقيقها هي الكم المعرفي الذي يمكن الحصول عليه من المعرفة العالمية المتاحة بفضل التكنولوجيا والأنترنت من أجل القدرة على استخدام هذه المعرفة بهدف جعلها منتجة، وهذا ما يهدد الدول العربية وإقصاءها من اقتصاد المعرفة والاقتصاد العالمي، وبذلك تزداد الفجوة اتساعا نظرا لعدم توفر الإمكانيات المادية والتكنولوجية والاستثمارات الضخمة الخاصة بإنشاء وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى غياب استراتيجية إعداد الموارد الفكرية ذات الطابع الإبداعي والابتكاري، وعدم الاستخدام الأوسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث نسب المشتركين في شبكة الإنترنت وعدد مستخدميها وحجم الإنفاق على المعلوماتية ومالكين أجهزة الهاتف النقال ومالكين أجهزة الحاسوب الشخصية هي ضئيلة جدا مقارنة بالدول المتقدمة أو بالدول السارية نحو اقتصادا المعرفة (المنظمة العربية لضمان الاستثمار، 2006، صفحة 6)

- حماية حقوق الملكية الفكرية: الإبداع الفكري له طابع حضاري متميز ومن هنا تولد الحرص على ضرورة حمايته وتشجيعه، ولذلك قامت الدول بإعداد القوانين اللازمة لحماية الملكية الفكرية وانخرطت في العديد من الاتفاقيات الدولية التي توفر الحماية القانونية والقضائية لها، كما أسست من أجل ذلك المنظمة العالمية لحماية الملكية الفكرية لتقوم بدور ريادي في هذا المجال (الزين و براجي، 2019، صفحة 143)، انعدام أو ضعف الوعي بأهمية التكنولوجيا خاصة والاحتياجات الرئيسية من كهرباء ومياه وصحة وتعليم واستعادة الأمن والطمأنينة ما زلت من الأولويات، لتبقى مسائل الأترنت واقتصاد المعرفة في نظر أغلب مسئولينا ترفا ال حاجة إليه وهو في آخر قائمة الاهتمامات، خاصة مع انتشار القناة أن الأترنت لا تضع الطعام في الأفواه (عامر بشير، 2012، صفحة 94).

5. خاتمة:

يعتبر التوجه الى اقتصاد المعرفة مسألة حاسمة في تحقيق تنمية بشرية للمجتمعات العربية، حيث لا بد لهذه المجتمعات من بناء بيئة معرفية مناسبة لقيام اقتصاد مبني على المعرفة، ومن ركائز هذه البيئة مايلي:

- ✓ تعزيز دور التعليم بكل مراحلها بصفة عامة والتعليم العالي بصفة خاصة للرفع من كفاءة الإنتاجية بالمؤسسات الاقتصادية؛
- ✓ زيادة الانفاق والاهتمام بقطاع الابتكار، البحث والتطوير؛
- ✓ تهيئة البيئة التشريعية لتشجيع الاستثمار في مجال خدمات الاتصال والأترنت الامر الذي سيسمح بزيادة المنافسة، وذلك بدوره سيسمح بتحسين الخدمات المقدمة للزبائن، سواء من ناحية النوعية او من ناحية الوقت والتكلفة، كما سيسمح الامر بانتشار الأترنت وزيادة عدد المستخدمين؛
- ✓ التعليم المكثف للغات الحية لكل الفئات وذلك لتسهيل اطلاعهم على مختلف الدراسات والأبحاث الجديدة في كل مجالات المعرفة.

6. قائمة المراجع:

1. برنامج الامم المتحدة الانمائي. (2017). مؤشر المعرفة العالمي. الامارات العربية المتحدة:الغريب للطباعة والنشر.
2. الحاج محمد، أ. (2014). اقتصاد المعرفة واتجاهات تطويره. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع.
3. الزين ع & ،براجي، ص. (2019). زيادة تنافسية الاقتصاد السعودي من خلال التحول الي اقتصاد امعرفة. مجلة بيليو فيليبا لدراسات المكتبات والمعلومات.(2)
4. المنظمة العربية لضمان الاستثمار. (2006). الفجوة الرقمية. الكويت: سلسلة الخلاصات المركزة.
5. الهاشي، ع & ،العزاوي، ف. ا. (2007). المنهج والاقتصاد المعرفي. عمان: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة.
6. بن يوب، ف & ،طبايبي، س. (s.d.). اقتصاد المعرفة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية. (2)4،
7. بالقدرة، ن. (2018). اقتصاد المعرفة في الجزائر -قراءة تحليلية في الاطار البديل للاقتصاد التقليدي. مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة.(7)
8. حليفي، ع & ،منصوري، ك. (2005). نوفمبر. (12-13)البيئة التحتية لاقتصاد المعارف الوطني العربي واقع وافاق.
9. شعوروي، ا. د. (2005). افريل. (27-28)اقتصاد المعرفة واخلاقيات الاعمال من منظور اسلامي. 2. p.
10. صندوق النقد العربي. (2021). اقتصاد المعرفة. صندوق النقد العربي
11. عامر بشير. (2012). دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، دراسة حالة الجزائر.
12. عبد المنعم، ه & ،قعلول، س. (2019). اقتصاد المعرفة. ورقة اطارية، دراسات اقتصادية، صندوق النقد العربي، العدد 51،
13. غالي، ب. ب. (2011). مساهمة اقتصاد المعرفة في حماية البيئة -حالة الجزائر -.جامعة الجزائر :3مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية.

دراسة نظرية لريادة الأعمال للمنظمات

A theoretical study of entrepreneurship for organizations

كاهنة جعدي¹، حنان واكر²

¹ جامعة العقيد أكلي محند أولحاج - البويرة - (الجزائر)

² جامعة حسيبة بن بوعلي - شلف - (الجزائر)

ملخص: هدفت هذه الورقة البحثية لتوضيح مختلف الجوانب النظرية لزيادة الأعمال للمنظمات باعتبارها أحد المواضيع الاقتصادية المهمة والمتجددة في وقتنا الحالي، وقد توصلت الدراسة إلى أن ريادة الأعمال تقوم على تشجيع الإبداع والابتكار والتخفيض من معدلات البطالة من خلال خلق فرص العمل، وتنوع في الأنشطة الاقتصادية وبالتالي توظيف الموارد واستغلالها بما يخدم التنمية الشاملة. الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، رواد الأعمال، الابتكار، الإبداع.

Abstract: This research paper aimed to clarify the various theoretical aspects of entrepreneurship for organization as one of the Important and renewable economic topics in our time. The study concluded that entrepreneurship is based on encouraging creativity and innovation and reducing unemployment rates through job creation, diversification of economic activities and thus the employment and exploitation of resources to serve comprehensive development.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurs, Creativity, Innovation.

بدأ الكثير من الباحثين يهتمون لرائد الأعمال باعتبار أنه يتولى مهمة المبادرة لخلق مشروع جديد أو سلعة جديدة أو طريقة تسويقية مبتكرة، واحتواء أي تغيير يطرأ على المنظمة، كونه يتمتع بمجموعة من الخصائص التي تؤهله لتولي قيادة فعالة لمنظمتها انطلاقاً من النشأة وصولاً لذروة النجاح والاستمرارية، بالإضافة إلى البيئة المناسبة لترقية ريادة الأعمال إذ مهدت بحوثهم لإبراز أهمية ريادة الأعمال من خلال الدور الذي يؤديه في إحداث تنمية اقتصادية واجتماعية بتشجيع الإبداع والابتكار وتنمية الأسواق وخلق التنافسية بين المنظمات بالإضافة إلى توفير فرص العمل لأفراد المجتمع بصفة عامة وفئة الشباب بصفة خاصة، وتحتل ريادة الأعمال مكانة إستراتيجية هامة في عملية التنمية الاقتصادية، وذلك بإنشاء منظمات رائدة تساهم في التطور المحلي ودفع عجلة التنمية المستدامة في المجتمع. انطلاقاً من ذلك، تظهر إشكالية الدراسة فيما يلي: فيما تتمثل ريادة أعمال المنظمات؟ وما المقصود بالريادي وما هي أبرز خصائصه؟

1.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في إرساء الآفاق النظرية التي تستمد كيانها من دراسة مختلف الجوانب المتعلقة بريادة الأعمال، بالإضافة لاحتلالها مكانة هامة في عملية التنمية الاقتصادية من خلال إنشاء منظمات رائدة تساهم في دفع عجلة النمو الاقتصادي.

2.1. هدف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على الإطار النظري لريادة الأعمال من خلال إبراز تعريفها وأهميتها ومختلف عناصرها، وأيضاً معرفة البيئة الريادية والخصائص الشخصية لرواد الأعمال.

3.1. منهج الدراسة: لتحقيق الهدف من الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي بغية شرح المفاهيم المتعلقة بكل من ريادة ورواد الأعمال، وكذا إبراز خصائصهما، كل هذا بعد الرجوع لمختلف المصادر والمراجع للتوصل لأهم الاستنتاجات والإجابة على إشكالية الدراسة.

4.1. محاور الدراسة: تم تقسيم البحث إلى محورين على النحو التالي:

– الإطار المفاهيمي لريادة الأعمال للمنظمات؛

– مفهوم رائد الأعمال.

2. الإطار المفاهيمي لريادة الأعمال للمنظمات:

تعتبر حاضنات الأعمال من بين أهم الآليات التي تعمل على دعم حاملي المشاريع ورواد الأعمال والصناعات الصغيرة حيث تقدم مختلف أنواع الدعم والمرافقة والتسهيلات لاسيما في المراحل الأولى للتأسيس حتى تتمكن من البقاء والنمو.

1.2 تعريف ريادة الأعمال:

- عرف Schumpeter ريادة الأعمال بأنها: مزيج جديد يضم خمس حالات، إما منتج جديد أو جودة لمنتج موجود بالفعل أو أسلوب جديد لم يتم اختياره مسبقاً، أو فتح سوق جديد، وهو سوق لم تدخل إليه شركة ما من قبل سواء كان هذا السوق موجوداً من قبل أم لا، أو مصدر جديد لتوريد المواد الخام، بغض النظر عن وجود المصدر بالفعل أو اكتشافه أولاً أو تنفيذ تنظيم جديد. (مهدي، 2021، صفحة 91)

- يعرفها المرصد العالمي لريادة الأعمال GEM بأنها: أي محاولة لإنشاء أعمال تجارية جديدة أو إنشاء مشاريع جديدة مثل الأعمال الحرة أو مؤسسات جديدة أو توسيع نشاط تجاري قائم، من قبل فرد أو مجموعة من الأفراد. (الخنساء، 2019، صفحة 43)

- عرفها الإتحاد الأوروبي عام 2003 بأنها: الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والابتكار والإبداع والفاعلية في التسيير وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة. (جبريل، 2020، صفحة17)

- كما تعرف بأنها: مجموعة من الأنشطة التي تقوم على الاهتمام وتوفير الفرص وتلبية الحاجات والرغبات من خلال الإبداع والاستحداث لتحقيق السبق في قطاع معين، أو إدارة نشاط أو عمل جديد في ميدان محدد، حيث يبتكر الريادي شيئاً جديداً بشكل علمي وشمولي ويمارس عملاً جديداً يتسم بالإبداع ويتصف بالمخاطرة. (باهي، 2021، صفحة165)

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن ريادة الأعمال هي منظومة تبدأ بتحديد فكرة جديدة ثم تحويلها إلى مشروع ريادي أو تطوير مشروع قائم باستخدام موارد محدودة.

2.2. أهمية وأهداف ريادة الأعمال: تساهم ريادة الأعمال بجملة من المنافع لأهمها: (سلمان، 2012، صفحة74)

- خلق الثروة من خلال توفير منتجات (سلع وخدمات) متفوقة لتلبية حاجات متقدمة للزبائن، ومن ثم توسع ونمو المنظمات، وتطوير المناطق التي تتواجد فيها؛
 - إيجاد أعمال وأنشطة اقتصادية جديدة، توفر فرص عمل، وتخلق أسواق جديدة؛
 - تحسين الدخل الوطني وحجم التصدير عن طريق معدل نمو اقتصادي مرتفع؛
 - تفعيل عوامل الإنتاج من خلال استثمار القابليات الريادية في المجتمع؛
 - يعتمد مستوى تطور الاقتصاد الوطني على مستوى الريادية فيه كونها قادرة على المحافظة على تنافسية الأعمال محلياً وخارجياً؛
 - تعزيز بيئة ذات انجاز متفوق للتحفيز والمحافظة على أفضل المهارات؛
 - تحقيق رضا وولاء زبون متفوق بامتلاك المرونة الإستراتيجية اللازمة وتشجيع الابتكار؛
 - محرك ودافع أساسي لتغيير ثقافة المجتمع عن طريق تغيير ثقافة الأعمال.
- وتعتبر ريادة الأعمال من أكبر المجالات دائمة التطوير لتناسب مع مستحدثات العصر بالنسبة لجميع القرارات الهامة والحيوية، والتي بدورها تساهم في نجاح وتميز هذا المشروع بين كل أمثاله المطروح على الساحة وفي سوق العمل، ويهتم مجال ريادة الأعمال بتحقيق مجموعة من الأهداف وتسعى من خلالها المؤسسات الصناعية والخدمية إلى تحقيقها لرفع مستوى التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتي تساعد على تطوير العمل ومنها: (وأخرون، 2021، صفحات6-7)
- وضع خطة إستراتيجية للمشروع ومتابعة مدى نجاح هذه الخطة مع ما تم تنفيذه والعمل على تطبيق الأفكار الجديدة والمبتكرة؛
 - التشجيع على تصنيع الموارد المحلية في صورة منتجات نهائية سواء الاستهلاك المحلي أو التصدير؛
 - زيادة الدخل القومي من خلال رفع معدلات النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية؛
 - المساهمة في بناء مجتمع المعرفة والاقتصاد المعرفي من خلال التعليم التطبيقي؛
 - استهداف مشروعات جديدة أو أقسام إدارية جديدة من خلال إقامة المشروعات الجديدة أو استقلال هذه المشروعات؛
 - تعزيز ونشر ثقافة وروح الابتكار بين فئات المجتمع؛
 - التأكيد على استخدام التكنولوجيا الحديثة في الصناعات لزيادة الإنتاج؛
 - ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال لتنمية الدافع إلى العمل الحر بالتعاون مع الجهات المختصة وذات العلاقة في المجتمع؛

- بناء ثقافة ريادة الأعمال وتنمية قدرات العناصر الريادية لتمكينهم من إنشاء وإدارة المشروعات الصغيرة بنجاح؛
- تعتبر ريادة الأعمال من المجالات المهمة التي تساهم في نجاح وتميز المشروعات الصناعية والخدمية في السوق، وتهتم بتحقيق مجموعة أهداف تسعى من خلال تلك المشروعات إلى رفع مستوى النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- 3.2. عناصر وخصائص ريادة الأعمال: يمكن حصر عناصر ريادة الأعمال فيما يلي: (قهيري، 2020، صفحات 34-35)
- إنشاء أسواق جديدة: يعبر عن السوق بمجموعة الأشخاص الذين لديهم الرغبة والقدرة لإشباع احتياجاتهم، فريادة الأعمال تعني الإبداع والإنشاء للموارد وللفرص فهي تخلق عملاء وبائعين، وهذا ما يجعلها مختلفة عن الأعمال الإدارية التقليدية مثل التخطيط والتنظيم وتحديد المهام.
- اكتشاف مصادر جديدة للموارد: لا ترضى ريادة الأعمال بالمصادر التقليدية للموارد لذا يتم البحث عن مصدر جديد لها لتحسين مجال عمل المنظمة، فرواد الأعمال يستطيعون تطوير مصادر جديدة للموارد لها ميزة تنافسية من حيث النقل والتكلفة والجودة.
- تحريك المواد الرأسمالية: أي التنظيم والتحديد لمعظم عناصر الإنتاج مثل: الأرض، رأس المال، العمال، فتجمع عناصر الإنتاج من أجل خلق سلع وخدمات جديدة.
- تقديم تكنولوجيا جديدة: ريادة الأعمال تعمل على استغلال الفرص من إنشاء أعمال جديدة وتحويلها إلى مكاسب لذلك تقدم أشياء جديدة ومختلفة بعض الشيء، حيث أن الروح الريادية تساهم وبقوة في تحديث الاقتصاد، ففي كل عام نرى منتجات وتكنولوجيا جديدة.
- خلق فرص عمل جديدة: حيث أن القطاع الاقتصادي أكبر موفر لفرص العمل، فالمزيد من الدخل يعني المزيد من الطلب على السلع والخدمات وبالتالي المزيد من الإنتاج والمزيد من الوظائف مرة أخرى.
- وكما تعمل المشروعات الريادية على فتح المجال أمام الإبداع والابتكار، فالريادي يجد في عمله استقلالية وفرصة لتحقيق تميز في الإنتاج، وأيضا تحقيق الميزة التنافسية لضمان النمو السريع، ومن هنا فإن الريادة مصدر من مصادر التجديد، كما تساعد ريادة الأعمال في تطوير عمل المجتمع، وتؤثر أعمالهم على وظائف الاقتصاد وتتميز الريادة بالصفات والخصائص التالية: (وأخرون، 2021، صفحة 17)
- التوظيف الذاتي الذي يوفر المزيد من فرص العمل التي تناسب القوى العاملة؛
- التشجيع على استخدام التكنولوجيا الحديثة على مستوى الصناعات الصغيرة لزيادة الإنتاجية؛
- تطوير المزيد من الصناعات، خاصة في المناطق الريفية والمناطق التي لم تستفد من التطورات الاقتصادية؛
- تركز على المبادرة الفردية بهدف الاستخدام الأفضل للموارد المتاحة والتي تتميز بنوع من المخاطرة؛
- الجهد المبذول من أجل استحداث التنسيق الكامل بين عمليات الإنتاج والبيع؛
- تشجيع المراكز والمؤسسات العلمية والبحثية على إنجاز المزيد من الدراسات والأبحاث لأجل تطوير الماكينات والمعدات في السوق؛
- الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة بهدف تطبيق الأفكار الجديدة في المؤسسات والتي يتم التخطيط لها بكفاءة عالية؛
- أحد مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستخدام الأمثل للموارد المالية والمادية المتاحة للوصول إلى منتج جديد أو تقديم خدمة جديدة، إضافة إلى تطوير أساليب جديدة للعمليات؛
- المحور الإنتاجي للسلع والخدمات والتي تعود للقرارات الفرصية والتي تهدف إلى تحقيق الأرباح من خلال اختيار النشاط الاقتصادي الملائم؛

- العمل الذي يقوم به الفرد تلقائياً، حيث يشتري بسعر معين في الوقت الحاضر ليبيع بسعر غير مؤكد في المستقبل مما يجعله عرضة لحالات عدم التأكد؛
- الإدراك الكامل للفرص المتمثلة بالحاجات والرغبات والمشاكل والتحديات والاستخدام الأفضل للموارد نحو تطبيق الأفكار الجديدة في المشاريع التي يتم التخطيط لها بكفاءة عالية؛
- تطوير مفاهيم صفات ومواقف ريادة الأعمال بين رواد الأعمال الجدد لتحقيق المزيد من التغيرات في طبيعة عملهم؛
- توظيف الآخرين في وظائف غالباً ما تكون أفضل لهم؛
- المنافسة الشريفة تشجع على خلق منتجات بجودة أعلى؛
- التحرر والاستقلال من الاعتماد على وظائف الآخرين؛
- تقليل هجرة المواهب من خلال توفير مناخ محلي جديد لريادة الأعمال.

4.2. فوائد ريادة الأعمال: تكمن فوائد ريادة الأعمال في بناء جيل من الشباب والشابات القادرين على التعامل مع المشكلات والتحديات الاقتصادية لتحويلها إلى مشاريع استثمارية وذلك بتفعيل طاقات الشباب، وتحويلهم لعناصر فعالة ومنتجة تساهم في بناء التنمية الاقتصادية الوطنية، ويمكن دراسة فوائد ريادة الأعمال التي تعود على الفرد وعلى المجتمع من خلال الآتي: (كافي، 2020، صفحات 25-27)

1.4.2. على المستوى الخاص: تتمثل في:

- تحقيق الطموح الشخصي: ريادة الأعمال تعود على الفرد بفوائد كثيرة حيث تحقق له الطموح الشخصي والمكانة المرموقة وتحقيق الذات وتلبي له آماله وأهدافه وأحلامه الشخصية والاجتماعية والمادية التي طالما تمنّاها.
- زيادة الدخل والأرباح: ريادة الأعمال تعود على الفرد بفوائد مالية فتؤدي إلى زيادة أمواله وأرباحه وهي مصدر لزيادة الدخل من خلال أعماله ومشاريعه الاستثمارية.
- التحرر من الوظيفة: ريادة الأعمال تعود على الفرد بفوائد مهنية فيتحرر من الوظيفة ويستقل بعمله فيصبح رئيساً لنفسه وسيداً لأعماله ويتمتع بالاستقلالية أيضاً.
- تنمية المواهب والإبداعات: ريادة الأعمال تعود على الفرد بفوائد عقلية وفكرية فتنمي مواهبه وإبداعاته حيث أن الكثير من الموهوبين يستثمرون مواهبهم وإبداعاتهم بعمل مشاريع ريادية تنمي تلك المواهب والإبداعات لذا نجد أن تبني المبدعين ومساندتهم وتقديم التسهيلات لهم وتطوير أفكارهم من سمات المنظمات الريادية الناجحة.
- التميز بإنجازات عظيمة: ريادة الأعمال تعود على الفرد بفوائد ثقافية واجتماعية ونفسية فيتميز بإنجازاته الكبيرة وبأعماله العظيمة ويشعر بالفخر والاعتزاز بذاته بعد أن بنى نفسه وتجاوز الصعوبات والتحديات التي مر بها بتميز ونجاح ويتذكر دائماً أن كل نهاية عظيمة كانت مجرد خريطة لذا فإنك تجده دؤوب ومثابر لتحقيق إنجازات متنوعة في مجالات الريادية.

2.4.2 على المستوى العام:

- زيادة النمو الاقتصادي: ريادة الأعمال تحقق للمجتمع زيادة وتطوير في النمو الاقتصادي وذلك من خلال تحويل أفكار رائد الأعمال إلى مشاريع تجارية بحيث أن أنشطته وأعماله تدعم النمو الاقتصادي وتحقيق تنمية مستدامة.
- توفير فرص العمل: ريادة الأعمال تحقق للمجتمع العديد من فرص العمل ووظائف متعددة يوفرها المشروع لأفراد المجتمع فيصبح رائد الأعمال نافعا ومفيدا لوطنه ومجتمعه وذلك من خلال إنشاء مشاريع متنوعة تغطي جميع المجالات وتخدم شريحة واسعة من أفراد المجتمع.

- التنوع في مجالات خدمة المجتمع: ريادة الأعمال تحقق التنوع في خدمة المجتمع فتزدهر مجالات خدمة المجتمع في ظل مناخ يتسم بالحرية المهنية فتجد مجالات الزراعة تنمو وقطاع الألبسة يتنوع والصناعات تتعدد والتجارة تمتد والخدمات تكثر وتنمو المجالات المهنية والحرفية تلبى احتياجات الأفراد والمجتمع.

- زيادة الكفاءة وتحسين مستوى الإنتاجية: ريادة الأعمال تحقق للمجتمع زيادة في الكفاءة وتحسن مستوى الإنتاجية وذلك من خلال جو التنافس بين المنشآت فتسعى المنظمات الريادية إلى تحسين جودتها وخدماتها لتبقى مستمرة في السوق ولتواكب التنافس الشديد مع الشركات والمؤسسات الأخرى فتسعى إلى زيادة كفاءتها مما ينعكس ايجابيا على التنمية الاقتصادية.

- إحداث إبداع وتغيير في هيكل سوق العمل: ريادة الأعمال تحقق للمجتمع إبداعات وابتكارات تساهم في تغيير سوق العمل بمنتجات جديدة ومبتكرة تغير مجرى السوق وتنهض به، فقد يؤدي إحدى الابتكارات إلى تغيير جذري في اتجاه ريادة الأعمال مما يضفي قيمة اقتصادية متميزة.

5.2. القيود التي تواجه ريادة الأعمال: هناك الكثير من العقبات التي تحد من قدرات رواد الأعمال نتيجة التمسك بالروتين والحرص على النظم البيروقراطية وترسيخ المركزية، وغيرها من العقبات التي تحد من الابتكار والإبداع، وتسبب بالإحباط الذي يصيب رواد الأعمال، ومن أهمها: (أمال، 2018، صفحات6-7)

1.5.2. المعوقات الإدارية: يمكن حصر هذه المعوقات التي تقف عقبة أمام التجديد والابتكار لرواد الأعمال فيما يلي:

- ضعف الخبرة التسويقية في المنشآت الصغيرة والمتوسطة، وضعف جودة المنتج، ومشكلات التعامل مع العملاء وتحصيل المستحقات منهم؛
- سوء المناخ التنظيمي والانتقاد المبكر للأفكار الجديدة دون انتظار النتائج؛
- سوء الظروف الاقتصادية التي تتضمن تدني الأجور والرواتب وعدم كفاية الحوافز، مما يدفع العاملين أصحاب الخبرة في المنشآت الريادية إلى أسلوب التسرب منها، أو البحث عن عمل إضافي لزيادة الدخل، فيقل التركيز في العمل الأصلي، أو تقل فرص الابتكار؛
- عدم القدرة على التعامل مع التحديات المختلفة التي تواجهه المنشآت الصغيرة في مراحل مختلفة من النمو، كتطوير المنتج وزيادة الاستثمار في المخزون وزيادة الطاقة الإنتاجية.

2.5.2. المعوقات الاقتصادية والاجتماعية: هناك مجموعة من المعوقات الاقتصادية والاجتماعية التي تقف كالعقبة أمام رواد الأعمال منها:

- ضعف التمويل وصعوبة الحصول عليه؛ انخفاض الطلب على منتجات المشروعات الصغيرة نتيجة للركود الاقتصادي؛
 - مشكلات استثمارية؛ نقص المعلومات؛ المشكلات الاجتماعية؛ مثل التقاليد والأعراف السائدة.
- 3.5.2. ضعف كفاءة الموارد البشرية العاملة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة: هناك الكثير من المنشآت الصغيرة تفتقد إلى السجلات المالية المحاسبية المنتظمة لعدم تواجد محاسبين أكفاء، وعدم فصل الذمة المالية للمشروع عن الملكية الخاصة لصاحب المشروع، وعدم توافر الكوادر البشرية التي تقوم بالتخطيط والتنظيم والرقابة نتيجة ضعف التأهيل العلمي وانخفاض مستوى التدريب، وعدم رغبة بعض العاملين في المنشآت الصغيرة في تطوير قدراتهم ومهاراتهم.
- 4.5.2. المعوقات الفنية: ضعف الدعم الفني التدريبي والتكنولوجي للمشروعات الصغيرة، وضعف إلمام نسبة كبيرة من أصحاب المشروعات بالمعلومات الفنية الخاصة باستخدام الآلات والتكنولوجيا، مما يؤدي إلى انخفاض جودة الإنتاج بالإضافة إلى صعوبة توفير الآلات والمعدات لعدم توافرها أو صعوبة استيرادها من الخارج.

3. مفهوم رائد الأعمال:

لقد شغل رائد الأعمال اهتمام العديد من الباحثين والكتاب في مجال زيادة الأعمال من خلال التعريف بالشخص رائد الأعمال وتحليل خصائصه ودوافعه.

1.3. تعريف رائد الأعمال: لرائد الأعمال عدة تعريفات نذكر منها مايلي:

هو ذلك الشخص الذي يتمتع بصفات أخذ المبادرة وينظم الآليات والمتطلبات الاقتصادية والاجتماعية، وكذلك القبول بالفشل والمخاطرة، ولديه القدرة على طلب الموارد والعاملين والمعدات وباقي الأصول ويجعل منها شيئاً ذا قيمة، ويقدم شيئاً مبدعاً وجديداً، وكذلك يتمتع بالمهارات والخصائص سواء الإدارية والاجتماعية والنفسية التي تمكنه من ذلك. (خربوطي، 2018، صفحة 9)

كما يعرف بأنه: ذلك الشخص الذي يتحمل المخاطر المحسوبة بتأسيس عمله الخاص من أجل الحصول على عائد أو كخدمة للمجتمع يؤسس الفكرة ويصمم خطة العمل ويضع الخطة موضع التنفيذ. (أحمد، 2012، صفحة 36)

ويعرف أيضاً بأنه: الشخص المبدع الذي يحرك ويدفع عجلة النمو الاقتصادي ويستخدم موارده المتاحة بتوليفات جديدة لوسائل الإنتاج في شكل منتج أو خدمة جديدة، عملية جديدة، فتح سوق جديد، مادة أولية جديدة، طريقة تنظيمية جديدة. (أمينة، 2020، صفحة 15)، هو من تكون لديه القدرة على تحويل أي فكرة مبتكرة إلى منتج وخدمة جديدة تحقق له الربح وتشبع حاجات المستهلكين. (علي، 2018، صفحة 37)

ومن خلال ما سبق نخلص إلى أن الريادي هو ذلك الشخص الذي يتمتع بأخذ زمام المبادرة، ولديه القدرة على الابتكار والإبداع في تقديم منتجات وخدمات جديدة على مستوى المنظمات.

2.3. خصائص الريادي: إن من يريد أن يكون ريادياً أو يمتلك عملاً صغيراً لا بد أن تتوافر فيه العديد من الخصائص الشخصية التي تميزه عن غيره من الأفراد، والثقة في الاستمرار فيه متفائلاً بالنجاح على الرغم من الصعوبات التي يمكن أن تواجهه مستقبلاً، ومن أهم تلك الخصائص نذكر: (العلي، 2008، صفحات 10-13)

- الاستعداد والميل نحو المخاطرة: تطالب الإدارة العليا في المنظمات الكبيرة بنجاح أكبر كلما زادت كمية الأصول اللازمة وكلما زادت فترة ربط هذه الأصول بالمشروع المقترح، وقد يكون هذا أحد الأسباب التي تشرح ظاهرة حدوث الابتكارات بتكرار أكبر في المنظمات الصغيرة مقارنة بالمنظمات الكبيرة التقليدية، إذ تتقبل المنظمات الصغيرة التي يديرها رجل واحد هو صاحب الفكرة الأساسية مخاطرة أكبر مما تقبله منظمات كبرى متعددة الملكية.

يعتقد البعض بأن الرياديين هم الناس الذين تستند أعمالهم على إبداع منتج جديد أو خدمة جديدة، ولكننا نعتقد أن أي شخص لديه القدرة أن يبدأ عملاً جديداً أو فريداً، هو رجل ريادي حيث يحمل هذا المشروع والعمل نوعاً من المخاطرة، والمخاطرة متنوعة سواء عند بدأ المشروع أو تشغيله فالمالك غالباً يعمل بأمواله الخاصة حتى أن هذه المخاطرة قد تمتد للعائلة أيضاً، وتتضخم هذه المخاطرة وتزداد عادة مع زيادة احتمالية فشل المشروع، ونلاحظ أن أهم ما يجب أن يتمتع به رجل الأعمال المبادر هو الشجاعة والمخاطرة، ولكن المخاطرة غير المغامرة، حيث تقوم الأولى على العمل الشاق وانتهاز الفرص السائحة، بينما تقوم المغامرة على الحظ والمصادفة، إنها لعبة التحدي والإثارة ومتعة العمل من أجل النجاح.

- الرغبة في النجاح: يعرف الرياديين أهدافهم جيداً ويعملون بمثابرة لتحقيق تلك الأهداف، إنهم منظمون فسيولوجياً على أنهم يختلفون في درجة الرغبة في النجاح، ويملكون درجات أكبر من الأشخاص العاديين حيث يقدمون مسؤولية ذاتية لأعمالهم ووظائفهم، فالنجاح في عالم الأعمال ليس سهلاً وليس مستحيلاً، فالسهولة والصعوبة أمور نسبية تتوقف بدرجة كبيرة على

إرادتنا لأنك يمكن أن تقوم بكل ما هو مطلوب منك على أكمل وجه ويبقى النجاح صورة بلا إطار، وبالمقابل قد تحقق نجاحا باهرا في عملك، فهناك معوقات قد تواجهك في كل الأحوال ولكن يمكنك القفز فوق حواجزها إذا ما ثابرت على النجاح، وذلك بالتشبث بهويتك وأن لا يغررك النجاح.

- **الثقة بالنفس:** إن الناس الذين يملكون الثقة بالنفس يشعرون بأنهم يمكن أن يقابلوا التحديات، وعن طريق الثقة بالنفس يستطيع أصحاب الأعمال الصغيرة والرياديون أن يجعلوا من أعمالهم أعمالا ناجحة، أنهم يملكون شعورا متفوقا وإحساسا بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى، إذ أظهرت اغلب الدراسات أن الرياديين يملكون الثقة بالنفس، وقدرة على ترتيب المشاكل المختلفة، وتصنيفها والتعامل معها بطريقة أفضل من الآخرين. إن ميزة الإحساس بالأمان التي يبحث عنها الناس عادة لا تحد من قدرة رجال الأعمال على الحركة وحريةهم في السيطرة على الأمور، وذلك لأنهم يخافون ارتكاب الأخطاء فهم يعلمون أن الخطأ جزء من ضريبة العمل الحر والإرادة المستقلة، وإن حصل الخطأ فلا يكون مضطرا لإخفائه، وبدلا من ذلك يعمل على الإبداع والتطوير وإضافة قيم وخدمات جديدة للمجتمع.

- **الاندفاع للعمل:** عادة ما يظهر الرياديون مستوى من الاندفاع نحو العمل أعلى من الآخرين حتى إن هذا الاندفاع والحماس يأخذ شكل العناد والرغبة في العمل الصعب أو الشاق، إن مالكي المنظمات الصغيرة يمتلكون دافعا ذاتيا للتميز، ويزدهرون ويتألقون في مواجهة التحديات، إذ يشكل الرواد في المنظمات الصغيرة مجالا حيويا لروح المبادرة في مجال الإنتاج والنواعة التي تبدأ منها أفكار الصناعات الكبيرة.

- **الاستعداد الطوعي للعمل لساعات طويلة:** إن أي شخص يرغب في أن يملك عملا صغيرا لا يمكن أن يتوقع أنه سيعمل ثمان ساعات يوميا، وخمسة أيام في الأسبوع، فهم أولى القادمين صباحا إلى العمل وآخر المغادرين يوميا، وهم في الغالب يداومون أيام الأسبوع كاملة حتى يحققوا المنافسة مع المنظمات الكبرى، إن من يعمل ساعات طويلة ومن يسهر لا بد من أن يمتلك إرادة قوية تمكنه من ذلك، ومن يلاحظهم عن قرب يجد أنهم حتى في أسوأ حالات مرضهم يمتنعون عن مغادرة العمل، ولا يقدمون إجازات مرضية أثناء عملهم لأنهم يرون النشاط في العمل، والابتعاد عنه هو المرض بعينه.

- **الالتزام:** لا بد لأصحاب الأعمال الصغيرة من إدامة تركيزهم على أهدافهم، وعدم تخليهم عن تخطيط أنشطتهم المختلفة، ويمكن لكل إنسان أن ينجح في العمل الحر بشرط أن لا يتراجع، وأن يتعلم من أخطائه وأخطاء الآخرين، وتؤكد الدراسات على وجود علاقة ايجابية بين مدى الالتزام ومستوى نجاح العمل، لأن بقاء ونمو الأعمال لا يبني فقط على بعض الخصائص مثل الوضوح، والتخطيط، والتنظيم، والتخطيط الجيد، بل إن نموها يتغذى أساسا من قدرتنا على الابتكار، والتضحية، والالتزام.

- **التفاؤل:** يمتلك أصحاب الأعمال الصغيرة خاصية التفاؤلية، فهم غير متشائمين إنهم متفائلون أكثر من غيرهم، صحيح أن الناس قد يفشلون في تحقيق شيء ما، أو في مرحلة ما من مراحل الحياة، وهذا أمر لا يمكن تفاديه، ولكننا يجب أن نتعلم من ذلك الفشل، حيث يعتبر الفشل حلقة في سلسلة النجاح، بشرط أن لا تكون هذه هي الخطوة الأخيرة في المرحلة.

إن تحويل الفشل إلى نجاح والخسارة إلى فوز، يشبه تحويل الطاقة السلبية إلى طاقة ايجابية، والتفكير السلبي إلى تفكير ايجابي، فهناك بالفعل قوة وطاقة وراء التفكير الايجابي، إذ أن التفاؤل يمكن أن يساعد على النجاح.

- **منهجي ونظمي:** إن الرياديين وأصحاب الأعمال الصغيرة لديهم القدرة على ترتيب وتنظيم وقتهم بشكل جيد، وهم قادرون على رؤية الصورة الكبيرة وبشكل واقعي، ومدركين في نفس الوقت للتفاصيل الدقيقة داخل تلك الصغيرة، وهذا يحتاج إلى قدرات متميزة في مجال التحليل والربط بين المتغيرات البيئية قد لا يملكها الآخرون، ولا نرى المالك مثاليا باحثا عن الكمال، فالمشكلات

هي جزء من حياته ولا بد له من التعايش معها، فوجود المشاكل في العمل لا يعني أنك مدير غير فعال بل هي دليل على أنك تكافح وأن الصراع من أجل النجاح مستمر.

3.3. أنواع رواد الأعمال:

تم تقسيمهم إلى الأنواع التالية: (الباقى، 2020/2019، صفحات 77-78)

- **المسيرون والمبتكرون:** هذا النوع من رواد الأعمال يتميزون بحاجة قوية للإنجاز الفردي، لأنهم لم يتمكنوا من تحقيق فكرة أو مشروع في المنظمة التي كانت توظفهم، فهم لا يرون الرقابة المالية للمنظمة كأولوية.
- **رواد الأعمال المالكون:** صار هؤلاء رواد أعمال لتلبية رغبتهم في السلطة أكثر من الإنجاز، هذا ما يميزهم عن المجموعة الأولى السابقة التي تحظى فيها أبعاد الاستقلالية والمكانة بأهمية ثانوية مقارنة في الرغبة في الإنشاء، وكنتيجة لذلك فهم يمتلكون رغبة قوية للاستقلالية المالية والتي تدفعهم عاجلاً أو آجلاً إلى تحديد نمو المنظمة من أجل الاحتفاظ بالرقابة.
- **رواد الأعمال التقنيون:** ويظهر رواد الأعمال هؤلاء كمناضلين في المنظمات الصغيرة، هذا الإصرار يبقي المنظمة في حجم صغير مرتبط بالدافع السلبي لبعض رواد الأعمال، وفي الواقع أن معظم رواد الأعمال في هذه المجموعة لهم خبرة من خلال مشكلة مهنية أو نفسية في مرحلة ما من حياتهم، وعليه فإن إنشاء المنظمة بالنسبة لهم أخذ شكل ردة فعل دفاعية ضد التهديدات التي تقف على عاتقهم أمام التطور المهني لرائد الأعمال.
- **رواد الأعمال الحرفيون:** الدوافع الأساسية لهذه الفئة من رواد الأعمال هي الاستقلالية المهنية، هذه الدوافع بالنسبة لهم أكثر أهمية من النجاح الاقتصادي، يتمثل الهدف الأساسي والمفضل لهذا النوع من رواد الأعمال في استمرارية منظماتهم، وهذا يمر غالباً عبر البحث عن وضعية محمية في السوق.

4.3. دوافع الريادي:

يمكن تقسيم الدوافع التي تدفع الرائد إلى إنشاء مشروع خاص به إلى دوافع ذاتية وأخرى اجتماعية واقتصادية كما يلي:

(مرزوق، 2021/2020، صفحة 13)

- **الدوافع الشخصية:** تمثل الرغبة والطموح في التخلص من الضغوط والروتين خاصة لدى فئة الموظفين، حافزاً كبيراً في الذهاب بعيداً عن طريق إنشاء مشروع خاص بهم يساعدهم في استثمار الخبرات التي اكتسبوها إضافة إلى الرغبة في الاستقلالية.
- **الدوافع الاقتصادية:** تمثل الرغبة في تحقيق ربح مادي أحد أهم دوافع ولوج علم الريادية، إضافة إلى بعض الامتيازات التي يستفيد منها الريادي كالإعفاءات الجبائية خلال فترة محددة أو بعض الحوافز المالية التي تقدمها العديد من البنوك.
- **الدوافع الاجتماعية:** تساهم كل من العادات والتقاليد والدين وغيرها من العوامل الاجتماعية في تكوين شخصية الريادي التي تدفعه دائماً إلى تبني مكانة مرموقة في المجتمع.

من خلال ما سبق، نخلص إلى أن ريادة الأعمال في ظاهرة متعددة المداخل لم تنل إجماع الباحثين حول مفهومها، ويرو أنها ترتبط بشكل كبير بالقدرة على الاستجابة للفرص المتاحة، وتعتبر عن مجموعة من الأفعال الإبداعية والابتكارية المتميزة بالحدثة والمخاطرة والتي يهدف من خلالها رائد الأعمال إلى تحقيق الثروة التي تنعكس على المجتمع بايجابية، يستخدم فيها الأسلوب المناسب لتحقيق أهداف النمو الاقتصادي والمساهمة في الانتقال من مرحلة الركود والجمود على مرحلة الازدهار والانتعاش.

نتائج الدراسة: من خلال ما تم تناوله سابقا، توصلت الورقة البحثية إلى مجموعة من النتائج من بينها:

- ✓ تشجع ريادة الأعمال على الإبداع والابتكار، كما تعد مصدر من مصادر التجديد؛
 - ✓ رواد الأعمال لديهم المعرفة والقدرة على التنبؤ بالمستقبل، ولديهم فكرة جيدة عن تسويق منتجاتهم؛
 - ✓ تساهم ريادة الأعمال في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
 - ✓ توفر ريادة الأعمال فرص العمل لأفراد المجتمع بصفة عامة وفئة الشباب بصفة خاصة؛
 - ✓ ريادة الأعمال منظومة تبدأ بتحديد فكرة جديدة ثم تحويلها إلى مشروع ريادي باستخدام موارد محدودة.
- توصيات الدراسة: في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها خلصت الدراسة إلى التوصيات التالية:
- تشجيع الأفراد الذين تتوفر لديهم نية إنشاء مشاريع ريادية، من خلال تقديم مساعدات مالية والدعم والمتابعة لهم؛
 - نشر ثقافة ريادة الأعمال والابتكار في المجتمع، والتشجيع على تحمل المخاطرة المصاحبة للابتكار وريادة الأعمال؛
 - تبسيط الإجراءات الإدارية وإزالة المعوقات التي تواجه رواد الأعمال الحاليين والمحتملين؛
 - تمكين رواد الأعمال للوصول لى عدة مصادر المتعلقة بريادة الأعمال وتطوير أعمالهم؛
 - إدراج مقررات لريادة الأعمال على شكل ندوات وأيام دراسية لبعض التخصصات الجامعية ومراكز التكوين المهني؛
- توفير أماكن ومساحات عمل لتأسيس المشاريع وتطوير الأعمال.

5. قائمة المراجع:

1. الصفدي ليلك أحمد(2012) واقع ريادة الأعمال النسائية في المملكة العربية السعودية. مداخلة ضمن مؤتمر حول المرأة العربية في الحياة العامة والسياسية، مصر، ص 585.
2. إيثار عبد الهادي آل فيحان، سعدون محسن سلمان(2012). دور حاضنات الأعمال في تعزيز ريادة المنظمات. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد30، ص 74.
3. تومي محمد، فلاق علي. (2018). دور حاضنات الأعمال كمرقق عام في تعزيز المرافقة المقاولاتية. مجلة مجتمع تربية عمل، المجلد03(02)، ص 37.
4. جبار سعيد، ناجي أمينة. (2020). التعليم المقاولاتي كأداة لبناء الروح المقاولاتية. المجلة الجزائرية للاقتصاد والتسيير، المجلد14(01)، ص 15.
5. خالد مدخل، جابر مهدي. (2021). مساهمة الجامعة الجزائرية في نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلبة - دراسة ميدانية في كلية التكنولوجيا بجامعة الوادي - مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد06(02)، ص 194.
6. سعد محمود خليل الكواز، وآخرون. (2021). ريادة الأعمال في تنمية المشروعات الاقتصادية - كندا نموذجا - مداخلة ضمن المؤتمر الدولي الثالث في العلوم الإدارية والمالية لجامعة جيهان وبالتعاون مع جامعة وارثوا لعلوم الحياة يومي 30-31 مارس، (الصفحات 6-7). العراق.
7. سعيدة صيف، فاطنة قهيري. (2020). نحو تحقيق تنمية اقتصادية من خلال تعزيز دور ريادة منظمات الأعمال: مع الإشارة إلى تجربة الجزائر. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد05(02)، ص 34-35.
8. صكوشي أحمد، مجدل الغنساء. (2019). ريادة الأعمال الاستراتيجية كأحد تطبيقات الإدارة المعاصرة - دراسة تحليلية لنموذج ريادة الأعمال الاستراتيجية - مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد08(01)، ص 43.
9. عامر خربوطي. (2018). ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة. سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، صفحة 09.
10. فاتح مزروق. (2020/2021). دور الحاضنات الصناعية في ترقية النشاطات المقاولاتية في الجزائر. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر3، ص 13.
11. فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي. (2008). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، صفحة 10-13.
12. محسن ثامر، يوسف باهي. (2021). آليات اعتماد ودعم الجامعات لريادة الأعمال. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد07(02)، ص 165.
13. مشتر فطيمة، موساوي أمال. (2018). دور ريادة الأعمال في معالجة البطالة. مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول تحسين أداء الاقتصاد الجزائري المداخل والحلول، يوم 10 أفريل، (الصفحات 6-7). جامعة العربي تبسي -تبسة-.
14. ميساوي عبد الباقي. (2020/2019). عوامل تطوير ريادة الأعمال في الجزائر - دراسة ميدانية من وجهة نظر مسيري أجهزة الدعم والمرافقة - أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، تخصص إدارة أعمال المنظمات، جامعة الجلفة، ص 77-78.
15. وائل محمد جبريل(2020)مدى توافر ريادة الأعمال لدى طلبة كلية الاقتصاد بجامعة عمر المختار فرع درنة(ليبيا)مجلة الدراسات الاقتصادية المعقدة، المجلد05(01)، ص 17.
16. يوسف كافي، مصطفى كافي. (2020). إدارة المشاريع الريادية وحاضنات الأعمال. الجزائر: الوراق للنشر والتوزيع، صفحات 25-27.

استراتيجيات النجاح في ريادة الأعمال -عرض تجربة الإمارات-

Strategies for success in entrepreneurship –Presentation of the UAE experience-

سفيان بن قديدح¹، إيمان مريش²

¹ جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف (الجزائر)

² جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على أبرز استراتيجيات ريادة الأعمال التي تساهم في تحقيق نجاحها وتفعيلها، حيث تم استعراض تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة الرائدة في هذا المجال، وتسلط الضوء على أهم مبادرات الحكومة الإماراتية لدعم وتعزيز ريادة الأعمال. ومن النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة: أن استراتيجيات ريادة الأعمال كالإبداع والابتكار والاستباقية، روح المبادرة بالإضافة إلى تحمل المخاطرة تلعب دورا مهما في نجاح المشاريع الريادية، كما أن نجاح التجربة الإماراتية يعود إلى استراتيجيتها المتميزة التي تعتمد على تنويع الاقتصاد واعتبار الابتكار دعامة أساسية للدولة.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ استراتيجيات ريادة الأعمال؛ الابتكار؛ الإبداع؛ تحمل المخاطرة.

Abstract: This research paper aims to identify the most prominent entrepreneurship strategies that contribute to achieving its success and activation, as the pioneering experience of the United Arab Emirates in this Field was reviewed, and the Highlighting the most important initiatives of the USE government to support entrepreneurship. One of the findings in this study is that entrepreneurial strategies such as creativity and innovation, initiative, in addition to taking risks, play an important role in the success of entrepreneurial and promote Project, and the success of the UAE experience in due to its distinguished strategy that relies in diversifying the economy and onnovation is mainstay of the state.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurship strategies; innovation; creativity; risk taking.

شهد الاقتصاد العالمي في العقود الأخيرة تحولات وتغيرات كثيرة وسريعة في ظل انفتاح السوق وزيادة حدة المنافسة، ومن أهم ما أفرزته هذه التحولات زيادة الاهتمام بريادة الأعمال القائمة على الابتكار والمبادرة الفردية الحرة وتحمل المخاطرة، وأصبح موضوع ريادة الأعمال ورواد الأعمال يحتل حيزاً كبيراً من اهتمام الحكومات والعديد من الدول، خاصة مع تزايد المكانة التي تحتلها ريادة الأعمال في اقتصاديات مختلف هذه الدول مهما كان مستوى تطورها، والدور الذي باتت تلعبه في مختلف برامج التنمية المستقبلية الإستراتيجية، هذا ما دفع بالكثير من الدول إلى تبني ريادة الأعمال والسعي لدعمها وتعزيزها لاسيما بعد ان ازدادت الحاجة للابتكار والإبداع من أجل البقاء وتسريع النمو في بيئة عالمية شديدة التنافس. وعلى ضوء ما سبق يمكن صياغة الإشكالية التالية: كيف تساهم استراتيجيات ريادة الأعمال في تحقيق نجاح المشاريع الريادية؟

1.1. أهمية الدراسة: تتجلى أهمية دراستنا من خلال الاهتمام المتزايد بريادة الأعمال في الوقت الحالي، حيث أصبحت من الحقل الواعدة في اقتصاديات الدول، فريادة الأعمال من أهم المواضيع المعاصرة والتي تبحث على التطور والإبداع والابتكار.

2.1. أهداف الدراسة: نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- توضيح مفهوم ريادة الأعمال وإبراز أهم الاستراتيجيات المساهمة في ضمان نجاحها وتفعيلها؛
- محاولة تشخيص بيئة ريادة الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة؛
- محاولة التعرف على تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة في مجال ريادة الأعمال.

3.1. المنهج المتبع: اعتمدنا في دراستنا للموضوع على منهج دراسة الحالة وذلك من خلال اختيار تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة الرائدة عربياً وعالمياً في مجال ريادة الأعمال.

4.1. محاور الدراسة: للإلمام بجوانب الموضوع تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث محاور، تناولنا في أولها الإطار النظري لريادة الأعمال، وخصصنا المحور الثاني لعرض استراتيجيات ريادة الأعمال المؤثرة على نجاحها، وكان المحور الأخير مهتماً بعرض تجربة دولة الإمارات كتجربة رائدة في ريادة الأعمال ونموذجاً يحتذى به.

2. الإطار النظري لريادة الأعمال:

نتناول في هذا المحور مختلف الأدبيات النظرية الخاصة بريادة الأعمال:

1.2. عموميات حول ريادة الأعمال:

1.1.2. مفهوم ريادة الأعمال: إن ريادة الأعمال ظاهرة قديمة حديثة متجددة تحمل في طياتها معاني ورموز خيرة، فمنذ فجر التاريخ و هي تستخدم للدلالة على المبدعين و المبتكرين في شتى المجالات و على إنجازاتهم المتعددة، وقد مرت ريادة الأعمال بحقبة ومنية مليئة بالإسهامات العلمية و غزيرة بالآراء و النظريات العلمية، من قبل العديد من الباحثين و العلماء في الحقول العلمية المختلفة، حيث من الصعب أن تتطور ريادة الأعمال في حقل علمي منفرد، و يشير العديد من الباحثين إلى أن ريادة الأعمال ظاهرة معقدة، إذ لا توجد نظرية موحدة لها لم يظهر إلى الآن اتفاق أو إجماع عالمي على مفهوم محدد لريادة الأعمال، فقد تغيرت الترجمة العربية لمصطلح ENTREPRENEUR خلال العقود الأخيرة، فقد كانت منظم ثم مقاول ثم تحولت في التسعينات إلى ريادة. لقد حاول العديد من العلماء والباحثين إعطاء مفهوم لهذا المصطلح ومن التعريف التي قدمت له نذكر ما يلي: (عبيد،

2019، صفحة 103)

— عرف P. Dreker and F.H.Night ريادة الأعمال على أنها: "هي كيان قائم حول مبدأ المخاطرة". (سعود، 2021، صفحة 80)

- كما عرفها الاقتصادي النمساوي جوزيف شومبيتر (Schumpeter,1950) زيادة الأعمال على أنها " تدمير إبداعي " في الأسواق وقطاعات الاقتصاد، لأن المنتجات الجديدة والنماذج الاقتصادية تصل وتستبدل القديمة. وهكذا، فإن التدمير الخلاق هو أصل الديناميكية الصناعية والنمو على المدى الطويل. (بوتواتة، 2020. 2021، صفحة 4)
- وعرفها Gurrieri et al على أنها " عملية ديناميكية تعتبر الفرص من أساسيات إنشاء مشروع جديد، كفرص إنتاج منتجات وخدمات جديدة من خلال اكتشافها وتقييمها واستغلالها. (بوسيف، 2017-2018، صفحة 17)
- وكتعريف شامل يمكن القول بأن زيادة الأعمال هي " نشاط مرتبط بتشكيل مشروع يتم من خلاله استغلال فرصة يتم تنفيذها وتقوم على إنشاء شيء جديد ذو قيمة للعملاء وذلك بتخصيص مختلف الموارد والوقت اللازم إضافة إلى الأخذ بالمبادرة والإبداع والابتكار والميل نحو المخاطرة بهدف إيجاد قيمة مضافة.
- 2.1.2. أهمية زيادة الأعمال: تساهم زيادة الأعمال بجملة من المنافع أهمها: (العلي، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، 2016، صفحة 17)
- إنشاء الثروة من خلال توفير منتجات (سلع وخدمات) متفوقة لتلبية حاجات متقدمة للزبائن، ومن ثم توسع ونمو المنظمات، وتطوير المناطق التي تتواجد فيها؛
 - إيجاد أعمال وأنشطة اقتصادية جديدة، توفر فرص عمل، وتأسيس أسواق جديدة؛
 - تحسين الدخل الوطني وحجم التصدير عن طريق معدل نمو اقتصادي مرتفع؛
 - تفعيل عوامل الإنتاج من خلال استثمار القابليات الريادية في المجتمع؛
 - يعتمد مستوى تطور الاقتصاد على المستوى الريادية فيه كونها قادرة على المحافظة على تنافسيات الأعمال محليا وخارجيا؛
 - تعزيز سمعة الأعمال من خلال الاستقامة والمسؤولية؛ محرك ودافع أساسي لتغيير ثقافة المجتمع عن طريق تغيير ثقافة الأعمال.
- 3.1.2. خصائص وعوامل نجاح العمل الريادي: تمتلك زيادة الأعمال أهمية في الأداء الاقتصادي ومن المفيد تحديد العلاقة الفارقة بينهما، لأن كل من الأعمال الصغيرة وزيادة الأعمال تخدم مختلف الوظائف الاقتصادية وتؤمن فرصا مختلفة، وعموما فإن هناك ثلاث خصائص تشكل علامة فارقة بين زيادة الأعمال من جهة والأعمال الصغيرة من جهة أخرى تتمثل في الآتي: (بولحية، 2022، صفحة 801)
- الإبداع: يرتكز نجاح زيادة الأعمال على الإبداع مثل منتج جديد، طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة، أو التسويق أو التوزيع، اما المنظمات الصغيرة فتؤسس وتقدم المنتج أو الخدمة وتميل إلى الإنتاج بالطريقة التي تؤسسها، وهذا لا يعني أنها لا تعمل شيئا جديدا ولكنها تميل إلى المحلية، ولا تعمل على التوجه نحو العالمية.
- إمكانية النمو: زيادة الأعمال تمتلك قدرة قوية وإمكانية النمو، أكثر من الأعمال الصغيرة، وكذلك ترتكز على الإبداع، بينما المشروعات الصغيرة والمتوسطة قد تكون فريدة فقط من الناحية المحلية فهي في الغالب محدودة في إمكانية النمو.
- الأهداف الإستراتيجية: إن المشروع الريادي عادة ما يذهب إلى أبعد من الأعمال الصغيرة في الأهداف، حيث نراه يملك أهداف إستراتيجية ترتبط بالنمو، تطوير السوق، الحصة السوقية، المركز السوقي، رغم أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تملك بعض الأهداف تكون عادة مرتبطة بالمبيعات وبعض الأهداف المالية.

2.2. مفهوم رائد الأعمال: مر مفهوم رائد الأعمال بعدة تطورات، في القرن السابع عشر وحتى بداية القرن الحالي، إذ بدأت تأخذ بعدين معاً اجتماعي واقتصادي ومن التعاريف التي قدمت لهذا المصطلح نذكر ما يلي:

– يعرف Peter Drucker رائد الأعمال بأنه " هو الذي ينظم وينفذ الفرص". (العلي، 2016، صفحة 9)

– كما عرفه ميكلاندر بأنه " الإنسان غير التقليدي والذي يقوم بأعمال مميزة ومبتكرة والأهم من ذلك أنه قادر على اتخاذ القرار في ظروف غامضة ترتفع فيها نسبة المخاطرة، والريادي ذو سلوك اقتصادي ولديه دافعية قوية لبلوغ الهدف". (رشدي، 2013، صفحة 29)

وكتعريف شامل يمكن القول بأن رائد الأعمال هو ذلك الشخص المخاطر، المبتكر، المبادر والمقتنص للفرص، والذي يمتلك الرغبة والقدرة على تحويل الابتكارات والأفكار الجديدة إلى أعمال ناجحة ومربحة اقتصادياً. ولرائد الأعمال سمات تميزه عن الآخرين تتمثل هذه السمات فيما يلي:

– الثقة بالنفس: يمتلك رواد الأعمال ثقة بأنفسهم تمكنهم من الالتزام بتحقيق أهدافهم

– الإبداع والابتكار: رائد الأعمال يحب التغيير والأفكار الجديدة، ولا يحب التقليد والتكرار، وفي الوقت نفسه يبحث بصورة مستمرة عن طرق مبتكرة لتحسين الأشياء

– الحماس: رائد الأعمال لديه طاقة إيجابية كبيرة تدفعه للإنجاز

– لا يخشى الفشل: فهو ينظر للأشياء إلى الأمور بإيجابية وتفاؤل، وإنه يقبل المخاطرة المحسوبة التي تؤدي إلى نجاح كبيرة

– يتقبل النقد: رائد الأعمال لديه مرونة كبيرة لتقبل آراء الآخرين والاستفادة من نصائحهم

– المثابرة والإصرار: فهو يرفض الانسحاب من المواقف الصعبة ويصبر على التحدي

– القدرة على الإقناع: رائد الأعمال لديه القدرة على إقناع الآخرين بفكرته ووجهة نظره. (الشميمري، 2019، صفحة 19)

3. استراتيجيات زيادة الأعمال المؤثرة على نجاحها:

1.3. الإبداع: عرف J.SCHUMPETER الإبداع بأنه " هو استخدام الموارد المتواجدة بطريقة جديدة بهدف إنشاء منتجات جديدة". (بواشري، 2019، صفحة 479)، كما عرفته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OECD على النحو التالي: "الإبداع يتمثل في فكرة أو مجموعة أفكار تترجم في إنتاج منتج أو طريقة عمل جديدة موجهة للبيع أو الاستعمال". (كافي، 2018، صفحة 60)

ويعتبر نشاط الإبداع مقترن بزيادة الأعمال، فهو يهدف إلى وضع منتجات وخدمات وأساليب إنتاج جديدة، وهذا بالاستناد إلى المعلومات والتقنية المتاحة والمتحصل عليها من داخل أو خارج المنظمة والمتمثلة في هياكل الإبداع، كما أن طبيعة المرحلة الحالية تحتاج إلى فكر جديد يجعل التحسين المستمر والتطوير والإبداع والابتكار هدفاً استراتيجياً تسعى الإدارة إلى تحقيقه بغية الاستمرار والبقاء داخل السباق التنافسي. (بواشري، 2019، صفحة 483)، إن الإبداع يساعد منظمات الأعمال على أن يكون لها الدور الريادي سواء في تقديم المنتجات أو الخدمات وإرضاء الزبائن وكذلك القدرة على اختراق الأسواق والسيطرة على جانب معين من هذه الأسواق. (دردور، 2015، صفحة 185)

2.3. الابتكار: عرف T.Peters الابتكار بأنه: "التعامل مع شيء جديد أي شيء لم يسبق اختياره". (مرابطي، 2015، صفحة 552)، وإن من أهم المستجدات التي حدثت في عصر المعرفة والتقدم العلمي أنه قد أصبح للفكرة قيمة وثمان، وانتشرت مكاتب تسجيل براءات الاختراع في دول العالم بغرض حماية وتسجيل ملكية الابتكارات والاختراعات والابداعات، فلم يعد المبتكر يخشى الكشف عن اختراعه أو عن فكرته الابتكارية إنما سارع لتوثيقها في مكاتب الملكية الفكرية في دولته والدول الأخرى من

دول العالم إن رغب بذلك ليحتفظ بحق ملكيتها، وتنطوي الملكية الفكرية على رصيد ثمين في العمل التجاري وفي العمل الريادي ولها قيمة تجارية وحقوق قانونية، فهي رصيد لرواد الأعمال تضم إبداعاتهم وابتكاراتهم سواء أكانت تلك الإبداعات على هيئة خطط ترويج أو تصاميم أو عمليات أو أساليب وغيرها من صور الأفكار أو المنتجات الابتكارية، وهناك الكثير من المكاتب القانونية والمحامين المتخصصين في الملكية الفكرية، فقانون الملكية يعمل على حماية الأصول والأفكار من السرقة والانتحال مما يشجع المبتكرين والمبدعين من رواد الأعمال على كشف المزيد من ابتكاراتهم واستثمارها تجارياً، ويمكن لرائد الأعمال بيع وشراء حقوق الملكية الفكرية أو التنازل عنها أو منحها للغير، وقد حققت بعض شركات الأعمال أموالاً كبيرة من الأرباح بسبب الترخيص للغير باستخدام براءتها أو علامتها التجارية، لذا فإن على رائد الأعمال أن يسعى ومنذ بداية عمله على حماية أعماله وأن يكون واعياً بحقوق الملكية الفكرية حتى يتسنى له أن يستثمرها بالبيع والشراء، حيث أصبحت الابتكارات من الأعمال والمنتجات هي العملية التي تجسد موارد وقدرات الشركات والمؤسسات. (عابدين، 2020، صفحة 108)

3.3. التجديد: عرف Joseph Alloys Schumpeter التجديد على أنه "منتجات جديدة، طرق جديدة، مصادر تمويل جيدة، استكشاف السوق الجديدة، طرق جيدة للتنظيم العمل". (سوية، 2017، صفحة 75)

4.3. الرؤية: أوضح (Kuratko) أن الرؤية الريادية من بين العوامل التي تساعد في نجاح المنظمة الريادية، وهي تعني المتوقع الذي تسعى المنظمة إلى تحقيقه، وأن الفرص البيئية والنماذج المتعددة من المنافسين تؤثر في هذه الرؤية، وكذلك المخرجات والمسؤوليات المرتبطة بالإدارة العليا حول نظرتها لهذه الرؤية، بالإضافة إلى إيجاد نوع من الثقافة في المنظمة التي تساعد العاملين للمشاركة في كيفية وضع الطرق الملائمة للمنافسة. وإن الرؤية الذكية هي التي تدفع العاملين لكيفية التعامل ومواجهة التحديات التي تواجه المنظمة. (السكرانة، 2011، صفحة 97)

5.3. الاستباقية (المبادأة): وهي القدرة على إيجاد الفرص أو تمييز الفرص عند القيام بطرح المنتجات في السوق، وتكون الاستجابة للتغيرات وليس كردة فعل للأحداث، ويكون ذلك من خلال الحصول على المعلومات عن الوضع الحالي والسابق وفي المستقبل. (السكرانة، 2011، صفحة 37)، إن الاستباقية تمثل استراتيجية تؤكد على النظر إلى الأمام، و البحث المستمر عن الفرص السوقية والتجريب مع استجابة سريعة للاتجاهات البيئية المتغيرة، والميل لممارسة الأنشطة التي تؤثر في البيئة كما تضمن التركيز على المستقبل من خلال إنشاء الأفكار وتوقع المشكلات ومحاولة منع حدوثها والمحافظة على التكيف، والمواظبة من خلال تنفيذ عمليات جديدة أو إطلاق منتجات جديدة، كما أن البعد الاستباقية يرتبط بالريادة فهو يؤكد على سعي المنظمة إلى أخذ زمام المبادرة في الاستحواذ على الفرص الجديدة أو الدخول إلى أسواق جديدة قبل دخول المنافسين لها. لذلك يعتبر مفهوم الاستباقية يطلق على الحد الذي تحاول فيه المنظمة قيادة المنافسين بدلاً من السير خلفهم في مناطق العمل الرئيسية مثل إنتاج منتجات أو خدمات جديدة أو حتى تبني تكنولوجيا جديدة إدارية، تقنيات جديدة. (علالي، 2021، صفحة 467)

6.3. تحمل المخاطرة: وهي أن يقوم الريادي بأخذ المجازفة في طرح منتجات جديدة بالأسواق أخذاً في عين الاعتبار ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض وعدم التأكد، وتم تعريف أخذ المخاطرة بأنها ما يتم أخذه في عين الاعتبار مع إمكانية التعرض للخسارة، ويجب أن يكون لدى الريادي قدرة كبيرة لتحمل المخاطر لأن إنشاء أي مشروع ريادي غالباً ما يكون محفوفاً بالمخاطر. (جبريل، 2020، صفحة 18)، وتمثل المخاطرة رغبة المنظمة في الحصول على الفرص على الرغم من عدم التأكد الذي يحيط بها، وهذا يعني العمل بصورة جريئة دون معرفة النتائج، فالمنظمات ذات التوجه الريادي ينبغي أن تبحث عن البدائل ذات المخاطرة. ويرى بعض الباحثين عدم وجود حدود معينة لسلوك المخاطرة ما بين المنظمات والرياديين بالنسبة

للمشروعات الجديدة فكلما كانت المخاطرة أقل يكون الريادي عامل، وكلما ازدادت المخاطرة يصبح رياديا، وأن تبني المخاطرة يكون ذات علاقة باتخاذ القرارات ومبنيًا على مبدأ المغامرة. (علالي، 2021، صفحة 466. 467)

4. تجربة دولة الإمارات: تجربة رائدة في ريادة الأعمال ونموذجا يحتذى به

تعتبر تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة من التجارب الرائدة إقليميا وعالميا وذلك بفضل رؤيتها ومبادراتها لدعم وتعزيز بيئة ريادة الأعمال.

1.1.4. أهم المبادرات المعنية ببيئة الأعمال في الإمارات:

1.1.4.1. مركز حاضنات الأعمال: تم إنشاء مركز حاضنات الأعمال، الذي يعد أول حاضنة أعمال بالمنطقة، عام 2002، بهدف دعم قطاع الأعمال من أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وتقديم التسهيلات والإمكانات اللازمة لهم، لبدء مشروعاتهم الخاصة في السوق المحلية لدبي والإمارات بشكل عام. وتنوعت المشروعات، التي تم تسجيلها في مركز حاضنات الأعمال، إذ استحوذت المشروعات الخدمائية والتجارية والمهنية على الحصة العظمى من بين القطاعات الاقتصادية في المركز، بواقع إجمالي 50%، وتنوعت النسبة المتبقية على القطاعات الأخرى، مثل الطب والصحة، والأغذية، وغيرها من القطاعات الحيوية.

وبينت الدراسات انطلاق العديد من المشروعات رأسمال يتراوح بين 5000 و50000 درهم، وبدأ البعض منهم من دون موظفين، لكن رأس المال عند تخرجهم في مركز حاضنات الأعمال تراوح بين 500 و750 ألف درهم، وبعدد موظفين يتجاوز خمسة أشخاص، وهنالك عدد من المشروعات التي كتب لها النجاح وتوسعت بشكل بارز، على مستوى دولة الإمارات ومنطقة الخليج، ويحصل أصحاب المشروعات الصغيرة في الحاضنة على المميزات والتسهيلات، التي تؤهلهم للنجاح في ريادة الأعمال، وأبرزها: المساحة المكتبية المرنة والمجهزة بالكامل، وقاعات الاجتماعات والمؤتمرات، وخدمات الاستقبال، إضافة إلى وجود كوادر مؤهلة، لمساعدة رواد الأعمال على تطوير المشروع، كما توجد فرص لبناء شبكة من العلاقات مع الشركات الأخرى، ويوفر فريق عمل المؤسسة نخبة من خبراء الأعمال المتخصصين، لتقديم الدعم الفني والإداري والاستشارات. (الهيبي، 2020، صفحة 9)

2.1.4. أكاديمية دبي لريادة الأعمال: تأسست أكاديمية دبي لريادة الأعمال في عام 2013 وهي إحدى المبادرات المهمة التي أطلقتها مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتمثل رؤيتها في إنشاء جيل مبدع من رواد الأعمال، لمشاريع ناجحة تجوب العالم أما رسالتها فتتجسد في تطوير مهارات رواد الأعمال الطموحين وتوفير كافة احتياجاتهم ليكونوا رجال أعمال وقادة المستقبل، وتهدف إلى:

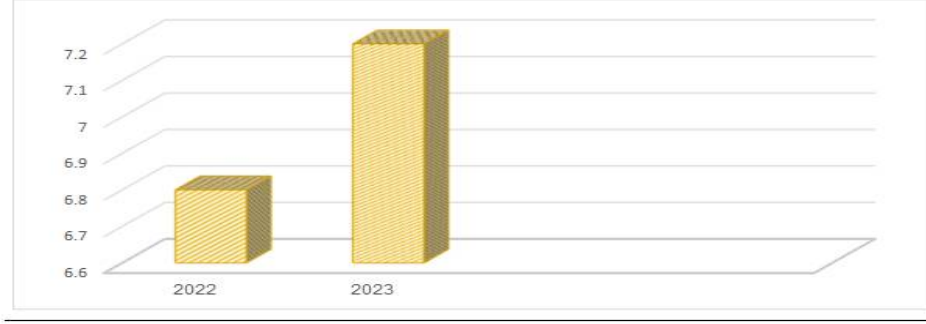
- تعزيز مكانة رواد الأعمال كقوى مؤثرة ولها دورها في مستقبل الأعمال؛ تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة؛
 - تلبية الاحتياجات التدريبية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة؛ توفير التدريب المبتكر لرواد الأعمال.
- وتخرجت الدفعة الأولى من الأكاديمية، في مطلع عام 2014 وقد ضمت 104 خريجا 90% منهم من مواطني دولة الإمارات العربية المتحدة في تخصصات دبلوم ريادة الأعمال والشهادة المهنية في الضيافة وإدارة الأعمال.

3.1.4. جوائز ريادة الأعمال: يعمل كل من القطاع الحكومي والخاص في الإمارات على تخصيص عدد من الجوائز التي تمنح سنويا بهدف تقدير ومكافأة الشركات الصغيرة وتشجيع ريادة الأعمال وتشمل هذه الجوائز ما يلي: (الهيبي، 2020، صفحة 10)

— جائزة محمد بن راشد لدعم مشاريع الشباب: أطلقت مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة جائزة الشيخ محمد بن راشد لدعم مشاريع الشباب في عام 2003 لتحقيق الأهداف التالية:

- التكريم لأفضل رجال الأعمال المبتدئين في دولة الإمارات العربية المتحدة والعالم لإنشاء وعي بأهمية تشجيع روح المبادرة من رجال الأعمال ليكونوا قدوة لغيرهم ومشاركة قصص نجاحهم؛
 - تسويق قدرات الشركات الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات العربية المتحدة إلى المستثمرين؛
 - إنشاء ثقافة الشفافية وحوكمة الشركات ومشاركة أفضل الممارسات.
- جائزة الشارقة للنمو الاقتصادي: تأتي استراتيجية غرفة تجارة وصناعة الشارقة المواكبة للنهج الحضاري والريادي للمشاركة الهادف إلى تهيئة المناخ وتوفير المقومات التي تمكن فعاليا القطاع الخاص وبكفاءة فئاته من تطبيق أفضل الممارسات التي تسهم في إرساء معايير الجودة الشاملة والأداء المتميز سواء في محيط أنشطة واستثمارات قطاع الأعمال أو في مجال خدمة وتحقيق اهداف التنمية والتطوير للمجتمع وشرائحه المختلفة. تهدف جائزة الشارقة للتميز الاقتصادي إلى تحقيق الأهداف التالية:
- نشر الحوكمة المؤسسية وتشجيع اعتماد معايير الجودة وأخلاقيات العمل؛
 - تعزيز مسؤولية منظمات القطاع الخاص تجاه المجتمع واتباع الممارسات الصديقة للبيئة؛
 - تعزيز دور المنظمات الاقتصادية في دفع عجلة التنمية المستدامة من خلال توفير التسهيلات وإطلاق المشاريع والمبادرات الجديدة وتحفيزها على مواصلة النجاح وتقدير إنجازاتها.
- 4.1.4. مؤتمر زيادة الأعمال: في إطار نشر ثقافة ريادة الأعمال و الاطلاع على التجارب العالمية المتميزة تنظم كلية الإدارة و الاقتصاد بجامعة الإمارات منذ (18) سنة مؤتمر ريادة الاعمال، يتم فيه تسليط الضوء على مجالات ريادة الأعمال العالمية و الأعمال التجارية الدولية الصغيرة، وجمع صناع القرار من الجهات الحكومية و المؤسسات و خبراء الابتكار في المؤسسات التعليمية و مراكز البحوث و التطوير و الممارسين من الشركات الريادية، لتوفير قناة اتصال فعالة تسهم في تبادل الآراء المتعلقة بالأنماط و القوى الفاعلة في مجال الابتكار و ريادة الأعمال و التي لها علاقة بالتنافسية الوطنية و التنمية المستدامة.
- 5.1.4. استحداث مقرر ريادة الأعمال في الجامعات: قررت وزارة التعليم العالي و البحث العلمي بدولة الإمارات العربية المتحدة في أكتوبر عام 2015، إدخال منهاج الابتكار وريادة الأعمال ليكون معتمدا في الجامعات الحكومية و الخاصة كافة، وتدريبه في مختلف التخصصات، اعتبارا من يناير 2016، بهدف تأصيل ثقافة الابتكار و ريادة الاعمال في ميادين التعليم الجامعي، وتطوير معارف الطلبة و مهاراتهم على أسس مبتكرة وتعزيز دور الجامعات كمنصات علمية و فكرية و ثقافية، ترتقي بمخرجات التعليم لدعم مسيرة التنمية و بناء منظومة اقتصادية متكاملة على أسس معرفية، تعزز تفوق الدولة و ريادتها العالمية، انسجاما مع أهداف رؤية الإمارات للعام 2021. (الهيبي، 2020، صفحة 11)
- 2.4. تشخيص الوضع الراهن لبيئة الأعمال في الإمارات من واقع المؤشرات العالمية: نستخلص في هذا المحور أهم المؤشرات العالمية الخاصة بدولة الإمارات في مجال ريادة الأعمال والابتكار.
- 1.2.4. مؤشر ريادة الأعمال: إن دولة الإمارات العربية المتحدة رفعت رصيدها على المؤشر العام من 6.8 نقاط من أصل 10 في 2022 إلى 7.2 نقاط في 2023، لتحافظ بصدارة المؤشر العام على التوالي وتسجل أعلى رصيد في المؤشر منذ انطلاقه في 2019. والجدول الموالي يوضح ذلك:

الشكل 1: ترتيب الإمارات في مؤشر ريادة الأعمال لسنتي 2022 و2023



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: (<https://www.albayan.ae>)

2.2.4. مؤشر الابتكار: يشكل الابتكار دعامة رئيسية في دفع عجلة التطور الاقتصادي في دولة الإمارات العربية المتحدة، ويقع في صميم السياسات الحكومية الرشيدة التي تهدف إلى جعل الإمارات ضمن أفضل عشر دول في العالم على مؤشر الابتكار العالمي. (الهيبي، 2020، صفحة 16)، أصدرت المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) مؤشر الابتكار العالمي لعام 2021، قيمت مستوى الابتكار لاقتصاد 132 دولة وسلطت الضوء على بعض المعايير مثل رأس المال البشري والمؤسسات والتكنولوجيا والإنتاج الإبداعي بالإضافة إلى تطور السوق والأعمال، احتلت الإمارات العربية المتحدة المركز الـ 33 على القائمة عالمياً، والأولى عربياً. (<https://www.sawtbeirut.com>). وأرجعت نتائج المؤشر التقدم البارز الذي حققته دولة الإمارات إلى الإنجازات المستدامة التي قامت بها الدولة في مدخلات الابتكار خاصة قوة المؤسسات وتطور الأسواق حيث تتمتع البلاد بوحدة من أفضل البيئات السياسية والتشريعية في العالم إضافة إلى التطور الكبير في قطاعات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبنية التحتية وروابط الابتكار. (الهيبي، 2020، صفحة 16)

الجدول 01: ترتيب بعض الدول العربية عالمياً في مؤشر الابتكار العالمي سنة 2022

الدولة	الترتيب عالمياً 2022	الدرجة	التقدم/التراجع في المركز
الإمارات	31	62.1	2+
السعودية	51	33.4	+ 15
قطر	52	32.4	+16
الكويت	62	29.2	+10
المغرب	67	28.8	+10
البحرين	72	28.0	+6
تونس	73	27.9	-2
الأردن	78	27.4	+3
عمان	79	26.8	-3

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: (<https://www.moec.gov.ae>)

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن دولة الإمارات العربية المتحدة تواصل ريادتها الإقليمية في مؤشر الابتكار العالمي 2022 وتتقدم مرتبتين إضافيتين لتحل المركز 31 عالمياً، في حين نلاحظ غياب الجزائر عن احتلال مراتب متقدمة بين الدول العربية.

3.4. الجهود المبذولة لدعم قطاع ريادة الأعمال: عملت العديد من السياسات الحديثة في الدولة على تحسين النشاط الريادي، من خلال السماح للشركات ذات الأصول الأجنبية بنسبة 100% بالتنافس في قطاعات محددة، وتقديم تأشيرات ممتدة لرواد الأعمال والمستثمرين، واجتذاب الشركات التقنية إلى الإمارات العربية المتحدة من خلال سياسات الضرائب والاستثمار وتوفير تمويل إضافي ودعم للأعمال الصغيرة، بالإضافة إلى مجلس دبي المستقبلي لنشاط ريادة الأعمال، وأخيراً تنفيذ الحكومة من

معرض إكسبو 2020، وهو حملة رئيسية للترويج لدولة الإمارات العربية المتحدة لدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز نشاط ريادة الأعمال، الإمارات العربية المتحدة هي واحدة من أكبر الجهات المانحة في العالم لدعم تنفيذ أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة (SDGs)، والاستدامة هي في صميم استراتيجية الحكومة لبناء اقتصاد مستدام ورفاهية لمواطنيها وسكانها، تستخدم حكومة الإمارات العربية المتحدة مؤشرات GEM منذ عام 2017 كمييار لقياس التقدم في ريادة الأعمال كجزء من أهداف الأجندة الوطنية الأوسع، تتعاون الحكومة حاليا مع GEM Global لاستكشاف الانطلاق المحتمل لمشروع GEM.

4.4. ريادة الأعمال أولوية ضمن " خطة اقتصاد الخمسين": تمثل " خطة اقتصاد الخمسين" رؤية لمنظومة العمل الاقتصادي في الدولة للسنوات 2021-2030، ومن أهم محاورها:

- تحفيز ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة؛
 - نشر ثقافة ريادة الأعمال لدى الأجيال المقبلة وترسيخ مكانة دولة الإمارات كمنصة ووجهة عالمية لريادة الأعمال وخاصة في مجالات الابتكار والتكنولوجيا.
- وتندرج خطة اقتصاد الخمسين تحت مظلة استراتيجية " عام الاستعداد للخمسين"، وهي أكبر استراتيجية عمل وطنية من نوعها استعدادا للسنوات الخمسين المقبلة على كل مستويات الدولة.

5.4. الابتكار ورؤية الإمارات 2021: يعتبر الابتكار عنصرا من المحاور الوطنية لرؤية الإمارات 2021 التي تندرج تحت عنوان متحدون في المعرفة، والذي ينشد تحقيق اقتصاد معرفي، متنوع ومرن تقوده كفاءات إماراتية ماهرة، وتعزيزه أفضل الخبرات بما يضمن الازدهار بعيد المدى لدولة الإمارات وشعبها، إن دولة الإمارات جعلت من الابتكار والإبداع قيمة مضافة لها وزنها في الاقتصاد الوطني وفي المجتمع ككل فهو بمثابة الضرورة وليس خيارا نظرا لسعيها لتعزيز موقعها على خريطة العالم الاقتصادية وتقوية تنافسيتها، ولذلك فإن الإمارات وضعت الابتكار أحد المحاور الأساسية لرؤيتها. (تيمام، طويل، 2019، صفحة 114)، تبنت دولة الإمارات أدواتها الخاصة لقياس الابتكار، مثل مؤشر أبو ظبي للابتكار الذي يرمي إلى قياس تقدمها في هذا المجال، وتحقيق رؤيتها الاقتصادية 2030 التي تحفز الابتكار نحو الاقتصاد المستدام القائم على المعرفة.

5. خاتمة:

تشكل ريادة الأعمال عنصرا أساسيا في النسيج الاقتصادي للدول حيث تحتل حيزا كبيرا من اهتمام الحكومات والعديد من الدول، حيث يعتبر الإبداع والابتكار وروح المبادرة بالإضافة إلى الاستباقية وتحمل المخاطرة من أهم استراتيجيات ريادة الأعمال التي تعتمدها المنظمات الريادية للبقاء في صف المنظمات الرائدة محليا، ونظرا لهذه الأهمية، ما فتئت مختلف الدول تبذل جهودا كبيرة لتشجيع ريادة الأعمال وجعلها رافدا لتنوع الاقتصاد من جهة وتعزيز النمو الاقتصادي والتشغيل من جهة أخرى، فهناك من الدول من نجحت في ذلك لأنها فهمت العوامل الحقيقية المساعدة لريادة الأعمال ونجاح استمرارها وتطورها ومن هذه الدول دولة الإمارات العربية المتحدة التي سعت إلى تعزيز بيئة ريادة الأعمال وجعل الابتكار من أولوياتها في تحقيق الريادة محليا وعالميا. ومن خلال دراستنا قد توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ إن استراتيجيات ريادة الأعمال كالإبداع والابتكار والاستباقية، روح المبادرة بالإضافة إلى تحمل المخاطرة تلعب دورا مهما في نجاح المشاريع الريادية؛
- ✓ دولة الإمارات العربية المتحدة تنصدر الاقتصادات العالمية في تمكين وتطوير ريادة الأعمال وتدشن الخمسين الجديدة بفضل رؤية ودعم القيادة الرشيدة؛
- ✓ إن نجاح التجربة الإماراتية يعود إلى الدور الهام للدولة في دعم وتنمية ثقافة ريادة الأعمال، بالإضافة إلى استراتيجيتها المتميزة التي تعتمد على تنوع الاقتصاد واعتبار الابتكار دعامة أساسية للدولة؛

✓ دولة الإمارات العربية المتحدة من الدول العربية التي استفادت من الثورة الرقمية وتحولت إلى اقتصاد المعرفة ووظفت التحول الرقمي.

ويمكن الخروج بالتوصيات التالية:

- تبني الدولة لسياسة المنافسة بين مختلف قطاعات المشاريع مما يساهم في تحسين جودة منتجاتهم (سلعة أو خدمة)، كتأمين لأسواق خارجية لإدخال فكر التصدير للمشاريع الصغيرة؛
- الابتعاد عن التخطيط طويل الأمد واستبداله بالمشروعات الريادية المستندة على اغتنام الفرص التي تتناسب مع المتغيرات البيئية المتسارعة؛
- زيادة فعالية دور المقاولاتية خاصة الناشئة وتكوين إطاراتها وضرورة تكثيف الجهود من طرف دار المقاولاتية مع مؤسسات المرافقة والدعم من أجل جذبهم وغرس روح المقاولاتية للتوجه نحو العمل الحر؛
- دعم الصناعات المحلية وتبني براءات الاختراع من أجل أن يكون الابتكار جزءاً من ثقافة المجتمع؛
- استغلال أفكار الطلبة الإبداعية ودعمها وتجسيدها على أرض الواقع.

6. قائمة المراجع:

1. أبو بكر عابدين، (2020)، ريادة الأعمال Entrepreneurship منهج تكاملي لصناعة المبتكرين ورواد الأعمال. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
2. رشدي، (2013)، الريادة و العمل التطوعي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
3. كافي، (2018)، الابتكار و الإبداع التسويقي، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
4. الميريك، الشميمري، (2019)، مبادئ ريادة الأعمال المفاهيم و التطبيقات الأساسية لغير المتخصصين، العبيكان للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
5. النجار، العلي، (2016)، الريادة و إدارة الأعمال الصغيرة، دار الحامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
6. بن حراث، ح، دررور، أ، (2015)، الإبداع و الابتكار كأحد استراتيجيات المنظمات الريادية، مجلة دفاتر بوداكس، العدد 04، جامعة مستغانم، الجزائر.
7. بن خديجة، م، عبيد، و، (2019)، المشاريع المقاولاتية البيئية كآلية لتحقيق التنمية المستدامة - عرض تجارب دولية ووطنية ناجحة -، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 03 (العدد 04)، جامعة الوادي، الجزائر.
8. بوعبة، ع، بواشري، أ، (2019)، دور الإبداع في تحقيق ريادة المنظمات، دراسة حالة مجمع صيدال. مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 4 (العدد 3)، جامعة بشار، الجزائر.
9. بولحية، س، (2022)، مقومات الفكر المقاولاتي وآليات دعم المقاولاتية في الجزائر، مجلة المعيار، المجلد 26 (العدد 7)، جامعة تيسمسيلت، الجزائر.
10. تيمام، د، طويل، أ، (2019)، الابتكار و الإبداع في قطاع المقاولات "دراسة التحري الوطنية وتجارب دولية رائدة. مجلة الإبداع، المجلد 09 (العدد 01)، جامعة البليدة 02، الجزائر.
11. جريل، و، (2020)، مدى توافر ريادة الأعمال لدى طلبة كلية الاقتصاد بجامعة عمر المختار فرع درنة (ليبيا)، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 05 (العدد 01)، جامعة مستغانم، الجزائر.
12. علائي، ف، علائي، ز، (2021)، مخطط الأعمال وتحقيق ريادة الأعمال. مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09 (العدد 02)، جامعة أدرار، الجزائر.
13. عين سوية، ل، (2017)، التدريب و علاقته بعملية التجديد داخل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 07 (العدد 21)، جامعة الجلفة، الجزائر.
14. مرابطي، ع، غ، (2015)، الابتكار التسويقي في المؤسسات كتوجه جديد من أجل تموقع أفضل، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 01 (العدد 02)، جامعة البويرة، الجزائر.
15. الهيبي، ن، (2020)، بيئة الأعمال و متطلبات التنمية في دولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة التنمية و الإستشراف للبحوث و الدراسات، المجلد 01 (العدد 01)، جامعة البويرة، الجزائر.
16. بوتواتة، أ، (2020، 2021)، ريادة الأعمال النسوية في الجزائر بين عوامل النجاح و التحدي - دراسة ميدانية -، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص: إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الجزائر.
17. بوسيف، س، أ، (2017-2018)، تأثير المهارات المقاولاتية على التنية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين دراسة باستعمال نمذجة المعادلات الهيكلية SEM، أطروحة دكتوراه في المالية و المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بالقديد، تلمسان، الجزائر.
18. الإمارات تنصدر مؤشر ريادة الأعمال عالمياً للعام الثاني، على الموقع التالي: (<https://www.albayan.ae>)، (2023/05/21)، (14:56).
19. الإمارات تواصل ريادتها الإقليمية في مؤشر الابتكار العالمي 2022 وتتقدم مرتبتين إضافيتين لتحتمل المركز 31 عالمياً، على الموقع التالي: (<https://www.moec.gov.ae>)، (2023/05/19)، (23:09).
20. ترتيب الدول العربية حسب مؤشر الابتكار، على الموقع التالي: (<https://www.sawtbeirut.com>)، (2023/05/18)، (11:44).

إدارة العلاقات العامة وأثرها في دعم استراتيجيات ريادة الأعمال.

Public relations management and its impact on supporting entrepreneurship Strategies

ليلي سليمان¹

¹ جامعة غرداية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز أهمية إدارة العلاقات العامة في تحقيق استراتيجيات ريادة الأعمال ، ومن أهم ما أفضت إليه نتائجها أن أنشطة العلاقات العامة تعتبر حاملا لتمرير فلسفة المؤسسة ورسالتها وتحديد هويتها خاصة في ظل التطور الذي عرفه مجال الأعمال، استجابة للمتغيرات الحاصلة تسعى جل المؤسسات إلى الاعتماد على ريادة الأعمال كمنهج لتحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء والذي يعد مطلبا استراتيجيا؛ وذلك من خلال اتباع الآليات والمناهج وطرق التسيير التي تمكنها من تخطيط جهودها وأنشطتها وبرامجها واستراتيجياتها لبلوغ الأهداف المنشودة وتحسين صورتها وسمعتها لدى عملائها وهو ما تحققه إدارة العلاقة العامة. الكلمات المفتاحية: إدارة علاقات عامة؛ ريادة الأعمال؛ تخطيط؛ صورة ذهنية.

Abstract: This research paper aims to highlight the importance of public relations management in achieving entrepreneurship strategies, and one of the most important findings of its results is that public relations activities are considered carriers of passing the institution's philosophy, mission and identification, especially in light of the development that the business field has known, in response to the changes taking place, most institutions seek to Relying on entrepreneurship as a method to achieve efficiency and effectiveness in performance, which is a strategic requirement; This is done by following the mechanisms, approaches and management methods that enable it to plan its efforts, activities, programs and strategies to achieve the desired goals and improve its image and reputation with its clients, which is achieved by the Public Relations management.

Keywords: public relations management; leading businesses; Planning; a mental image.

1. مقدمة:

تشهد بيئة الأعمال في الوقت الراهن تحديات كبيرة تأتي في مقدمتها تحقيق رضا العملاء وذلك من خلال بحث سبل تحقيق التوازن بين المصالح تحقيقاً للمنفعة المشتركة، وهذا ما دفع بالمؤسسات إلى انتهاج استراتيجيات جديدة تمكنها من رصد التوقعات والاستعداد لمواجهة الرهانات التي تحول دون تحقيق أهدافها والحفاظ على بقائها واستمرارها، وذلك وفق رؤية استراتيجية تتكامل فيها المصالح والوظائف المتعلقة بها، وهو ما أدى بالتوجه نحو ما يسمى بإدارة العلاقات العامة، والتي لم تعد مجرد وظيفة ثانوية وإنما غدت وظيفة جوهرية تضمن لها سبل التواصل والتفاعل مع جماهيرها من خلال برامج وأنشطة تعتمد في إعدادها على البحوث العلمية التي تستجيب لمتغيرات منهجية قصد الوصول إلى حقائق ومعلومات تعتمد عليها في عملية اتخاذ القرار، كما وتعتبر أيضاً زيادة الأعمال منهجاً إدارياً قائماً على المخاطرة والمغامرة واغتنام الفرص والابتداع والابتكار من أجل الحصول على مزايا تنافسية وخلق القيمة المضافة والتفرد وهو ما يتطلب تخطيطاً استراتيجياً وتحديداً دقيقاً للأهداف واستثمار المعرفة في البحث والتطوير، وفي هذا الإطار تهدف الورقة البحثية إلى الكشف عن مكانة إدارة العلاقات العامة في دعم استراتيجيات زيادة الأعمال من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس:

كيف تسهم إدارة العلاقات العامة في دعم تحقيق استراتيجيات زيادة الأعمال؟

وللإجابة على هذه الإشكالية اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاستقراء النظري لمكانة ودور العلاقات العامة في المؤسسات وتحليل أهدافها التي ترتبط وتتقاطع بالدور الريادي التي تطمح إليه هذه الأخيرة- المؤسسات-، وبما أن استراتيجيات زيادة الأعمال تتمحور حول النقاط الآتية: التفكير الاستراتيجي، السلوك الإبداعي، تحديد الأهداف، الاستراتيجية الملائمة للتسويق -، وسائل التواصل الاجتماعي..، وللإلمام بذلك؛ سنتطرق إلى المحاور التالية:

- إدارة العلاقات العامة وأثرها في التخطيط الجيد وتحديد الأهداف بدقة وشمولية؛
- الوظيفة التسويقية للعلاقات العامة واستراتيجياتها في التعامل مع العملاء؛
- استثمار وسائل العلاقات العامة في إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة؛
- إدارة العلاقات العامة وأثرها في التخطيط الجيد وتحديد الأهداف بدقة وشمولية.

2. العلاقات العامة:

1.1. تعريف العلاقات العامة:

تعرف العلاقات العامة بأنها «ذلك النشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجماهيرها سواء داخلياً أو خارجياً من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية» (بشير العلق، 2015، ص31)¹.

كما تعرفها الجمعية الدولية للعلاقات العامة على أنها «وظيفة إدارية ذات طابع مخطط ومستمر؛ تهدف من خلالها المنظمات والهيئات العامة والخاصة إلى كسب تعاطف وتأييد أولئك الذين تهتم بهم وتحافظ على ثقتهم؛ عن طريق تقييم الرأي العام المتعلق بها من أجل ربط سياساتها وأجراءاتها قدر الامكان، ومن أجل تحقيق تعاون مثمر أكثر، ومن أجل مقابلة المصالح العامة بدرجة أكثر كفاءة عن طريق تخطيط المعلومات ونشرها» (غادة البطريق، 2017، ص18)².

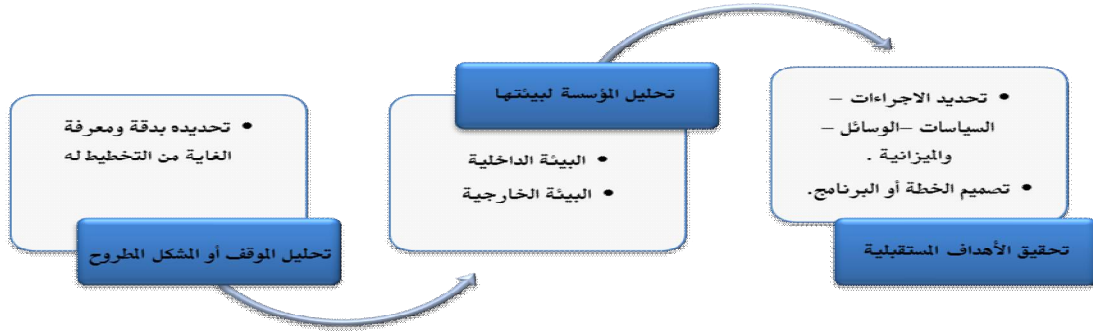
تشير التعاريف السابقة إلى أن الوظيفة التخطيطية تعد لبنة أساسية في مجال العلاقات العامة؛ لأنها تختص برسم الأهداف التي تسعى أنشطة وبرامج العلاقات العامة إلى تحقيقها، وبالتالي يعتبر التخطيط ضرورة حتمية لهذه البرامج؛ خصوصاً وأنها موجهة لجماهير المؤسسة، وعليه لا يمكن لجهاز العلاقات العامة أن يقوم بأي نشاط إلا إذا كان مدروساً ومخططاً له

بشكل جيد، وعليه تقتضي عملية التخطيط لأنشطة العلاقات العامة توفر مجموعة من العوامل أكد العديد من الباحثين على ضرورتها وأهميتها؛ وذلك لأن التخطيط الناجح يتوقف على مدى الأخذ بهذه الاعتبارات والمتطلبات الواجب توفرها عند اعداد برامج وسياسات وأهداف العلاقات العامة. كما تعترى هذه العملية مجموعة من الصعوبات التي يجب تلافيا حتى لا تشكل تأثيرا على فعاليته ونجاحه.

وفي هذا الصدد حدد جورج هاموند (أحد خبراء العلاقات العامة الأمريكيين) جملة من هذه المتطلبات نوجزها فيما يلي (محمد جاسم الموسوي، عبد اللطيف آل عبد الله، 2016، ص 78-79):³

- نظرة باحثة للخلف لتحديد العوامل المؤدية إلى الموقف المطروح للدراسة.
 - نظرة متعمقة إلى الداخل للتعرف على الحقائق والآراء التي يجب أخذها بعين الاعتبار على ضوء أهداف المؤسسة.
 - نظرة واسعة إلى الظروف المحيطة بالمؤسسة لدراسة المواقف المشابهة في المؤسسات التي تمارس نشاطا شبيها بنشاط المؤسسة؛ مع دراسة التيارات السياسية والاجتماعية والاقتصادية السائدة.
 - نظرة طويلة جدا إلى الأمام حتى يمكن تحديد أهداف المؤسسة ووضع البرامج المطلوب تنفيذها لتحقيق هذه الأهداف.
- إن ما أشار له جورج هاموند، يثبت كل ما يقال حول التخطيط الفعال بأنه لا يترك شيئا للصدف، وهذا يعزز أهميته في احراز نجاح وتقدم المؤسسات خصوصا في ظل التطور الذي عرفته بيئة الأعمال، حيث أصبحت تتسم بالتغير وعدم الثبات والاستقرار، ولكن هذا يتوقف على توفير كل المقومات اللازمة للتخطيط، والتي يمكننا اختصارها في الشكل الآتي:

الشكل رقم 01: مقومات التخطيط للعلاقات العامة



المصدر: اعداد الباحثة.

يبرز الشكل أن مقومات التخطيط ترتكز على ثلاثة عناصر وهي التحديد الدقيق للمشكلة أو الموقف المطروح ومعرفة الأسباب التي تستدعي التخطيط له، ثم الاعتماد على تحليل المؤسسة لبيئتها الداخلية والخارجية من أجل تحديد الوسائل والامكانيات الضرورية لتصميم البرنامج أو الخطة الرامية لتحقيق الأهداف المبتغاة، كما يجب أن يرتكز التخطيط على جملة من المبادئ وهي (علي فلاح الزعبي، أحمد دودين، 2015، ص: 198-199):⁴

- مبدأ الواقعية: بمعنى أن تكون الخطة منسجمة مع الواقع القائم والامكانيات المتاحة.
- مبدأ المرونة: حيث يمكن تعديل الخطة عند حدوث طارئ أثناء التنفيذ.
- مبدأ الشمولية: أي لا يقتصر التخطيط على قطاع دون آخر لأن ذلك يؤدي إلى اختلالات وتناقضات في التوازن الاقتصادي.
- مبدأ التناسق والتنسيق: يجب أن تكون أهداف الخطة متناسقة مع بعضها البعض ومتناسقة مع الأهداف والسياسات الموضوعة.
- مبدأ التكامل: أن يكون التخطيط متكاملا مع الوظائف الإدارية الأخرى كالتنظيم والتوجيه والرقابة.

- مبدأ الأولوية: إن تحديد الأهداف هو الخطوة الأولى في التخطيط وهي التي تبني عليها كل الوظائف الأخرى، وبالتالي فإن التخطيط هو أول العمليات الإدارية.

- مبدأ الكفاءة والفعالية: بمعنى أن تكون المقارنة بين العائد والكلفة ايجابية نحو وباتجاه الخطة الموضوعة. أما الفعالية بالنسبة للتخطيط فتقاس بمقدار تحقيقه للأهداف المرجوة.

- مبدأ التوقيت الزمني والبعد المكاني وتوفير التمويل اللازم: غني عن البيان أن هذه المبادئ إذا ما تم توفرها في التخطيط تحقق النجاح والفعالية للخطط والبرامج ومنه تحقيق الأهداف المنشودة، لأن التخطيط وظيفة تنطلق من تحليل الواقع الراهن لترسم وتحدد مسارات تحقيق المستقبل الأكثر كفاءة وفعالية. وذلك في ضوء ترتيب الأولويات وتوفير الامكانيات وتحقيق التكامل والتنسيق بين الجهود لإنجاز الأنشطة والمهام في الأجل الزمنية المحددة لها. أي الاستثمار الأمثل للموارد المتاحة لتحقيق الأهداف المبتغاة.

وانطلاقاً من ذلك نجد أن الأخذ بأسلوب التخطيط في العلاقات العامة يرجع إلى جملة من الاعتبارات نوجزها فيما يلي (محمود يوسف، 2012، ص: 111-112)⁵:

- إن تزويد الجماهير بالمعلومات عن المؤسسة وأهدافها لا يتيسر إلا في ظل خطط معينة.
- إن القائمين على وضع السياسة في أية مؤسسة كثيراً ما لا يضعون في الاعتبار جماهير المؤسسة عند رسم هذه السياسة أو عند إصدار القرارات الهامة، لذا يؤودنا التخطيط بتصور واضح لخصائص الجماهير وسماتها في ضوء التحديد الدقيق لهذه الجماهير.
- إن وسائل الاتصال بالجماهير قد ازدادت تشعباً وتعقيداً، وأصبحت الاستفادة منها مستحيلة ما لم يكن لدى القائمين عليها معلومات مفصلة عنها ولديهم دراية بها، وهذا يقتضي طبيعة الحال تخطيطاً للاستفادة من الوسائل في نشر المعلومات للجماهير.

ومنه نجد أن هذه الاعتبارات التي سبق ذكرها تفسر جدوى استخدام التخطيط في العلاقات العامة وذلك باعتبارها نشاطاً اتصالياً يهدف إلى التأثير في جماهير المؤسسة والحصول على تأييدهم وثقتهم؛ معتمدة في ذلك على وسائل الاتصال الجماهيرية من أجل اقناعهم بأهداف وسياسات المؤسسة والترويج لأنشطتها وخدماتها؛ وفي هذا الصدد يعتبر بعض الباحثين أن العلاقات العامة هي «الاتصال المخطط المقنع؛ المقصود به التأثير في الجمهور المهم» (علي بن فايز الجحني، 2006، ص 20)⁶. وهذا ما يقتضي التخطيط الجيد لأنشطة العلاقات العامة حتى تحقق أهدافها المبتغاة. وبشكل عام يمكن تحديد نوعين من الأهداف للمؤسسات على اختلاف أنواعها وهي (أحمد محمد الشيبان، عنان محمد أبو حمور، 2011، ص 96)⁷:

2.2. الأهداف العامة: وهي التي تبرز أنشطة المؤسسة وتوضح غرض ما تنجزه للمجتمع، كما تعد جوهر النتائج المتوقعة وبالتالي تحدد الإطار العام لمدى نشاط المؤسسة وتغطي فترات عديدة.

3.2. الأهداف الفرعية: وهي التي تؤدي دور معيار الأداء الوسيطة، وتستخدم لتحديد مدى التقدم نحو تحقيق الأهداف العامة، وعلى هذا الأساس تتجلى أهمية تحديد الأهداف والغايات لمنظمات الأعمال فيما يلي (سعد علي ربحان المحمدي، 2019، ص: 175-176)⁸:

- تصف المستقبل المرغوب للمنظمة وتعطي وضوحاً للاتجاه الاستراتيجي لها؛
- المساعدة في التوجيه والرقابة على اتخاذ القرارات في ضوء كونها أداة للاتصال والتنسيق والتحفيز؛
- تمثيلها لمعيار اتخاذ القرارات، وكذلك المفاضلة بين الاستراتيجيات البديلة؛

- تعد مرشدا لاتخاذ القرارات لكونها تمثل العامل المحدد لمختلف القرارات التي تناسب المواقف المتباينة التي تواجهها المنظمة؛
- تحقق الاتصال والتنسيق رأسيا أو أفقيا والترابط المنطقي للأهداف في المستويات الإدارية المختلفة؛
- تعد الأساس لأي نظام إداري في المنظمة وخاصة وأنها تمثل عنصرا مهما في العملية التخطيطية؛
- تلعب دورا تحفيزيا مهما للأفراد لبذل المزيد من مجهوداتهم؛
- يتم من خلالها تحديد مراكز المسائلة والمسؤولية وتحديد الأدوار وتفويض السلطة وتنسيق الأنشطة والمهام؛
- تترجم الاستنتاجات والرؤى لمختلف القضايا التي أفرزها التحليل ووضعها في إطار قياسات محددة ومفيدة؛
- تساعد قادة منظمات الأعمال في توصيل توقعات واحتياجات المنظمة إلى الفئات المهمة من أصحاب المصالح.

وعليه تسهم العلاقات العامة في تحديد الأهداف القصيرة والبعيدة المدى التي تصبو المؤسسة إلى تحقيقها، لأن الأداء الفعال والكفاء يرتبط بمدى تحديد الغايات وترجمتها إلى أهداف ممكنة التحقيق، حيث أكدت الدراسات و بشكل قاطع أن نجاح المؤسسات يكمن في كفاءة وفعالية أداؤها، إذ تم تعريف الأداء على «أنه إمكانية التنفيذ الناجح للإجراءات في المستقبل من أجل الوصول إلى الأهداف والغايات، وهو ما يتطابق مع وجهة النظر القائلة بأن الأداء مبني على نظام الإدارة والمديرين، فإدارة الأداء تسبق قياس الأداء وتعطيه معنى» (Michel J. Lebas ; 1995 ,p23-).

وإذا ما قمنا بفك شيفرات هذا التعريف نجد أن تحقيق النجاح وفعالية الأداء مرهون بالتخطيط الجيد والذي يشير له التعريف بإدارة الأداء فهو يمثل مصدر قوة استراتيجي. لأنه يعمل على تحديد أفضل المسارات لبلوغ الأهداف والغايات المنشودة. «ومن وجهة نظر الباحثين P. Kotler & B. Dubois أن المؤسسة الأكثر أداء هي التي تتمكن من إدراك محيطها الذي حولها، وتعرف كيف تتكيف معه» (مداح عرايبي، 2015، ص 13)¹⁰. وهذا ما يعزز أهمية التخطيط التي ينطوي عليها تحديد الأنشطة والمهام الرامية إلى تحقيق الأهداف وذلك بالاعتماد على التحليل الاستراتيجي الذي يستثمر حاضرها لتحقيق مستقبلها.

3. الوظيفة التسويقية للعلاقات العامة واستراتيجياتها في التعامل مع العملاء:

تعرف العلاقات العامة التسويقية بأنها: «الدور الجديد للعلاقات العامة حيث تدعم العلاقات العامة وتساند الجهود التسويقية للمنظمة، وتدعم من صورة منتجاتها وتلعب كذلك دورا مكملا لعناصر المزيج الترويجي الأخرى، وتساعد أيضا على رفع مستوى وعي الجمهور المستهدف وادراكه لمنتجات المنظمة والتعريف والترويج لمنتجاتها الجديدة مما يعمل على زيادة فعالية العلاقات العامة التسويقية» (السيد عبد الرحمن علي عبد الرحمن، 2020، ص 370)¹¹.

«هي الوظيفة التسويقية التي تضطلع بتقويم اتجاهات الجمهور، وتحديد تلك المجالات التي قد يهتم بها بخصوص سياسات المنظمة وما تقدمه من منتجات وخدمات ... وهذا قصد كسب قبوله وتأييده» (بحار سعد عباس علي ، 2019 ، ص 67)¹². فالعلاقات العامة تسعى للحصول على الدعم الايجابي لسياسات المنظمة من قبل جماهيرها بمختلف أنواعها.

وفي ذات السياق يشير أدرمال باراديز إلى أن «العلاقات العامة في أوسع معانها هي التعامل مع الناس للحصول على نجاح أو ربح ذاتي، وتتضمن أيضا الاهتمام بنشاط يؤدي إلى منفعة للجمهور وكسب ثقته وتأييده» (كمال شعبان عبد العال، ص 14)¹³. فهي تساعد على تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وحاجات الجمهور وايجاد المصالح المشتركة بينهما.

وبذلك تنبع أهمية التسويق في مفهومه الحديث من الأوضاع التي عرفتها بيئة الأعمال خاصة في ظل تدهور المبيعات وانخفاض معدلات النمو الاقتصادي نتيجة لوفرة المنتجات وارتفاع حدة المنافسة وهو ما ساهم في تغيير أذواق المستهلكين، لذا كان لا بد من اتباع استراتيجيات تسويقية تضمن للمؤسسة الحفاظ على مكانتها وحصصها التسويقية. وهذا ما ساهم في تطور الفكر التسويقي الذي أضفى ضرورة ملحّة يولمها أصحاب المؤسسات وعملائهم على حد سواء أهمية قصوى وهذا لما يحققه من

أهداف، ومن ضمن الأهداف التي يحققها التسويق للمؤسسات على اختلاف أنواعها نذكر ما يلي (أحمد يوسف دودين، 2011، ص20)¹⁴:

- يساعد التسويق من خلال حملات الترويج والإعلام على زيادة حجم مبيعات المنشأة وحصتها السوقية وتعظيم أرباحها؛
- يعمل النشاط التسويقي كجهاز رادار لرصد حاجيات ورغبات وأذواق المستهلكين وكذلك يساعد المنظمة على التكيف في ظل الظروف البيئية المتغيرة؛
- إن مخرجات النشاط التسويقي تعتبر كمدخلات للمنشآت الصناعية حيث أن البحوث التسويقية والدراسات السوقية هي التي تحدد حجم الطلبات الحالية والمستقبلية وهي التي تحدد حاجيات ورغبات المستهلكين؛
- يساعد نشاط التسويق في المنظمة على التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع المحلي عن طريق توفير السلع والخدمات المطلوبة لإشباع حاجات المستهلكين وبأسعار تقع ضمن قدرتهم الشرائية؛
- إن النشاط التسويقي في المنظمة هدفه هو زيادة ومضاعفة حجم الاستهلاك لدى المستهلكين لإشباع حاجاتهم وكذلك يهدف إلى زيادة أرباح المنظمة.

تشير الأهداف التي يحققها التسويق إلى أنه يعد لبنة أساسية في العمل الإداري؛ لأنه يختص ببحث واكتشاف رغبات وحاجيات المستهلكين ومتطلبات السوق ودراسة المنافسة بشكل مدروس بدقة من أجل اتخاذ القرارات المرتبطة بالمنتج والسعر والتوزيع والترويج والتي من شأنها تحقيق الأهداف التي تسعى المؤسسة للوصول إليها وكذا تلبية متطلبات عملائها، خاصة في ظل التحولات والمستجدات التي شهدتها بيئة الأعمال وانتقال المؤسسات من بيئة مغلقة نحو بيئة تفاعلية، مما فرض عليها تحديات ورهانات جديدة، اقتضت ضرورة إيجاد الاستراتيجيات الكفيلة للتكيف معها وعدم تجاهلها حفاظا على مكانتها وحرصا على توسيع حصتها في السوق. وكل هذا يندرج ضمن جملة الوظائف التي يؤديها التسويق، ومنه تنوع استراتيجيات العلاقات العامة بتنوع الظروف والمواقف التي تواجهها المؤسسة، وبما أن العلاقات العامة نشاط متعدد الأبعاد ومتعدد الجماهير، فهي تحتاج إلى اختيار الاستراتيجية الملائمة لتمرير رسالتها وضمان تحقيقها للفعالية المبتغاة.

فالاستراتيجية هي «نمط لأهم الأهداف والغايات والسياسات والخطوط الحيوية لتحقيق تلك الأهداف» (محمود جاسم محمد الصميدعي، 2010، ص19)¹⁵. وعليه يجب على مخططي البرامج والأنشطة تحديد الأهداف وفقا للموقف أو المشكل المطروح حتى تتمكن من اتخاذ القرار الرشيد والتركيز على المهمات المطلوب القيام بها، وفيما يلي نعرض أهم الاستراتيجيات الخاصة المستخدمة في مجال العلاقات العامة¹⁶.

— استراتيجية ملتقى الطرق: «والمقصود بها قيام خبراء العلاقات العامة بانتهاز فرص حلول الموسم والمناسبات التي يلتقي فيها أكبر عدد ممكن من الناس لعرض نشاطهم؛ كما أنهم يختارون لهذا النشاط أماكن معينة كوسط المصنع أو النادي أو قاعة سينما حيث يتجمع أكبر عدد ممكن من الأفراد بغية أن يؤدي هذا النشاط إلى نجاح إعلامي سريع وعلى نطاق واسع»، تعتمد هذه الاستراتيجية على اغتنام الفرص التي تعود الجمهور حضورها لتطلق المؤسسة حملة أو تقوم بنشاط آخر على الهامش لأنها تعلم أن مثل هذه المناسبات تحظى باهتمام الجماهير، مثلا: احتفال بمناسبة الذكرى السنوية لتأسيس المؤسسة يحضره الجمهور الداخلي والخارجي والهيئات التي لها علاقة بالمؤسسة، وأثناء هذا الاحتفال تطلق حملة تبرعها لمنظمة أو جمعية ما مرضى السرطان مثلا أو غيرها... أو تقوم بالإعلان على حصول بعض عمالها على ترقية بهذه المناسبة تكريما لمجهوداتهم التي بذلوها في خدمة المؤسسة وتطويرها وسعيها منها لتحفيز وتشجيع عمالها.

— استراتيجية التريث أو عدم التورط: «تتبع بعض المؤسسات استراتيجية التريث وعدم التورط في العمل أو الرد خشية أن يكون المصدر (مثلا صحيفة) يستهدف توريث المؤسسة بحيث يدفعها إلى معركة لا يستفيد منها أحد غيره ومن ثم فإن على المؤسسة أن يكون حذرة بأقوالها، وأفعالها حتى لا يساء فهمها»، أحيانا ليس كل فعل يحتاج لرد فعل، وإنما لمعالجة بعض المواضيع أو الأزمات التي تمر بها المؤسسة تتطلب نوع من التأني في اتخاذ القرار وذلك بدراسة كافة الاحتمالات الممكنة لأي رد فعل تقوم به، هل سيكون في صالحها أم سيزيد من تأزيم الوضع، وهذه الاستراتيجية تعتمد بشكل أكبر في مواجهة المواضيع التي تعرف المؤسسة أن لا علاقة لها بها أو قد تستهدفها، مثلا: خبر في وسائل الإعلام حول انفجار في مؤسسة سبب خسائر مادية وبشرية لم يعرف سببه ولكن رجحته الجهة الإعلامية أنه نتيجة إهمال المسؤولين وعدم توفيرهم الشروط لبيئة عمل آمنة، هنا المؤسسة لا تقوم بالرد وإنما تنتظر انتهاء التحقيقات للكشف عن ملبساته.

— استراتيجية التوقيت: «تعتمد هذه الاستراتيجية على اختيار التوقيت المناسب لتوجيه الرسائل الإعلامية للحصول على أكبر قدر من التأثير ولتلبية احتياجات الجمهور في الوقت المناسب، وهي تعني دراسة كافة الظروف المحيطة بالوقت والأطراف المختلفة المؤثرة فيه والمتأثرة به ثم اختيار التوقيت المناسب لنشاط العلاقات العامة»، تتضح الغاية من هذه الاستراتيجية في تعيينها للتوقيت المناسب والملائم للقيام بأنشطتها وبرامجها وترتكز في ذلك على دراسة الجمهور ومدى استعداداته لتقبل الرسائل التي تريد إقناعه بها، وكذلك تتطلب دراسة معمقة بحيث تكون متأكدة من ردة فعل الجمهور، وحتى لا تتفادى حدوث عكس ذلك، غالبا ما تعتمد هذه الاستراتيجية لدى مشاركتها في المناسبات والأحداث العامة، مثلا: احتفال بمناسبة لحدث تاريخي كالاتقلال وتعلن المؤسسة فيها عن إطلاقها لمشروع جديد تشارك به في تنمية المجتمع وتركز بالخصوص على أهدافها لدعم مبادئ التنمية المستدامة وتتعد بتحمل مسؤوليتها البيئية والاجتماعية، وهذا حتى تكتسب شرائح واسعة من الجماهير.

— استراتيجية الاختفاء: «وهي التي تقضي أن تكون إدارة العلاقات العامة في المنظمة بمثابة الجندي المجهول المسؤول عن رعاية وحماية مصالح الجمهور وتفسير سياسة المنظمة لها، وكسب ثقتها وتأييدها وأن أهم مرتكز لهذه الاستراتيجية هو عدم ظهور ممارسي العلاقات العامة على مسرح الأحداث»، إن تبني هذه الاستراتيجية غالبا ما يكون في المواضيع التي تحاول المؤسسة القيام بها ولكن ليس بشكل مباشر، وإنما تقوم بالتعاون مع أطراف أخرى هي التي تروج لرسالتها وأهدافها، مثلا: قيام المؤسسة بتقديم مساعدات عقب كارثة طبيعية أصابت منطقة ما، هنا المكلف بالعلاقات العامة لا يصرح شخصيا بذلك وإنما من قدمت لهم المساعدات سيذكرون ويثنون على هذا الدعم عبر وسائل الاعلام وأماكن التجمعات البشرية، وهو ما سيزيد من تحسين صورة وسمعة المؤسسة لدى المجتمع، والغرض من عدم تصريح المؤسسة بذلك هو أن أغلب الجماهير قد يفهمون تصريحها بالأعمال الخيرية بنفسها استعطافا لمشاعرهم وسعيا لكسب تأييدهم، وكثيرا من المؤسسات تعرضت للانتقاد بسبب ذلك خصوصا في الظروف التي تحتاج تلاحم وتظافر جهود كل الفاعلين في المجتمع.

— استراتيجية التركيز: «ويمكن استخدامها إذا كان الهدف المطلوب تحقيقه عاجلا، والجماهير المستهدفة منتشرة في أماكن متباعدة بحيث يصعب أن تتعرض للرسالة الموجهة من خلال وسيلة واحدة، وعندئذ يكون من الملائم استخدام جميع الوسائل الإعلامية المتاحة للتأكد من تعرض الجماهير للرسالة وتفهم محتواها»، حيث تسعى المؤسسة من خلال تطبيق هذه الاستراتيجية الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الجماهير وذلك بالاعتماد على كل الوسائل الاتصالية المتاحة لها في وقت واحد وبشكل مكثف وغالبا ما تستخدم لتحقيق الأهداف القصيرة المدى والمستعجلة، وتتطلب ضرورة توفر الموارد المالية والبشرية اللازمة لأنها تحتاج لميزانية كبيرة، مثلا: التعريف بمنتوج جديد تطرحه المؤسسة للسوق، تعرض المؤسسة لدعاية أو اشاعة تضر بسمعتها.

– استراتيجية المشاركة: «تتبع بعض المؤسسات استراتيجيات المشاركة حيث تجميع الأفراد على تقديم اقتراحاتهم وتسمح للعاملين باختيار ممثلهم في مجلس الإدارة، وتتيح لهم فرصة التعبير عن آرائهم في صحيفة المؤسسة ومطبوعاتها وبهذا يشعر العاملون بانتمائهم الحقيقي إلى المؤسسة ودورهم الفعال في نجاحها»، تعتمد هذه الاستراتيجية على إتاحة فرصة المشاركة في اتخاذ القرار لكل الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة؛ من خلال عرض اقتراحاتهم وآرائهم، مما يعمل على خلق جو من التآلف والتعاون وشحن الهمم لدعم وتوحيد جهودهم في سبيل تحقيق الأهداف المبتغاة. غالباً ما تعتمد المؤسسة لرفع الروح المعنوية لعمالها وتعزيز انتمائهم والتأثير فيهم لكسب دعمهم وتأييدهم وتحليلهم بروح المسؤولية في تأدية مهامهم، مثلاً: تريد المؤسسة تبني نظام جديد كنظام إدارة الصحة والسلامة المهنية ISO 45001؛ وهو معيار يحتاج في تطبيقه ضرورة احترام العمال والموظفين لقواعد الصحة والسلامة المهنية، فهو يفرض عليهم تطبيق سلوكيات جديدة، فإذا لم يقتنع بها البعض قد تسبب مقاومتهم وعدم التزامهم اشكالات لا تمكن المؤسسة من تحقيق الأهداف المبتغاة المرتبطة بهذا النظام.

– استراتيجية الارتباط أو الاقتران: «تعتمد هذه الاستراتيجية على استخدام شخصيات مرموقة مشهورة في البرنامج الإعلامي الذي تقوم به المنظمة، أو المشاركة مع هيئات مرموقة ذات سمعة متميزة في برامج وأنشطة مشتركة تؤدي إلى زيادة فهم الرأي العام للأنشطة التي تقوم بها المنظمة»، يشير جوهر هذه الاستراتيجية إلى الاعتماد على الشخصيات المؤثرة في المجتمع (رياضيين - شخصية سياسية محبوبة لدى الجماهير - فنانيين - بعض المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي...) - لترويج أنشطتها وسياساتها؛ وهي أحد استراتيجيات التأثير في الرأي العام واستقطاب الجماهير، فمشاركة الشخصية في هذه التظاهرة تعد حدثاً مؤثراً يتفاعل معه معجبها، مثلاً: حفل إطلاق المؤسسة لمنتج جديد بحضور شخصيات مرموقة في المجتمع يساهم في الترويج له بشكل أكبر، لأن جمهور هذه الشخصيات يتابع هذه التظاهرة من خلالهم ومنه يتعرف على هذا المنتج، وكثيراً ما يتم الاعتماد على بعض الشخصيات المشهورة في الإعلان أو الإشهار الخاص بالمنتجات.

– استراتيجية المفاجأة: «تستخدم هذه الاستراتيجية أو لتحويل الأنظار عن بعض المشكلات القائمة ومن تم توجيه الاهتمام إلى الموقف الجديد». كثيراً ما تستخدم في المواقف والظروف السياسية من أجل جذب انتباه الجماهير، غير أن البعض ينتقدها لأنها تهدف إلى تحويل اهتمامات الجماهير من القضايا التي ينشغلون بها، إلى قضايا أخرى تشغلهم عنها، استناداً على ما سبق يمكن القول أن الإعلام والعلاقات العامة يمثلان نشاط اتصالي يهدف إلى التأثير في آراء الجماهير قصد تكوين رأي عام سليم يهدف إلى تحقيق الغايات المنشودة من خلال عملية الاقناع عن طريق تقديم المعلومات المفصلة والمشروحة حول القضايا التي تمس مصالحهم، وعليه يعد التسويق أهم أدوات النشاط الاتصالي للعلاقات العامة.

4. استثمار وسائل العلاقات العامة في إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة:

تؤدي العلاقات العامة دوراً بالغ الأهمية في بناء وتكوين الصورة الذهنية للمؤسسة، حيث أصبحت هذه الأخيرة هدفاً تنشده أغلب المنظمات، نظراً لأهميتها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الحقيقية نحوها وخلق السلوك الإيجابي للأفراد تجاهها، حيث يعبر مفهوم الصورة الذهنية عن التصورات التي يحملها أفراد المجتمع عن العالم من حولهم بمكوناته المختلفة، وتعد الصورة نتاجاً طبيعياً لخبرات الأفراد المباشرة وغير المباشرة التي يتلقونها عبر تفاعلاتهم الاتصالية المختلفة. ولا شك أن سهولة التغيير أو صعوبته يعتمد على رسوخ الصورة الذهنية لدى الجمهور أو عدم رسوخها، وفي هذا السياق يرى روبنسون وبارلو أن المفهوم البسيط لصورة المنشأة يعني «الصورة العقلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق

أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، ولكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم» (علي العجوة، 2003، ص05-06)¹⁷.

كما يعرفها علي عجوة بأنها: "النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام معين أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة، أو مؤسسة أو منظمة محلية. أو دولية، أو مهنية معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان. وتتكون هذه الانطباعات في ضوء التجارب المباشرة وغير مباشرة. وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها" (باقر موسى، 2014، ص56)¹⁸.

وبالتالي يمكن القول أن الصورة الذهنية هي: معرفة + ادراك، فهي تتشكل وتتكون من خلال المعارف والمعلومات التي يتلقاها الأفراد والمتعلقة بالمؤسسة وسياساتها وبرامجها، وخدماتها ومشاركتها في الحياة العامة، كما تلعب المسؤولية الاجتماعية والبيئية حاليا دورا هاما في تكوين الانطباعات حول هذه المؤسسات باعتبارها تمثل جزء لا يتجزأ من المجتمع، وهو ما يحتم عليها ضرورة تبني رؤية وفلسفة ثقافية واجتماعية تحترم عاداته وتقاليده وتساهم في تنميته وتطويره، تتعدد وتنوع أشكال وأنواع الصور الذهنية التي يحملها الأفراد حول المؤسسات وقد حدد جيفكينز بعضا منها فيما يلي (علي العجوة، ص09).¹⁹:

- الصورة المرأة: وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها.
 - الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرين المؤسسة.
 - الصورة المرغوبة: وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير.
 - الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير ولذلك يمكن أن تسمى الصورة المتوقعة.
 - الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الأفراد (الجمهور) لممثلين مختلفين للمنشأة ويعطي كل منهم انطبعا مختلفا عنها، ومن الطبيعي ألا يستمر هذا التعدد طويلا، فإذا إن تحول إلى صورة إيجابية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلمها العناصر الإيجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.
- ولمعرفة وتحديد الصور الذهنية الخاصة بالمؤسسة يقوم جهاز العلاقات العامة بمجموعة من البحوث الخاصة لتحديدها، حيث يشير عدد من الباحثين في مجال العلاقات العامة إلى أهمية بحوث الصورة الذهنية في ضوء ما يأتي (باقر موسى، ص77).²⁰:

- تظهر البحوث مستويات إدراك الجماهير التي يتعامل معها المصدر (الحكومة - الدولة - المنظمة - الهيئة - الفرد) واهتماماتهم واتجاهاتهم والصورة الذهنية ومعرفة الدوافع المؤيدة والمعارضة؛
- تزود البحوث القائم بعملية الاتصال والمخطط للعملية الاتصالية بالأدلة والمؤشرات التي يتم في ضوءها اتخاذ القرارات المناسبة ووضع الحلول لموقف ما؛
- تضفي البحوث صفة الموضوعية والعلمية على طبيعة العمل والنشاط الممارس أي بمعنى الابتعاد عن الاجتهادات الشخصية أو الممارسات العفوية؛
- تساعد البحوث القيادة الإدارية على إدراك وفهم المتغيرات البيئية المحيطة بها؛
- تعمل البحوث على تقويم الأثر الفعلي للبرامج والخطط المنفذة؛

• تعمل البحوث على تحليل المصدر ودراسته وتقويمه من الداخل (أساليب الإدارة، التنظيم، اتخاذ القرارات، العاملون الأنشطة..):

• تسهم البحوث في تحديد نوع الجمهور الذي يتعامل أو يتعرض لنشاط العلاقات العامة، ومن ثم تحديد نوع الصورة الذهنية لديه.

وعليه يمكن القول أن برامج وأنشطة العلاقات العامة تتعامل غالباً مع ثلاثة أنماط من الصور وهي الصورة المقدمة أو المعطاة وهي التي تكونها المؤسسة حول نفسها من خلال ما تنشره وتبثه لجماهيرها عبر وسائل وأساليب الاتصال، وصورة محصلة أو واقعية أو فعلية وهي الصورة التي يحملها جمهور المؤسسة حولها ويمكن معرفتها من خلال بحوث الصورة الذهنية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة لتحديد الصورة الحالية من أجل التخطيط لبرامجها إما بتعزيز هذه الصورة أو تحسينها، وهو ما يمثل لنا ما يعرف بالصورة المرغوبة وهي التي يسعى جهاز العلاقات العامة إلى ترسيخها وتكوينها في أذهان جماهير المؤسسة. وذلك بالتركيز على اسم المؤسسات وتاريخها وانجازاتها والترويج لشعارها ورؤيتها وهي من أهم عوامل تشكيل الصورة الذهنية، حيث تتمثل العوامل المؤثرة في تشكيل وتكوين الصورة الذهنية للمؤسسة فيما يلي²¹:

– الرؤية **Vision**: هي «حلم المنظمة في الشكل والمضمون الذي تريد أن تكون عليه في المستقبل».

– الرسالة **Mission**: عرفت الرسالة بأنها «السبب في وجود المنظمة والغرض منها، فهي تجيب على التساؤلات الآتية: ما هو مجال نشاط المنظمة؟ وما هي الأعمال التي ستؤديها مستقبلاً؟».

– قيم المؤسسة **Values**: القيم التنظيمية هي «الاعتقاد الذي تبني عليه الأعمال في المنظمة وتعمل على تحديد الاختيار بين الصالح والسيء، وبين المهم وغير المهم، وهي تعمل على توجيه السلوك في المنظمة».

– الهدف العام للمؤسسة: «هو يمثل الهدف الجوهرى ويشير إلى السبب الأساسي من وجود المنظمة وهو ليس كما يعتقد البعض جمع المال، إذ أن الهدف يتمثل فيما تقدمه الشركات للناس لا ما تحصل عليه من مكاسب». يشير الهدف العام إلى ما تقدمه المؤسسة للمجتمع من سلع وخدمات، أي النتيجة الرئيسية والنهائية لجميع مهامها وأنشطتها، هذا الهدف العام تندرج تحته مجموعة من الأهداف الاستراتيجية أو الرئيسية التي يساهم إنجازها في تحقيقه وهي تنبثق من الرؤية والرسالة والقيم.

– الهدف المحدد: إن تحقيق الهدف العام يقتضي تجزئته إلى مجموعة من الأهداف الاستراتيجية هذه الأخيرة تنقسم إلى أهداف فرعية.

– تحديد مجالات العمل الرئيسية: ويقصد بها المحاور الكبرى التي تمثل الأهداف الاستراتيجية. مثلاً: تحقيق جودة المنتجات- كسب رضى أصحاب المصالح ذوي العلاقة بها- تطوير كفاءات موظفيها – اعتماد أحدث التقنيات في الانتاج- احترام المعايير البيئية.

– تحديد التأثيرات الداخلية والخارجية: تعتمد المؤسسة لتحليل بيئتها على عدة أساليب ولكن من أكثر الطرق اعتماداً في تحليل البيئة هو التحليل الرباعي SWOT فهو يسمح لها بمعرفة نقاط القوة ونقاط الضعف من خلال تحليل البيئة الداخلية، ورصد الفرص المتاحة والتهديدات والمخاطر التي ستواجهها في بيئتها الخارجية، وهو ما يوفر لها كل المعلومات التي تحتاجها للتخطيط لسياساتها وبرامجها وأنشطتها، وبما أن العلاقات العامة تمثل وظيفة إدارية في المؤسسة فهي لا شك أنها ستوجه كل جهودها وأنشطتها لتحقيق الأهداف الاستراتيجية الخاصة بالمؤسسة، وعليه تنبثق الخطة الاستراتيجية

للعلاقات العامة من رسالة ورؤية وقيم المؤسسة وأهدافها الاستراتيجية. ولمعرفة وتحديد الصور الذهنية الخاصة بالمؤسسة يقوم جهاز العلاقات العامة بمجموعة من البحوث الخاصة لتحديدها.

5. خاتمة:

إن المؤسسات أو الهيئات أو المنظمات لا يمكنها ممارسة أي نشاط إلا بعد تحديدها للأهداف الاستراتيجية التي تسعى لتحقيقها، وذلك ضمن استراتيجية تعكس هويتها وقيمها ورؤيتها ورسالتها وتكون بذلك إطاراً عاماً محدداً لها. ومن هنا استقت الإدارة الاستراتيجية أهميتها خصوصاً في ظل الرهانات التي تفرضها البيئة الخارجية على المؤسسات؛ والتي تقتضي منها مواجهتها والتكيف معها حتى تضمن بقاءها واستمرارها.

ومن بين المفاهيم الإدارية الحديثة التي تتبنى التفكير الاستراتيجي هي زيادة الأعمال التي تهدف في جوهرها إلى تحقيق التنافسية والتميز وخلق القيمة المضافة من خلال التركيز على الابتكار والإبداع، ومن بين الوظائف الإدارية التي تمكنها من تحقيق ذلك هي الوظائف المتعلقة بجهاز العلاقات العامة، فهي تعمل على إيجاد نسيج اتصالي محكم يربط المؤسسة بعملائها ويسهم في تحقيق نجاحها، غير أن هذه العملية تحد من فعاليتها جملة من العوامل الداخلية والخارجية المرتبطة ببيئة المؤسسة.

واستناداً لما سبق نوجز فيما يأتي النتائج التي تم التوصل إليها والتي تجيب على الإشكالية المطروحة التي ترتبط بتحديد العلاقة بين الأثر الذي تحدثه أنشطة العلاقات العامة وتحقيق استراتيجيات زيادة الأعمال:

- إن أهمية التخطيط الاستراتيجي لأنشطة العلاقات العامة يمنح الإدارة العليا تصوراً شاملاً حول كيفية وضع أنشطة وبرامج وخطط تسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية الشاملة للمؤسسة. ومنه فالتخطيط الاستراتيجي للعلاقات العامة يكون مكماً للتخطيط الاستراتيجي لزيادة الأعمال، لذلك من الضروري أن يكون مستلهما من رسالة المؤسسة ورؤيتها وإطارها القيمي وثقافتها التنظيمية وفلسفتها وتوجهاتها.
- تقتضي عملية التخطيط لأنشطة العلاقات العامة توفر مجموعة من العوامل، حيث أكد العديد من الباحثين على ضرورتها وأهميتها؛ وذلك لأن التخطيط الناجح يتوقف على مدى الأخذ بهذه الاعتبارات والمتطلبات الواجب توفرها عند إعداد برامج وسياسات وأهداف العلاقات العامة. كما تعترى هذه العملية مجموعة من الصعوبات التي يجب تلافها حتى لا تشكل تأثيراً على فعالية ونجاح زيادة الأعمال.
- أهداف العلاقات العامة تحدد في ضوء المعرفة بالأهداف الشاملة للمؤسسة وتطلعات واتجاهات الجماهير التي لها علاقة بها، وذلك من أجل إيجاد المصلحة المشتركة بينهما وهو ما يمثل جوهر ما تصبو إليه زيادة الأعمال.
- إن نجاح مخططات ومشاريع زيادة الأعمال يعتمد على مدى اختيار الاستراتيجيات الملائمة لرسم الخطط والبرامج، غير أن اختيار نوع الاستراتيجية الملائمة يتوقف على تحديد طبيعة الموقف وتحليله تحليلًا شاملاً؛ لذا تقتضي عملية اختيار الاستراتيجية أن يكون جهاز العلاقات العامة على دراية تامة بكل الحثيات والظروف المحيطة بالموقف. وهو ما يعكس التنوع في الاستراتيجيات المعتمدة في أنشطة العلاقات العامة.

ومن أهم التوصيات التي تؤكد عليها الدراسة هي ضرورة الاهتمام بإدارة العلاقات العامة لدورها الحيوي في بناء علاقات إيجابية بين المؤسسة وبيئتها غير أن القيام بذلك تعتره جملة من الصعوبات، تتمحور حول مكانة وظيفة العلاقات العامة في المؤسسة، فغالباً لا تولي الإدارة العليا أهمية لأنشطة العلاقات العامة وتتعامل معها باعتبارها وظيفة ثانوية وهامشية ومكلفة لأن نتائجها لا تظهر بسرعة، بالإضافة إلى عدم وجود الكفاءات المتخصصة في العلاقات العامة فأحياناً تسند مهامها لإدارة التسويق، وهذه العقبان نجدها خصوصاً في بعض المؤسسات العربية التي ما زالت تتبنى طرق التسيير الكلاسيكية.

- 1 - بشير العلق (2015)، العلاقات العامة الدولية ، ط01، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 2 - غادة البطريق(2017)، العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات، دار أطلس للنشر والتوزيع، مصر.
- 3 - محمد جاسم الموسوي، عبد اللطيف آل عبد الله (2016)، إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 4 - علي فلاح الزعبي، أحمد دودين(2015)، الأسس والأصول العلمية في إدارة الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 5 - محمود يوسف(2012)، مقدمة في العلاقات العامة، ط02، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- 6 - علي بن فايز الجحني(2006)، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، ط01، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- 7 - أحمد محمد الشيباب، عنان محمد أبو حمور(2011)، مفاهيم إدارية معاصرة، ط01، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 8 - سعد علي ريجان المحمدي(2019)، الإدارة الاستراتيجية وإدارات معاصرة(المجلد الأول)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن..
- 9 - Michel J. Lebas,(1995) Performance measurement and performance management, [International Journal of Production Economics, Volume 41, Issues 1–3](#), October .
- 10 - مداح عرايبي(2015) ، إدارة الأعمال الاستراتيجية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 11 - السيد عبد الرحمن علي عبد الرحمن(2020)، " دور العلاقات العامة في اطار منظومة الاتصالات التسويقية المتكاملة "، مجلة العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع 27، مصر.
- 12 - بحار سعد عباس علي (2019)، تأثير المزيج الترويجي على الخدمات الصحية، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، مصر.
- 13 - كمال شعبان عبد العال(1420 هـ)، نجوم العلاقات وفنون التأثير ، دار الطرفين، الطائف، المملكة العربية السعودية .
- 14 - أحمد يوسف دودين(2011)، إدارة التسويق المعاصر، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن.
- 15 - محمود جاسم محمد الصميدعي(2010)، استراتيجيات التسويق (مدخل كمي تحليل)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 16 - ليلى سليمانى (2022)، دروس في مادة الاتجاهات الحديثة في العلاقات العامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة غرداية.
- 17 - علي العجوة(2003) ، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
- 18 - باقر موسى (2014) ، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط01..
- 19 - علي العجوة، مرجع سبق ذكره.
- 20 - باقر موسى، مرجع سبق ذكره.
- 21 - ليلى سليمانى(2021)، التخطيط في العلاقات العامة، مطبوعة بيداغوجية مقدمة لطلبة السنة أولى ماستر علوم الإعلام والاتصال تخصص الاتصال والعلاقات العامة، جامعة غرداية.

الإطار الفكري والنظري لريادة الأعمال للمنظمات ومتطلباتها

Ways to maintain scientific integrity in scientific research

محمد البشير مركان¹، فوزي الحاج أحمد²، محمد محفوظ ماجن³

¹ جامعة تيسمسيلت (الجزائر)

² جامعة الوادي (الجزائر)

³ جامعة المدية (الجزائر)

ملخص: تنبع أهمية دراستنا باعتبار ريادة الأعمال من أهم المواضيع خاصة في وقتنا الحالي وضمن الرهانات الحالية للمنظمات التي تعاني من العديد من المشاكل، ومن هنا يأتي دور ريادة الأعمال في حل مشاكل المنظمات، حيث تطرقنا في بحثنا هذا، لمفهوم ريادة الأعمال وأهميتها، وأهم خصائص ريادة الأعمال وأهم المشاريع الريادية، وكذا لمتطلبات ريادة الأعمال، كما تناوبنا أهم التحديات التي تواجه ريادة الأعمال والمأمول منها، حيث توصلنا إلى وجوب الاهتمام بريادة الأعمال في المنظمات من خلال الاهتمام بتطبيق متطلبات ريادة الأعمال. الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، متطلبات ريادة الأعمال، خصائص وأهمية ريادة الأعمال.

Abstract: The importance of our study stems from the fact that entrepreneurship is one of the most important topics, especially at the present time and within the current bets of organizations that suffer from many problems, hence the role of entrepreneurship in solving the problems of organizations, as we touched in this research on the concept of entrepreneurship and its importance, and characteristics of entrepreneurship And entrepreneurial projects, as well as the requirements of entrepreneurship, and we also rotated challenges facing entrepreneurship and what is hoped for, as we concluded that it is necessary to pay attention to entrepreneurship in organizations by paying attention to applying the requirements of entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, requirements of entrepreneurship, characteristics and importance of entrepreneurship

تعد ريادة الأعمال مهمة للاقتصاد، حيث تسهم في خلق فرص العمل وتعزيز الابتكار والتنمية الاقتصادية. كما أنها تعتبر وسيلة للتحدي والتغيير والتأثير الإيجابي في المجتمع. ومن المهم أن توفر الحكومات والمؤسسات التعليمية والمنظمات الداعمة بيئة مناسبة لريادة الأعمال، بما في ذلك الدعم المالي والتدريب والاستشارة، وذلك لتشجيع المبادرة الفردية ودعم نمو الاقتصاد المحلي والعالمي، كما تعتبر ريادة الأعمال في المنظمات أساسية لتحقيق النمو والتنمية المستدامة، حيث تساهم في تطوير خطط العمل وإطلاق المشاريع الجديدة، وتحديث المنتجات والخدمات وتحسين العمليات الداخلية، حيث تسهم في خلق فرص العمل وتعزيز الابتكار والتنمية الاقتصادية. كما أنها تعتبر وسيلة للتحدي والتغيير والتأثير الإيجابي في المجتمع. ومن المهم أن توفر الحكومات والمؤسسات التعليمية والمنظمات الداعمة بيئة مناسبة لريادة الأعمال، بما في ذلك الدعم المالي والتدريب والاستشارة، وذلك لتشجيع المبادرة الفردية ودعم نمو الاقتصاد المحلي والعالمي.

ريادة الأعمال هي عملية إطلاق مشروع جديد أو بدء شركة جديدة بمبادرة شخصية. يشمل هذا النشاط إنشاء فكرة جديدة، وتحديد الفرص المتاحة، والبحث عن المصادر المالية والبشرية والتقنية للبدء في تنفيذ الفكرة وتطويرها. وتتضمن ريادة الأعمال أيضاً تحديد وتحليل الخطر والمخاطر التي تترتب على إطلاق المشروع الجديد، وتطوير استراتيجية للنمو والتوسع في الأعمال، كما تشير إلى القدرة على تحفيز وتعزيز روح المبادرة والابتكار داخل المنظمة، وتحفيز العاملين على تطوير أفكار جديدة وإطلاق مشاريع جديدة داخل المنظمة.

تتطلب ريادة الأعمال مجموعة من المهارات والخبرات، بما في ذلك القدرة على التفكير الابتكاري والإبداعي، وتحليل السوق والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، وإدارة الموارد البشرية والمالية بفعالية، وتطوير علاقات جيدة مع العملاء والشركاء التجاريين. على ضوء ما سبق ستكون دراستنا وفق الاشكالية التالية: ماهي متطلبات الوصول لريادة الأعمال لدى المنظمات؟ من خلال هذه الإشكالية يمكن استخراج الاسئلة الفرعية التالية:

- ما مفهوم ريادة الأعمال؟ وما أهميتها؟

- ماهي متطلبات ريادة الأعمال؟ وما المأمول منها؟

تكمن أهمية البحث باعتبار ريادة الأعمال من أهم المواضيع خاصة في وقتنا الحالي وضمن الرهانات الحالية للمنظمات التي تعاني من العديد من المشاكل، ومن هنا يأتي دور ريادة الأعمال في حل مشاكل المنظمات، حيث يتميز رواد الأعمال بالقدرة على التفكير الإبداعي والتكيف مع التغييرات والتحديات، وهذا يمكن المنظمات من تحقيق النجاح والاستمرارية، ومن بين الأدوار الرئيسية التي يمكن أن تقوم بها ريادة الأعمال في حل مشاكل المنظمات التفكير الإبداعي وإدارة المخاطر وغيرها، اعتمدنا في بحثنا على المنهج الوصفي من خلال التعرف على مفهوم ريادة الأعمال وأهميته، ومن ثم خصائص ريادة الأعمال وأنواع المشاريع الريادية، لنصل لمتطلبات ريادة الأعمال، ونختتم بحثنا بتحديات ريادة الأعمال والمأمول منها.

2. مفهوم وأهمية ريادة الأعمال:

تعددت المفاهيم المتعلقة بريادة الأعمال فهذا المصطلح يستخدم على نطاق واسع.

1.2. تعريف ريادة الأعمال:

ريادة الأعمال (Entrepreneurship) هي مفهوم يشير إلى القدرة على إطلاق وإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، وتطوير الأفكار الجديدة والإبداعية، والتي يتم التخطيط لها وتنفيذها من قبل المبادرين (Entrepreneurs) لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية.

تعرف ريادة الأعمال بأنها عملية إنشاء وتطوير المنظمات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، والتي تتطلب القدرة على التفكير الابتكاري والمرونة والتكيف مع التغييرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية، وتحديد الفرص الجديدة وتحليلها، والتخطيط والتنفيذ والتحكم في العمليات الإدارية والتشغيلية المتعلقة بالمشروع، تنتهج ريادة الأعمال مجموعة من المهارات والسلوكيات والمفاهيم التي تساعد على نجاح المشاريع الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، وتشمل ذلك الابتكار والإبداع والتفكير النقدي والتعلم المستمر والقدرة على التكيف والتغيير والتعامل مع المخاطر والفرص.

يعد مفهوم ريادة الأعمال من أهم المفاهيم التي يدرسها علم الإدارة والاقتصاد والتسويق والتنمية، حيث يساعد في فهم العمليات الريادية وتطوير المهارات والأدوات اللازمة لتحقيق النجاح في هذا المجال، تعريف ريادة الأعمال يختلف بين الباحثين والمفكرين والمؤرخين والممارسين، ولكن بشكل عام يمكن تلخيص تعريف ريادة الأعمال من خلال عدة تعاريف من الباحثين، ومن بينها:

- تعريف جوزيف شومبيتر: "ريادة الأعمال هي عملية إطلاق وإدارة مشاريع جديدة للحصول على الربح أو النفع، ويتم ذلك عن طريق الابتكار والإبداع وتحليل الفرص والتكيف مع التغييرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية" (الشميمري والمبيريك، 2019، صفحة 43).

- تعريف ويليام بايروت: "ريادة الأعمال هي العملية التي يستخدم فيها الأفراد والمؤسسات والشركات الابتكار والإبداع والتفكير النقدي لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والتي تتطلب القدرة على تحليل الفرص والتخطيط والتنفيذ والتحكم في العمليات الإدارية والتشغيلية" (زقار، بيرش، وبهاس، ديسمبر 2019، صفحة 107).

- تعريف بيتر دروكر: "ريادة الأعمال هي عملية الابتكار والإدارة التي تتم في إطار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، والتي تستخدم فيها الأفراد الإبداع والتكيف مع التغييرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية، ويتم ذلك عن طريق تحليل الفرص والتخطيط والتنفيذ والتحكم في العمليات الإدارية والتشغيلية" (Drucker, 1970, p. 33).

- تعريف ستيفن سبينيلي: "ريادة الأعمال هي العملية التي يستخدم فيها المبادرين والمشاركين الإبداع والتفكير النقدي والتكيف مع التغييرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية، وتتضمن هذه العملية

- روبرت هيرش: "ريادة الأعمال هي القدرة على الابتكار والإبداع والتفكير الإيجابي والتكيف مع التغييرات والمخاطر والفرص لتحقيق النجاح في الأعمال." (رشدي، 2013، صفحة 19)

من خلال التعاريف السابقة تعرف ريادة الأعمال بأنها عملية إنشاء وتطوير المنظمات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، والتي تتطلب القدرة على التفكير الابتكاري والمرونة والتكيف مع التغييرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية، وتحديد الفرص الجديدة وتحليلها، والتخطيط والتنفيذ والتحكم في العمليات الإدارية والتشغيلية المتعلقة بالمشروع.

تنتهج ريادة الأعمال مجموعة من المهارات والسلوكيات والمفاهيم التي تساعد على نجاح المشاريع الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، وتشمل ذلك الابتكار والإبداع والتفكير النقدي والتعلم المستمر والقدرة على التكيف والتغيير والتعامل مع المخاطر والفرص، يعد مفهوم ريادة الأعمال من أهم المفاهيم التي يدرسها علم الإدارة والاقتصاد والتسويق والتنمية، حيث يساعد في فهم العمليات الريادية وتطوير المهارات والأدوات اللازمة لتحقيق النجاح في هذا المجال، وبشكل عام، يمكن القول إن ريادة الأعمال هي القدرة على التفكير الابتكاري وتحويل الفرص إلى مشاريع ناجحة، وتحتاج إلى مجموعة من المهارات والمعارف والموارد لتحقيق النجاح في هذا المجال.

- تعد ريادة الأعمال مهمة جدا للعديد من الأسباب، من أهمها (يحيياوي، بن علي، و كافي، ديسمبر 2019، الصفحات 27-28)، (حسين عبد العزيز، 1996، صفحة 19):
- تعزيز الاقتصاد: تساهم ريادة الأعمال في تعزيز الاقتصاد عن طريق إنشاء وتطوير الشركات الناشئة وزيادة فرص العمل، كما أنها تساعد في تطوير قطاعات مختلفة وتحسين المنافسة، تساهم ريادة الأعمال بشكل كبير في تعزيز الاقتصاد عن طريق إنشاء وتطوير الشركات الناشئة وزيادة فرص العمل، وتحسين المنافسة في الأسواق. وبالتالي، فإن ريادة الأعمال تعد أحد أهم المحركات لتحسين النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات. كما أنها تساهم في تحسين مستوى المعيشة وتوفير فرص عمل جديدة للأفراد، مما يساعد على تحسين الحالة الاقتصادية للأفراد والمجتمعات بشكل عام.
 - الابتكار: تعمل ريادة الأعمال على تحفيز الابتكار والإبداع، حيث يسعى رواد الأعمال إلى إيجاد حلول جديدة ومبتكرة للمشكلات والتحديات التي تواجههم، مما يساعد على تحسين الحياة اليومية وتطوير المجتمع، تعمل ريادة الأعمال على تحفيز الابتكار والإبداع بشكل كبير. فعندما يبدأ شخص مشروعاً جديداً، فإنه يحتاج إلى الابتكار والإبداع في التفكير لتطوير فكرته وتحويلها إلى منتج أو خدمة جديدة وفعالة. ومن خلال هذا الابتكار والإبداع، يمكن لرائد الأعمال أن يخلق منتجات أو خدمات تلبي حاجات الأسواق بشكل أفضل، وتحسن من نوعية الحياة للناس، وعلاوة على ذلك، فإن ريادة الأعمال تتطلب الابتكار والإبداع بشكل دائم للحفاظ على نجاح المشروع والتميز في الأسواق المتغيرة باستمرار. ومن خلال هذه الحاجة للابتكار والإبداع، يمكن لريادة الأعمال أن تساعد في تحسين الصناعات الحالية وتحفيز ظهور صناعات جديدة تعمل على تحسين الاقتصاد والمجتمع بشكل عام.
 - الاستقلالية الاقتصادية: تتيح ريادة الأعمال للأفراد تحقيق الاستقلالية الاقتصادية من خلال إنشاء مشروعهم الخاص والعمل به بشكل مستقل، وهذا يتيح لهم فرصة التحكم في مصيرهم المهني وتحقيق أهدافهم، تتيح ريادة الأعمال للأفراد تحقيق الاستقلالية الاقتصادية بشكل كبير. عندما يبدأ شخص مشروعاً خاصاً، فإنه يصبح مسؤولاً عن مصيره المهني والاقتصادي، ويتحمل المسؤولية عن صناعة قرارات الأعمال. وبالتالي، يمكن لرائد الأعمال أن يصبح مستقلاً اقتصادياً وأن يخلق دخلاً ثابتاً لنفسه ولعائلته. كما أنه يمكن للرائد أن يتحكم في جدول أعماله ويقرر كيفية إنفاق وقته وتحديد أولوياته الشخصية، علاوة على ذلك، فإن ريادة الأعمال تتيح للأفراد فرصة العمل على ما يحبون وما يمتلكون من مهارات واهتمامات شخصية. وبذلك، يمكن للرائد أن يحقق الاستقلالية الاقتصادية والمهنية في نفس الوقت، بالإضافة إلى تحسين مستوى المعيشة لنفسه ولأسرته. وبالتالي، فإن ريادة الأعمال تعتبر وسيلة مهمة للأفراد لتحقيق الاستقلالية الاقتصادية وتحسين جودة حياتهم.
 - توظيف المواهب: تعمل ريادة الأعمال على توظيف المواهب والمهارات المختلفة، حيث يمكن للأفراد الموهوبين تطوير فكرتهم الخاصة وتحويلها إلى مشروع ناجح، مما يساهم في تحسين الاقتصاد وزيادة فرص العمل، تعمل ريادة الأعمال على توظيف المواهب والمهارات المختلفة، وتشجع الأفراد على استخدام مهاراتهم وإمكانياتهم الكامنة لتحقيق النجاح. فعندما يبدأ شخص مشروعاً خاصاً، فإنه يحتاج إلى فريق يساعد على تحقيق أهدافه وتحقيق رؤيته، ويكون لديه احتياجات مختلفة في المجالات المختلفة مثل التصميم والتسويق والتمويل والتقنية وغيرها. ولذلك، فإن ريادة الأعمال تعزز الابتكار والإبداع وتشجع على تشكيل فريق متنوع من الأفراد الذين يتمتعون بمهارات مختلفة وتخصصات مختلفة، ويتعاونون لإنشاء شركة ناجحة. كما أنها توفر فرصاً للأفراد لتحويل مهاراتهم ومعرفتهم إلى مشاريع وأفكار مبتكرة، وبالتالي تحقيق النجاح وتحقيق الأهداف المهنية والشخصية للأفراد. وهذا يساعد على خلق فرص العمل للأفراد وتحسين اقتصاديات الدولة.

- تطوير المهارات: يعمل رواد الأعمال على تطوير مهاراتهم المهنية والشخصية، وهذا يساعد في تحسين قدراتهم وزيادة فرص النجاح في الحياة المهنية والشخصية. ، يعمل رواد الأعمال على تطوير مهاراتهم المهنية والشخصية لأن العمل في مجال ريادة الأعمال يتطلب الكثير من المهارات والصفات المتنوعة التي ترتبط بالإدارة والتخطيط والتنظيم والتفكير الإبداعي والتكنولوجيا وغيرها، ومن أجل ذلك، يحتاج رواد الأعمال إلى تطوير مهاراتهم وزيادة معرفتهم في مجال ريادة الأعمال، وهذا يتطلب التعلم والتدريب المستمر، والعمل على تحسين صفاتهم الشخصية مثل الثقة بالنفس والعزيمة والتحمل والصبر وغيرها، وعندما يعمل الرواد على تطوير مهاراتهم المهنية والشخصية، فإنهم يصبحون أكثر قدرة على إدارة أعمالهم بكفاءة والتعامل مع التحديات التي يواجهونها، ويكونون أكثر قدرة على تحقيق النجاح في مشاريعهم. وهذا يساعدهم في بناء عمل ناجح وزيادة فرص النمو والتوسع في المستقبل.

- تحقيق الريادة: تعد ريادة الأعمال الطريقة الأمثل لتحقيق الريادة في مجال معين، حيث يمكن للأفراد الذين يمتلكون فكرة جديدة، يمكن القول أن ريادة الأعمال تعد وسيلة فعالة لتحقيق الريادة في العديد من المجالات، خاصة في الصناعات الناشئة والمجالات التقنية، حيث يمكن لرواد الأعمال تقديم حلول جديدة ومبتكرة لتلبية احتياجات السوق والعملاء، وتساعد ريادة الأعمال في تحقيق الريادة من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة ومختلفة عن المنتجات التقليدية، وتحسين عمليات الإنتاج والتسويق والتوزيع. وتساعد أيضا على تطوير الاقتصاد وزيادة فرص العمل والنمو الاقتصادي.

3. خصائص ريادة الأعمال وأنواع المشاريع الريادية:

سنحاول في هذا الفرع التطرق إلى خصائص ريادة الأعمال وكذا لاهم أنواع المشاريع الريادية كما يلي

1.3. خصائص ريادة الأعمال:

- تشمل بعض الخصائص الرئيسية لريادة الأعمال (لفقيه، 2015، صفحة 121) (عمر علي، 2010، صفحة 74) (الجودي، نحو تطوير المقاولة من خلال التعليم المقاولاتي دراسة على عينة من ط، 2015، صفحة 26):
- الإبداع والابتكار: يتميز رواد الأعمال بالقدرة على الابتكار والتفكير خارج الصندوق، وتقديم حلول جديدة ومبتكرة لتلبية الحاجات السوقية والعملاء؛
- القدرة على تحمل المخاطر: يجب على رواد الأعمال تحمل المخاطر المالية والوقتية والاجتماعية، خاصة في بداية تأسيس المشروع ، وهذا يعتبر جزءا أساسيا من الريادة؛
- الرغبة في التعلم والتطوير: يجب على رواد الأعمال أن يكونوا مستمرين في تطوير أنفسهم ومهاراتهم المهنية والشخصية، والاستمرار في تعلم الجديد ومواكبة التغييرات في السوق والتكنولوجيا؛
- الصمود والإصرار: يتطلب النجاح في ريادة الأعمال الصمود والإصرار، والعمل بجد واجتهاد لتجاوز العقبات والتحديات التي يواجهها المشروع؛
- القدرة على التعاون والعمل الجماعي: يجب على رواد الأعمال أن يكونوا قادرين على التعاون والعمل الجماعي مع فريق العمل والشركاء التجاريين والعملاء، وتحقيق التوازن بين القيادة الفعالة والتفوق في العمل الجماعي؛
- الرؤية والتخطيط: يجب على رواد الأعمال أن يكونوا قادرين على وضع رؤية وخطة واضحة للمشروع، وتحديد الأهداف والاستراتيجيات المناسبة لتحقيقها.

تصنف الأعمال الريادية في ثلاثة أنواع (الجودي، دروس ومحاضرات في المفاوضات، السنة الجامعية

2021/2020، صفحة 46): (رشدي، 2013، الصفحات 22-23) (بن منصور وسعيد، ديسمبر 2019، الصفحات 184-185)

- الأعمال الابتكارية البحتة: من خلال الإتيان بفكرة جديدة غير مسبقة في ميدان الأعمال، تعرف الأعمال الابتكارية البحتة على أنها المشاريع التي تهدف إلى تطوير منتج أو خدمة جديدة بشكل كلي، وغالبا ما تتمحور حول التكنولوجيا والعلوم الهندسية. ويعتبر المثال الأبرز على هذا النوع من المشاريع شركة "أبل" التي تأسست على يد ستيف جوبز وشريكه ستيف وزنيك في عام 1976، والتي ابتكروا جهاز الحاسوب الشخصي وسلسلة من الأجهزة الإلكترونية الرائدة في السوق. وعادة ما تتطلب هذه المشاريع مستوى عال من الإبداع والمعرفة التقنية والمالية لتمويل عمليات البحث والتطوير والتسويق اللازمة لإطلاق المنتج أو الخدمة الجديدة إلى السوق.

- الأعمال الابتكارية المطورة: كتطبيق فكرة حالية في أعمال ومجالات أخرى أو إضافة قيمة جديدة كفكرة موجودة مسبقا الأعمال الابتكارية المطورة هي تلك الأعمال التي تأخذ فكرة ابتكارية بحتة وتطورها وتعمل على تحويلها إلى منتج أو خدمة تجارية قابلة للتسويق. وبشكل عام، تتضمن الأعمال الابتكارية المطورة عملية البحث والتطوير لتحويل الفكرة إلى منتج أو خدمة قابلة للتسويق وتحقيق الربح. وتتطلب هذه الأعمال توظيف خبرات متعددة مثل التسويق والتمويل والإدارة لتحويل الفكرة إلى مشروع ريادي ناجح. ومن أمثلة هذه الأعمال الابتكارية المطورة مثل شركات التكنولوجيا الناشئة التي تعمل على تطوير تقنيات جديدة وابتكارات في مجالات مثل البرمجيات والهندسة الكهربائية والإلكترونيات والطب.

- دخول أسواق ومجالات جديدة: أي إدخال منتج جديد أو خدمة معروفة في منطقة جديدة لأول مرة، تعرف هذه العملية بـ "توسيع السوق" (Market Expansion) وتهدف إلى تقديم منتج جديد أو خدمة معروفة في منطقة جديدة لأول مرة، ويمكن أن تكون هذه المنطقة جغرافية أو سوق عملاء محددة. يتطلب توسيع السوق فهما جيدا لاحتياجات ورغبات السوق الجديدة وتكييف المنتج أو الخدمة لتلبية تلك الاحتياجات والرغبات. كما يتطلب أيضا القدرة على التنافس بفعالية مع المنافسين الموجودين بالفعل في تلك السوق الجديدة.

4. متطلبات ريادة الأعمال:

تتضمن متطلبات ريادة الأعمال ما يلي (زقار، بيرش، و بهاس، ديسمبر 2019، الصفحات 110-112) (الخفاجي و القبيج،

2016، صفحة 29):

1.4. الفكرة الرائدة:

يجب أن تكون لديك فكرة مبتكرة وجديدة قادرة على تلبية حاجة محددة في السوق. تعتبر الفكرة الرائدة أحد المتطلبات الأساسية لريادة الأعمال، حيث يجب أن تكون الفكرة جديدة ومبتكرة وقادرة على تلبية حاجة محددة في السوق. فالفكرة الرائدة هي النقطة الأولى لبدء أي مشروع تجاري، وتحدد نوعية المنتج أو الخدمة التي يتم تقديمها، وتعزز فرص نجاح المشروع، ومن المهم أن تكون الفكرة الرائدة مدروسة جيدا ومبنية على دراسة دقيقة للسوق والمنافسين والعملاء المحتملين والاحتياجات الحالية والمستقبلية، حيث يجب أن تكون قادرة على حل مشكلة أو تلبية احتياج أو تحسين أداء في مجال معين. وتكون الفكرة الرائدة قادرة على جذب العملاء والمستثمرين، وتعزز فرص نجاح المشروع وزيادة الربحية في المستقبل.

2.4. الدراسة الجيدة للسوق:

يجب أن تقوم بدراسة جيدة للسوق والتعرف على المنافسين والعملاء المحتملين والاحتياجات الحالية والمستقبلية. تعد دراسة السوق أحد المتطلبات الأساسية لريادة الأعمال، حيث تساعد على فهم السوق والمنافسين والعملاء المحتملين والاحتياجات الحالية والمستقبلية، وبالتالي تحديد الفرص والتحديات التي يواجهها المشروع. ويمكن تلخيص متطلبات دراسة السوق في النقاط التالية:

- تحديد فرص السوق: يجب دراسة السوق بشكل جيد لتحديد الفرص المتاحة، وتقييم قدرة المشروع على تلبية احتياجات السوق وتحقيق الربحية؛
- دراسة المنافسة: يجب دراسة المنافسين في السوق وتقييم ما يقدمونه من منتجات أو خدمات وما هي نقاط الضعف والقوة في عروضهم التجارية، ومن ثم تحديد الفرص التي يمكن استغلالها لتحسين مستوى المشروع؛
- تحديد العملاء المحتملين: يجب تحديد العملاء المحتملين وفهم احتياجاتهم ومتطلباتهم وتوقعاتهم من المنتجات أو الخدمات المقدمة، ومن ثم تصميم العرض التجاري بما يلي هذه الاحتياجات؛
- دراسة الاتجاهات السوقية: يجب متابعة الاتجاهات السوقية وتحليل المعلومات والبيانات الاقتصادية المتاحة لفهم توجهات السوق والاحتياجات المتغيرة، ومن ثم اتخاذ القرارات المناسبة لمواكبة هذه التغيرات؛
- تحديد الأهداف الاستراتيجية: يجب وضع أهداف واضحة ومحددة للمشروع وتحديد الخطوات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف، ومن ثم وضع خطة عمل فعالة تساعد على تحقيق الأهداف بأقصر وقت ممكن؛

3.4. الخبرة والمعرفة:

يجب أن تكون لديك خبرة في المجال الذي تريد العمل به، أو على الأقل معرفة جيدة بالمجال. من متطلبات ريادة الأعمال الخبرة والمعرفة بالمجال الذي يعمل فيه المرء. فعندما يقوم شخص بإطلاق مشروع ريادي، فإنه يحتاج إلى القدرة على فهم الصناعة التي يعمل فيها وتحديد الفرص المتاحة والتحديات التي يمكن أن يواجهها، بالإضافة إلى معرفة العملاء المحتملين وتحديد احتياجاتهم. كما يجب أيضا أن يكون لدى رواد الأعمال مهارات الإدارة والتخطيط والتنظيم والتواصل، حيث يتعين عليهم توظيف هذه المهارات لإدارة مشروعاتهم بفعالية وتحقيق نجاحها.

4.4. التمويل:

يجب أن تكون لديك القدرة على توفير التمويل اللازم لبدء المشروع وتشغيله حتى يصل إلى نقطة الربحية. يعتبر التمويل من أهم متطلبات ريادة الأعمال، حيث يتعين على رواد الأعمال توفير الأموال اللازمة لإطلاق وتنمية مشروعاتهم. ولكن قد لا يتوفر الكثير من الأموال في بداية المشروع، لذا قد يحتاج الرواد الأعمال إلى اللجوء إلى مصادر تمويل مختلفة، مثل المستثمرين الملائمين أو القروض التجارية أو الدعم الحكومي. ويجب على رواد الأعمال التفكير في تحديد مصادر التمويل التي تتوافق مع احتياجاتهم ومتطلبات مشروعاتهم، وضمان أن يكون التمويل كافيا لتغطية تكاليف الإنشاء وتشغيل المشروع وتحقيق أرباح مستدامة.

5.4. الشراكات الجيدة:

يجب أن تكون لديك القدرة على إنشاء شراكات جيدة مع الموردين والمستثمرين والشركاء التجاريين. تعتبر الشراكات الجيدة من أهم متطلبات ريادة الأعمال، حيث يمكن أن تساعد الشراكات الرواد الأعمال على الوصول إلى موارد جديدة وتوسيع شبكة علاقاتهم وتحقيق نجاحات أكبر. وتكون الشراكات الجيدة عادة تلك التي تتوافق مع رؤية المشروع وتوفر ما يحتاجه من

موارد وخبرات، ومن الجدير بالذكر أن الشركات لا تكون دائماً بين الشركات فقط، بل يمكن أن تكون بين الرواد الأعمال أنفسهم، أو مع مستثمرين أو شركاء تجاريين آخرين. ويعد إقامة شركات جيدة من العوامل المهمة في نجاح مشروع الريادة، ويجب على الرواد الأعمال التفكير بعناية في اختيار شركائهم المحتملين والتعاقدات المتعلقة بها.

6.4. الإدارة الجيدة:

يجب أن تكون لديك القدرة على إدارة المشروع بشكل جيد وفعال، وتوظيف العمالة المناسبة وتحفيزها. تعتبر الإدارة الجيدة من أهم متطلبات ريادة الأعمال، حيث يجب على الرواد الأعمال التعلم والتطوير في هذا المجال. فالإدارة الجيدة تساعد في تنظيم وإدارة الأعمال بشكل فعال، وتحقيق الأهداف المرجوة بأقل تكلفة وجهد ممكن، كما تساعد في توفير الزمن وزيادة الإنتاجية. ويجب على الرواد الأعمال التعلم عن الإدارة بشكل مستمر واستخدام الأدوات والتقنيات المناسبة لتحسين عمليات الإدارة في مشروعهم. ومن الجدير بالذكر أن الإدارة الجيدة تشمل مجموعة من الأدوات والتقنيات، مثل التخطيط الاستراتيجي، وإدارة الموارد البشرية، والمالية والمحاسبة، والتسويق، وإدارة العمليات. وتعد الإدارة الجيدة من العوامل الرئيسية التي تحدد نجاح مشروع الريادة، ويجب على الرواد الأعمال العمل بجد لتحسين إدارة مشروعهم وتعلم أفضل الممارسات في هذا المجال.

7.4. الإصرار التحمل:

يجب أن تكون لديك الإصرار والتحمل للتغلب على التحديات والصعوبات التي ستواجهها في بداية المشروع. يعد الإصرار والتحمل من المتطلبات الأساسية لريادة الأعمال، حيث يواجه رواد الأعمال عادة العديد من التحديات والصعوبات خلال رحلتهم التجارية، ويحتاجون إلى الصمود والاستمرارية لتجاوز هذه الصعوبات وتحقيق النجاح. بالإضافة إلى ذلك، يتطلب تحقيق النجاح في ريادة الأعمال التحلي بالقدرة على تحمل المخاطر والتعلم من الأخطاء وال فشل، والتأقلم مع التغييرات والتحديات المتعددة التي يواجهونها في مجالاتهم المختلفة.

8.4. الابتكار والإبداع:

يجب أن تكون لديك القدرة على الابتكار والإبداع لتطوير المشروع وتحسين أدائه. يعد الابتكار والإبداع من المتطلبات الأساسية لريادة الأعمال، حيث يحتاج رواد الأعمال إلى تطوير فكرة جديدة ومبتكرة لتلبية حاجة محددة في السوق أو إيجاد فرصة جديدة للنمو والتوسع. ولتحقيق ذلك، يحتاج رواد الأعمال إلى الابتكار والإبداع في كل مرحلة من مراحل رحلتهم التجارية، بدءاً من تطوير فكرة العمل وصولاً إلى تصميم المنتجات وتسويقها وتوسيع نطاق العمل؛ علاوة على ذلك، يحتاج رواد الأعمال إلى التفكير الإبداعي والمبتكر في حل المشكلات والتحديات التي يواجهونها في رحلتهم التجارية، وتطوير طرق جديدة ومبتكرة لتحسين أدائهم وتحقيق النجاح. وبالتالي، يعتبر الابتكار والإبداع أساسيات لريادة الأعمال وتحقيق النجاح فيها.

5. تحديات ريادة الأعمال والمأمول منها:

1.5. تحديات ريادة الأعمال:

تواجه ريادة الأعمال العديد من التحديات، ومن بين هذه التحديات (بن منصور و سعدي، ديسمبر 2019، صفحة 192)، (أبو مد الله و العجلة، 2012، صفحة 62):

- القدرة على الاستمرارية: يواجه رواد الأعمال تحدي الاستمرارية في إدارة الأعمال وتوفير التمويل اللازم للتوسع والنمو؛
- المنافسة: يواجه رواد الأعمال منافسة شديدة في سوق الأعمال، ويجب عليهم البحث عن طرق لتمييز منتجاتهم وخدماتهم؛
- قيود الوصول إلى التمويل: يواجه رواد الأعمال صعوبة في الحصول على التمويل اللازم لتأسيس الأعمال وتوسيع نطاقها؛
- قيود التشريعات واللوائح: قد تفرض التشريعات واللوائح الحكومية قيوداً على تأسيس الأعمال أو التوسع فيها؛

- نقص الموارد البشرية: يواجه رواد الأعمال صعوبة في العثور على الموارد البشرية المناسبة والكفؤة لإدارة الأعمال؛

- النجاح غير المضمون: تعتبر قيادة الأعمال مخاطرة كبيرة، حيث لا يمكن ضمان النجاح وقد يفشل المشروع في أي لحظة.

2.5. المأمول من قيادة الاعمال:

المأمول من قيادة الأعمال هو تحقيق النجاح والازدهار في عملية إنشاء وتطوير الأعمال، وتحقيق رؤية وأهداف رائد

الأعمال. ومن الأهداف الرئيسية لقيادة الأعمال (الشريف و هوام، 2012، صفحة 15):

- خلق فرص العمل: يمكن للأعمال الصغيرة والمتوسطة أن تسهم في خلق فرص العمل للشباب والمجتمع المحلي.

- التنمية الاقتصادية: يمكن للأعمال الصغيرة والمتوسطة أن تسهم في التنمية الاقتصادية للبلدان من خلال دعم النمو والتطور.

- الابتكار والإبداع: يمكن لقيادة الأعمال أن تشجع الابتكار والإبداع في الأعمال والصناعات المختلفة.

- الاستقلالية المالية: يمكن لقيادة الأعمال أن توفر الاستقلالية المالية لرائد الأعمال وتقليل الاعتماد على العمل الراتب.

- النمو الشخصي: يمكن لقيادة الأعمال أن تساعد رائد الأعمال على تحقيق نموه الشخصي والمهني من خلال تعلم مهارات جديدة وتجربة تحديات جديدة.

5. خاتمة:

يعتبر مفهوم قيادة الأعمال مصطلحا هاما يشير إلى العملية التي تتضمن تطوير الأفكار والابتكارات والتوجه نحو إنشاء

مشاريع جديدة، والتي يمكن أن تؤدي إلى خلق فرص عمل وتحسين الاقتصاد المحلي والعالمي. ومن خلال دراسة قيادة الأعمال

وتعزيزها، يمكن للأفراد والمنظمات تعزيز مهاراتهم الإبداعية والتفكير الاستراتيجي والتخطيط والتنفيذ والتحكم، مما يؤدي إلى

تحقيق النجاح والنمو المستدام. وبما أن قيادة الأعمال تشكل جزءا هاما من الاقتصاد العالمي، فإن الاهتمام بهذا المجال يعد أمرا حيويا لتحقيق التنمية والتطور المستدام في جميع أنحاء العالم.

تتطلب قيادة الأعمال الكثير من المتطلبات والمهارات التي يجب أن يكتسبها الفرد أو المنظمة المهتمة بتطوير مشروع جديد،

حيث يمكن طرح التوصيات التالية لتمكين المنظمات من تحقيق قيادة الأعمال، ومن بينها الإبداع والتخطيط الاستراتيجي

والقدرة على التكيف والتغيير والاستمرارية والتحمل، كما تتطلب الإدارة الجيدة للموارد والميزانية وكذا التسويق والترويج للمنتج

أو الفكرة والقدرة على بناء شبكات علاقات، وبالإضافة إلى ذلك، يجب أن يتمتع رائد الأعمال بشخصية ريادية قادرة على التعامل

مع المخاطر والتحديات، والاستفادة من الفرص المتاحة وتحويلها إلى نجاح مستدام. كما يجب أن يتعلم رائد الأعمال من الأخطاء

التي يرتكبها، ويجب عليه أن يكون ملما بالقوانين واللوائح المتعلقة بنشاطه التجاري، وأن يستمر في تطوير مهاراته ومعرفته

وخبراته، وبهذه الطريقة، يمكن للرائد الأعمال أن يحقق النجاح ويساهم في تحسين الوضع الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع.

فالدول السائرة في طريق النمو مثل الجزائر إلا ولا بد عليها غرس روح قيادة الأعمال لاسيما لدى خريجي الجامعة والمعاهد

وفي كل المجالات والتخصصات، وهذا من شأنه خلق مؤسسات ناشئة ورائدة تساهم في دعم الاقتصاد الوطني في ظل التوجه

نحو التنوع الاقتصادي وعدم الاعتماد على الاقتصاد الريعي فقط.

1. p. Drucker. (1970). Entrepreneurship in Business Enterprise. Journal of Business Policy.
2. أحمد الشميمري، و وفاء بنت ناصر المبيريك. (2019). ريادة الأعمال. مكتبة العبيكان.
3. اسماعيل عمر علي. (2010). خصائص الريادي في المنظمات الصناعية وأثرها على الإبداع التقني دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأثاث المنزلي/نينوى. مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية..
4. حسن حسين عبد العزيز. (1996). اقتصاديات الموارد، الكتاب الثالث: الموارد المعدنية والبشرية واقتصاديات الصناعة والطاقة. القاهرة، مصر: زهراء الشرق.
5. حمزة لفقيه. (2015). دور التكوين في دعم الروح المقاوتية لدى الأفراد. مجلة الاقتصاد الجديد.
6. ریحان الشریف، و لمياء هوام. (2012). دور حاضنات الأعمال التقنية في دعم الإبداع وتنمية القدرات التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة-التجربة الجزائرية بين الواقع والمأمول. ملتقى وطني حول استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
7. سمير أبو مد الله، و مازن العجلة. (2012). ريادة الأعمال في فلسطين: الخصائص والتحديات. مؤتمر الشباب والتنمية في فلسطين، مشكلات وحلول. كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين.
8. عبد الحفيظ يحيياوي، احسان بن علي، وعبد الكريم كاي (ديسمبر 2019) دور الإبداع الإداري في تعزيز ريادة الأعمال بالمنظمات. الجلفة الجزائر: جامعة زيان عاشور.
9. عثمان فريد رشدي. (2013). الريادة والعمل التطوعي. الأردن: دار الراجحة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.
10. ليلي زقار، أحمد ببيرش، و العباس بهاس. (ديسمبر 2019). الإطار الفكري والنظري لريادة الأعمال، روح المبادرة والتنمية المحلية المستدامة. الجلفة، الجزائر: جامعة زيان عاشور.
11. ليليا بن منصور، و وفاء سعدي. (ديسمبر 2019). حاضنات الأعمال ودورها في النهوض بريادة الأعمال، تجربة الولايات المتحدة الأمريكية نموذجاً. الجلفة، الجزائر: جامعة زيان عاشور.
12. محمد علي الجودي (2015) نحو تطوير المقاوتية من خلال التعليم المقاوتية دراسة على عينة من ط. أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
13. محمد علي الجودي. (السنة الجامعية 2020/2021). دروس ومحاضرات في المقاوتية. الجلفة، الجزائر: جامعة زيان عاشور.
14. نعمة عباس الخفاجي، و سمير زهدي القبيج. (2016). ريادة الأعمال الداخلية، منظور القدرات الاستراتيجية. الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.

دور زيادة الأعمال في تحسين أداء المنظمات للمساهمة في التنمية الاقتصادية

The role of entrepreneurship in improving the performance of organizations to contribute to economic development

زين يونس¹، صوم مصطفى²، عبود محمد³

¹ جامعة الوادي، الجزائر.

² جامعة تيسمسيلت، الجزائر.

³ جامعة المدية، الجزائر.

ملخص: يهدف هذا البحث الى ابراز دور زيادة الأعمال في التنمية الاقتصادية. حيث تعتبر زيادة الأعمال من الامور الهامة في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية، من خلال تجديد النسيج الاقتصادي للدول والمجتمعات، وإعادة التوازن للأسواق وتحسين أداء المنظمات وكذا الرفع من مستويات الإنتاج وتشجيع الابتكار والإبداع القائم على إنشاء المشاريع الجديدة المبنية على الافكار المبدعة والمبتكرة والفريدة، والمتسمة بالمخاطرة، وذلك بوضعها قيد التنفيذ من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين لإنجاح المشاريع، بحيث تساهم النتائج المتحققة من استغلال الفرص الريادية في التنمية الاقتصادية الاجتماعية بطريقة مميزة والقضاء على البطالة وامتصاصها، وتوفير فرص العمل، كما تساهم زيادة الأعمال في التأقلم تبعاً لاحتياجات السوق المتغيرة، والمساهمة في تلبية بعض من احتياجات المشروعات الكبيرة سواء بالمواد الأولية أو الاحتياجات الأساسية.

الكلمات المفتاحية: زيادة الاعمال، تحسين الاداء، التنمية الاقتصادية.

Abstract: This research aims to highlight the role of entrepreneurship in economic development, Where entrepreneurship is considered one of the important things in the economies of developed and developing countries, By renewing the economic fabric of countries and societies, Rebalancing markets and improve the performance of organizations and raising production levels, Encouraging innovation and creativity based on establishing new projects based on creative, innovative and unique ideas, and risk-taking, By putting them into practice by devoting the time and effort necessary for the success of the projects, So that the results achieved from exploiting entrepreneurial opportunities contribute to social economic development in a distinctive way, eradicating and absorbing unemployment, and providing job opportunities, Entrepreneurship also contributes to adapting according to the changing needs of the market, Contribute to meeting some of the needs of large projects, whether with raw materials or basic needs.

Keywords: entrepreneurship, performance improvement, economic development.

تقوم الريادة بدور مهم في الاقتصاديات العالمية كونها تعتبر في الوقت الحالي من أبرز محركات عجلة التنمية الاقتصادية وذلك بإنشاء منظمات رائدة تساهم في التطور المحلي من خلال توفير فرص العمل وزيادة العوائد المالية والاقتصادية، حيث أن زيادة الأعمال هي العملية التي تساعد على خلق أنشطة اقتصادية جديدة من خلال العمليات التي تقوم بها من بحث وتطوير وانتاج وتوزيع للمنتجات أو الخدمات

1.1. الإشكالية: على أساس ما تقدم نطرح الإشكالية التالية :

كيف تساهم زيادة الأعمال في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تحسين أداء المنظمات؟

ولتبسيط الإشكالية نطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بزيادة الأعمال؟ وفيما تتمثل أهميتها؟ وما هي أهم الخصائص الواجب توفرها في الرواد؟
- ما المقصود بالتنمية الاقتصادية؟ وكيف يمكن أن تساهم زيادة الأعمال في تحقيق التنمية الاقتصادية؟

2.1. الفرضيات:

- تعبر زيادة الأعمال عن انشاء مشاريع جديدة تكون مبتكرة مع تحمل المخاطرة فيها؛
- التنمية الاقتصادية جهود منظمة تستخدم اساليب انتاجية جديدة للتنسيق بين الامكانيات المتاحة من أجل تحقيق أعلى مستوى من الرفاهية الاجتماعية وتقوية المكانة الاقتصادية للدول.

3.1. أهداف البحث: تتمثل أهداف البحث فيما يلي:

- التعرف على ماهية زيادة الأعمال وابرز اهم الخصائص الواجب توفرها في الرواد؛
- التطرق الى ماهية التنمية الاقتصادية ومدى مساهمة زيادة الأعمال في تحقيقها.

4.1. أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث فيما يلي: التعرف على زيادة الأعمال ومعرفة مدى قيمتها ومساهمتها في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، وذلك نتيجة للاهتمام الكبير الذي تحظى به زيادة الأعمال.

2. زيادة الأعمال:

تعتبر زيادة الأعمال أحد أهم دعائم الإبداع والابتكار، وترتبط بشكل كبير بالقدرة على الاستجابة للفرص المتاحة، حيث تظهر روح الريادة من خلال فتح أسواق جديدة، وخلق منتجات مبتكرة، وابتكار أساليب إنتاجية جديدة تساهم في نجاح المؤسسات، والذي ينعكس بدوره على تحقيق التنمية الاقتصادية.

1.2. مفهومها:

تعددت التعاريف واختلفت الا انها تصب في واد واحد، ونورد منها بعض التعاريف كالتالي:

ويعرفها Carpenter & Sanders على أنها التعرف على الفرص واستعمال الموارد والقدرات لتنفيذ الأفكار المبتكرة

للمغامرات الجديدة (حسين، 2016، صفحة 3).

وعرفها كل من الشميمري والمبيريك على أنها نشاط ينصب على إنشاء مشروع عمل جديد، يقدم فعالية اقتصادية

مضافة، من خلال إدارة الموارد بكفاءة وأهلية متميزة لتقديم شيء جديد، أو ابتكار نشاط (اقتصادي واداري جديد يتسم بالإبداع ويتصف بالمخاطرة. (ياسر، 2013، صفحة 9).

ويرى كل من Guth & Ginsberg أنها تتضمن ميلاد منظمات أعمال جديدة ضمن منظمات أعمال قائمة، وتحول منظمات من خلال عمليات التجديد الجذري في أفكارهم الرئيسية. (عبد الفتاح، 2016، صفحة 632).

من خلال التعاريف السابقة يتبين أن ريادة الأعمال هي عبارة عن انشاء مشاريع جديدة تكون مبتكرة مع تحمل المخاطرة فيها.

2.2. عناصر ريادة الأعمال:

ويمكن حصر عناصر ريادة الأعمال فيما يلي: (العبيدي و الجراح، 2014، الصفحات 167-168)

- إنشاء أسواق جديدة: يعبر عن السوق بمجموعة الأشخاص الذين لديهم الرغبة والقدرة لإشباع احتياجاتهم فريادة الأعمال تعني الإبداع والإنشاء للموارد وللفرص فهي تخلق عملاء وبائعين، وهذا ما يجعلها مختلفة عن الأعمال الإدارية التقليدية مثل التنظيم والتخطيط وتحديد المهام.

- اكتشاف مصادر جديدة للموارد: لا ترضى ريادة الأعمال بالمصادر التقليدية للموارد لذا يتم البحث عن مصدر جديدة لها لتحسين مجال عمل المنظمة، فرواد الأعمال يستطيعون تطوير مصادر جديدة للموارد لها ميزة تنافسية من حيث النقل والتكلفة والجودة.

- تحريك الموارد الرأسمالية: أي التنظيم والتحديد لمعظم العناصر الإنتاج مثل: الأرض، رأس المال، العمال، فتجمع عناصر الإنتاج من أجل خلق سلع وخدمات جديدة.

- تقديم تكنولوجيا جديدة: ريادة الأعمال تعمل على استغلال الفرص من إنشاء أعمال جديدة وتحويلها إلى مكاسب لذلك تقدم أشياء جديدة ومختلفة بعض الشيء، حيث أن الروح الريادية تساهم بقوة في تحديث الاقتصاد، ففي كل عام نرى منتجات وتكنولوجيا جديدة.

- خلق فرص عمل جديدة: حيث أن القطاع الاقتصادي أكبر موفر لفرص العمل، فالمزيد من الدخل يعني المزيد من الطلب على السلع والخدمات وبالتالي المزيد من الإنتاج والمزيد من الوظائف مرة أخرى.

3.2. أهمية ريادة الأعمال:

تساهم ريادة الأعمال في نجاح مؤسسات الأعمال في تنفيذ أفكار جديدة في تحقيق الكثير من المنافع الاقتصادية والاجتماعية كما تساهم في تعزيز الوفرة الاقتصادية لنمو المشروع ومنحها ميزة تنافسية واستقرار في وجه المعوقات التي تحدث للمشروعات الصغيرة. أيضا تساهم ريادة الأعمال في تحسين الدخل القومي وحجم الصادرات من خلال ارتفاع في معدل النمو وخلق اسواق جديدة. كل مؤسسات تعمل على تقليل المخاطر الى الحد الأدنى حيث ان معظم المؤسسات الريادية لها القدرة على قياس حجم المخاطر المتوقعة ومواجهتها بالإدراك الابداعي والفكري. (صالح، 2015، الصفحات 162-163).

4.2. خصائص رواد الأعمال:

توجد عدة خصائص لرواد الأعمال منها ما يلي:

❖ الخصائص الشخصية: تنمو السلوكيات الشخصية للفرد عبر مسيرة حياته وتندمج معه حتى يكون من الصعب تغييرها ولكن هناك فرصه لتطوير بعض من هذه السلوكيات بقدر علاقة الشخص بالريادة الإدارية ومن أهم الخصائص الشخصية لرواد هي فيما يلي: (ميلاد وإبراهيم، 2023، صفحة 48).

- الرغبة في الاستقلالية الرائدة: معظم الأشخاص يقوموا بإنشاء الاستقلالية دون الاعتماد على غيرهم في تحقيق اهدافهم لهذا تلاحظ أن هؤلاء الأشخاص غير مندفعين للعمل في المؤسسات الريادية بسبب ثقتهم العالية ودوافعهم الشخصية دون الاهتمام بردود الفعل من المجتمع.

- الحاجة للإنجاز: تشير خاصية الحاجة للإنجاز الى الرغبة في تحقيق أفضل انجاز في اتخاذ موقف تنافسي ومن المعروف أن الراغبون في تحقيق أفضل انجاز أنهم مطالبين بتحمل المسؤولية للوصول للهدف المنشود كما أنهم يميلون لتحمل الصعاب والانتقاد اتجاه نشاطهم حيث يسعى أصحاب الريادة الإدارية الى قياس نسبة نجاحهم في تحقيق اهدافهم.

- الثقة بالنفس في إنجاز الأعمال: من أهم الخصائص التي يجب أن يتمتع بها الريادي هي الثقة بالنفس والتي ستكون سجله الانجازي خلال فترة عملة بالمؤسسة لأنها تساعد في تنشيط الجوانب الادراكية والابداعية لتقديم أفضل ما يملك اتجاه اعماله المقدمة للمؤسسة.

❖ الخصائص السلوكية: معظم الافراد يتبنون سلوكا وهوايات معينة فالهويات يمكن تغييرها بسهولة بينما السلوكيات يجب التعامل معها ما يكونوا بحذر مع رواد الأعمال بسبب العلاقة الحساسة بين الجهود الريادية وهذه السلوكيات، فأصحاب الاعمال عاداتا قادرين على إدارة موارد منظماتهم البشرية والمالية وبكفاءة عالية كما يتمتعون بالرغبة في تطوير الموارد البشرية الاخرى لإدارة النشاط المناط بهم حيث تتمثل هذه المهارات كالآتي: (المنصور، 2000، صفحة 16)

- المهارات الإدارية: حيث تتمثل المهارات الادارية بالعلاقات الانسانية التي طورها المدير مع فريق الموظفين التابعين له لخدمة المؤسسة بشكل عام. وهذه العلاقات يجب ان تكون مبنية على الاحترام والثقة والدعم المستمر للعنصر البشري داخل المشروع.

- المهارات الفكرية: يتمثل هذا النوع من المهارات بالمبادئ والاسس العلمية في ميدان الإدارة واتخاذ القرار وتحليل المشكلات والتعرف على اسبابها والوصول الى حلول لها.

- المهارات الفنية: تتمثل في خبرة ودراية مدير المشروع والمسائل الفنية التي لها علاقة بالعملية الإنتاجية وبيع المنتجات والشراء والتخزين والتمويل وبعض المسائل الاخرى المتعلقة بالأنشطة الفنية للمشروع.

من خلال توضيح أهم الصفات الشخصية والسلوكية لرواد الاعمال يتضح انهم اشخاص يتمتعون بالاستقلالية دون الاعتماد على غيرهم من اجل تحقيق مختلف الانجازات بالاعتماد على القدرات والمهارات التي يتصفون بها.

3. تحسين الأداء:

كل المؤسسات تعمل على تحسين أنشطتها رغم اختلاف أهدافها حيث أن هذه المؤسسات تقوم بإجراء هذه التحسينات بما يتلاءم مع تلك التغيرات لم واجهة المؤسسات المنافسة لها. ويعتبر تحسين الاداء من الفلسفة الادارية التي تعمل على تطوير الانشطة المتعلقة بالآلات ومواد الخام والافراد بشكل مستمر. كما يمكن تعريفه على انه عملية إدارية ترتكز على المخرجات الكلية للمؤسسة لمساعدتها في الاستمرار في تحسين إدائها والبحث على الأخطاء التي قد تقع فيها المؤسسة خلال فترة عملها وهي تعتبر عملية مستمرة ومنظمة لتقليص الفجوة بين الاداء الحالي للمؤسسة وما ترغب الوصول إليه في المستقبل (العبيدي والجراح، 2014، صفحة 47).

1.3. مفهوم تحسين الأداء:

يعتبر مفهوم تحسين الاداء من المفاهيم التي يجب ألا تهمل من جانب المؤسسة فهي تقوم بقياس النتائج للتعرف عليه يتم وضع الخطط اللازمة لتحسين الاداء واتخاذ كل الاجراءات على نقاط القوة والضعف في عمل المؤسسة وبناء اتجاه ذلك.

2.3. أهمية تحسين الاداء:

أن معظم المؤسسات التي تعمل في ظل البيئة الاقتصادية تسعى الى تحسين إداؤها من أجل التنافس والحصول على نتيجة لعملية التقييم التي تنحصر في مستوى الاداء المطلوب والمستوى الاداء الفعلي الذي يعتبر هو العامل الدافع للمؤسسة لتحسين جودة الاداء مقارنة ببقية المؤسسات المنافسة.

3.3. أشكال تحسين الأداء: توجد عدة اشكال لتحسين الاداء منها ما يلي:

- التحسين التدريجي: يعتمد هذا النوع على طرق التطوير اليومية والعمل على تنفيذها.
- التحسين الجذري: يعتمد هذا النوع على التغيير الكلي أي يكون التغيير فيه بقفزة نوعية في مستوى أداء المؤسسة.

4.3. معوقات تحسين الأداء:

- هناك الكثير من المعوقات التي بصناع القرار قد يكون منها ما هو على المستوى الشخص والتي ترتبط مباشرة بالمؤسسة ومنها ما يكون على مستوى المؤسسة وكذلك هناك العديد من المعوقات التي تكون على مستوى الدولة .
 - المعوقات الشخصية: هذا النوع يرتبط مباشرة بشخصية المسؤول وصاحب القرار في المؤسسة ولتجنب هذا النوع من المعوقات يتطلب جذب اشخاص الأكفاء لتولي المركز القيادية في المؤسسة.
 - المعوقات على مستوى المؤسسة: من أهم اسباب المعوقات التي تواجه المؤسسة هو عدم وجود نظم معلومات كافية وكذلك الاخطاء في تقييم الاداء والبطء في الاجراءات كل هذه الاسباب تكون عائق لتحسين الاداء لهذا يجب على المؤسسة دراسة واختيار اصحاب القرار لكي تتجنب الوقوع في مثل هذه المعوقات.
 - المعوقات على مستوى الدولة: هذا النوع يتأثر بشكل مباشر من اللوائح والقوانين التي تحكم الدولة التي تقع فيها المؤسسة ومن أهم هذه المعوقات هو تحييد الأسعار وسلم الاجور للعاملين بالمؤسسة.
4. التنمية الاقتصادية.

التنمية من الألفاظ التي شاع استعمالها بكثرة في الآونة الأخيرة سواء كان هذا في الدول المتقدمة أو النامية، لكن على الرغم من هذا الشيوع وتلك الأهمية فما زال اللفظ يحاط بالغموض والالتباس وتتعدد وجهات النظر حول هذا المفهوم تبعاً لأوضاع المفكرين وجنسياتهم وربما حتى انتماءاتهم وكانت في مجملها تنعكس في صورة تجعل التنمية الاقتصادية لا تركز فقط على التغيير الكمي، وإنما تمتد لتشمل التغيير النوعي والهيكلية.

1.4. مفهوم التنمية الاقتصادية:

- أصبح إحداث التنمية الاقتصادية من أولويات أهداف جميع الحكومات المتقدمة والنامية على حد سواء، وان كانت التنمية نفسها عملية نسبية تختلف سماتها وأهدافها من بلد إلى آخر، ولذلك فقد تعددت المفاهيم التي تتناول هذا الموضوع وللإمام به يجب أن نتطرق إلى التنمية الاقتصادية من خلال ابراز مفهومها وخصائصها ومختلف عناصرها وأبعادها.
- يمكن تعريف التنمية الاقتصادية على أنها: "تقدم المجتمع عن طريق استنباط أساليب إنتاجية جديدة أفضل ورفع مستويات الإنتاج من خلال إنماء مهارت والطاقات البشرية وخلق تنظيمات أفضل، هذا فضلاً عن زيادة رأس المال المتراكم في المجتمع على مر الزمن. (عجيمة والليثي، 2004، صفحة 20)
- وهناك من يعرف التنمية الاقتصادية على أنها: "الجهود المنظمة التي تبذل وفق تخطيط مرسوم للتنسيق بين الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة في وسط اجتماعي معين من أجل تحقيق مستويات أعلى للدخل القومي والدخول الفردية ومستويات أعلى للمعيشة والحياة الاجتماعية في نواحيها المختلفة للوصول إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية الاجتماعية وبهذا

تعدو التنمية ظاهرة شاملة تتكامل فيها الجوانب التقنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والبيئية بحيث تشمل جميع مظاهر الحياة في المجتمع. (الهيبي، 2007، صفحة 12).

توضح التعاريف السابقة أن التنمية الاقتصادية هي جهود منظمة تستخدم اساليب انتاجية جديدة للتنسيق بين الامكانيات المتاحة البشرية والمادية من أجل تحقيق أعلى مستوى من الرفاهية الاجتماعية وتقوية المكانة الاقتصادية للدول.

2.4. عناصر التنمية الاقتصادية:

وتحتوي على عدد من العناصر أهمها: (حمداني، 2009، صفحة 15)

- الشمولية: فالتنمية هي تغير شامل ينطوي ليس فقط على الجانب الاقتصادي المادي، ولكن أيضا على الجانب الثقافي والسياسي والاجتماعي والأخلاقي، وبذلك تكون التنمية تعني التوازن في البنية القطاعية للاقتصاد والتوازن الاجتماعي بين المناطق الجغرافية ولفئات الاجتماعية، وتوطن القدرة التكنولوجية، والاعتماد على الذات، وبناء اقتصاد وطني متكامل.

- حدوث تحسن في توزيع الدخل لصالح الطبقة الفقيرة: إذ أن الفهم الصحيح لعملية التنمية يعني توزيع ثمار النمو على نحو أكثر عدالة في المجتمع، وأن يستطيع المجتمع كله من خلالها أن يحقق إشباعا لحاجاته الضرورية، ضرورة التحسن في نوعية السلع والخدمات المقدمة للأفراد، لأن الزيادة في الدخل النقدي لا تضمن في حد ذاتها تحسن المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأفراد، حيث تبين مختلف الدراسات أن من أهم خصائص الطبقة الفقيرة في المجتمعات المتخلفة (سوء التغذية، ارتفاع معدل الأمية، سوء الحالة الصحية)، تغيير هيكل الإنتاج بما يتضمن توسيع الطاقة الإنتاجية بطريقة تسمح بالتراكم الذي يمر عبر تنوع الإنتاج من القطاعات المختلفة، مما يسمح بخلق سوق لمختلف المنتجات، الأمر الذي يسمح بمزيد من التوسع.

3.4. أهمية التنمية الاقتصادية:

يمكن ابراز أهميتها من خلال العنصرين التاليين: (بوعشير، 2011، الصفحات 12-13)

- التنمية الاقتصادية وسيلة لتقليص الفجوة الاقتصادية والتقنية بين الدول النامية والدول المتقدمة: إن تقليص الفجوة الاقتصادية والتقنية بين البلدان النامية والمتقدمة تعتمد على تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية تسمح بالنهوض بالاقتصاد الوطني نحو النمو الذاتي واللاحق بركب الدول المتقدمة، وتقليص هذه الفجوة لا ينحصر على تقليص الفجوة في متوسط الدخل الفردي، وإنما يتعداه إلى مجموعة من العوامل الأخرى منها الاقتصادية وغير الاقتصادية ويمكن حصرها في المجموعتين التاليتين:

- مجموعة العوامل الاقتصادية: تمس هذه العوامل الجانب الاقتصادي وتتمثل فيما يلي:

● التبعية الاقتصادية للخارج؛ سيادة نمط الإنتاج الواحد؛ ضعف البنيان الصناعي والزراعي؛

● نقص رؤوس الأموال؛ انتشار البطالة؛ استمرارية المديونية الخارجية وتفاهم حدتها؛ ضعف الجهاز المصرفي في تعبئة الادخار.

- مجموعة العوامل غير الاقتصادية: وتمس هذه العوامل الجانب غير الاقتصادي وتتمثل في:

● الزيادة السكانية الهائلة؛ انخفاض المستوى الصحي؛ سوء التغذية؛ انخفاض مستوى التعليم وارتفاع نسبة الأمية.

ومنه على البلدان النامية وضع وإتباع استراتيجية واضحة ومدروسة تمكنها من تجاوز هذه العوامل بنوعها وتسمح لها

بتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية حقيقية لتضييق الفجوة بينها وبين الدول المتقدمة.

- التنمية أداة للاستقلال الاقتصادي: إن التبعية ليست مجرد قيد على الإرادة الوطنية وإنما تنطوي بالإضافة إلى ذلك على

علاقة استغلالية، ويتمثل هذا الاستغلال في وضع طاقات وموارد البلد التابع في خدمة الدول المتقدمة هذا من جهة، ومن جهة

ثانية حرمان البلد التابع وفي الغالب يكون من البلدان النامية من بلورة نظام اجتماعي يلي الحاجات الفعلية للسكان، والتنمية

الحقيقية لابد أن تقوم على الاستقلال الاقتصادي للبلد وليس على تبعية، وحصول البلدان على الاستقلال السياسي لا يعني القضاء على حالة التبعية، وانما الحصول على الاستقلال الاقتصادي وحده يمكن البلدان النامية من وضع وتسخير مواردها الذاتية لخدمة التنمية، إلا أن هذا لا يمنعها من التعامل مع البلدان المتقدمة والتي تبقى في حاجة إليها في الجانب التكنولوجي والمالي الأمر الذي عادة ما يزيد ويعمق من روابط التبعية بينهما.

ومن أجل التخلص من حالة التبعية لابد من تغير الهيكل الاقتصادي واحداث تنمية تعتمد على الذات وباستغلال الموارد المتاحة في البلد استغلالا صحيحا وعقلانيا، إن تحقيق مثل هذه الأهداف لا يتم بإتباع طرق تنمية عشوائية، وانما يجب أن تكون السياسة التنموية المتبعة منية على أسس نظرية واضحة.

4.4. أهداف التنمية الاقتصادية:

للتنمية الاقتصادية ثلاث أهداف جوهرية يمكن تلخيصها كما يلي: (معلم، 2017، صفحة 16)

- توفير الحاجات الأساسية: يحتاج الفرد لاستمر الحياة إلى حاجات أساسية تتمثل في الغذاء والمسكن والصحة والحماية من مختلف الأخطار، وان التنمية الاقتصادية شرط ضروري لتحسين جودة الحياة؛
- رفع مستوى معيشة الأفراد: ويتحقق ذلك بزيادة مداخيل الافراد، وتوفير فرص العمل، ورفع مستوى التعليم والصحة والارتقاء بالقيم الإنسانية والثقافية في المجتمع؛
- توفير عنصر الحرية: ويقصد بالحرية تمكين الافراد من تقرير مصيرهم بأنفسهم وتخليصهم من العبودية والاعتمادية وتحقيق التنمية الاقتصادية تزداد حرية الافراد وتزيد قدرة الدولة على تقرير مصيرها، ويرتبط تطور أهداف التنمية بتطور مفهوم التنمية لذلك لابد من إضافة هدف آخر وهو الحفاظ على البيئة، حيث أن تحقيق رفاهية الأجيال الحالية يجب ألا تكون على حساب استنزاف الموارد الطبيعية ان في ذلك إجحاف بحقوق الأجيال المستقبلية.

5.4. أبعاد التنمية الاقتصادية:

إن مفهوم التنمية الاقتصادية يتضمن عدة أبعاد هي: (قنادزة، 2018، الصفحات 48-50)

- البعد المادي (الاقتصادي) للتنمية: يستند هذا البعد على حقيقة أن التنمية هي نقيض للتخلف، وبالتالي فإن التنمية تتحقق من خلال التخلص من سمات التخلف واكتساب الخصائص السائدة في البلدان المتقدمة، إن المفهوم المادي للتنمية الاقتصادية يبدأ بتراكم قدر من رأس المال، الذي يسمح بتطوير التقسيم الاجتماعي للعمل، أي التحول من الصناعة اليدوية إلى الصناعة الآلية، وعلى النحو الذي يحقق سيادة الإنتاج السلعي، وتكوين السوق الداخلية، وقد ارتبط مفهوم التنمية بالتصنيع ارتباطا وثيقا، ذلك لأن عملية التصنيع تؤدي إلى تنوع الهيكل الإنتاجي.
- البعد الاجتماعي للتنمية: إن جوانب البعد الاجتماعي للتنمية تتمثل في تغييرات في الهياكل الاجتماعية واتجاهات السكان والمؤسسات القومية وتقليل الفوارق في الدخل واجتناب الفقر المطلق.
- البعد السياسي للتنمية: إن انتشار فكرة التنمية عالميا جعل منها إيديولوجية، وحلت معركة التنمية محل معركة الاستقلال. إن التنمية تشترط التحرر والاستقلال الاقتصادي. ويتضمن البعد السياسي للتنمية التحرر من التبعية الاقتصادية إلى جانب التبعية الاستعمارية المباشرة.

- البعد الدولي للتنمية: إن فكرة التنمية والتعاون الدولي في هذا المجال قد فرضت نفسها على المجتمع الدولي وقادت إلى تبني التعاون على المستوى الدولي وإلى ظهور الهيئات الدولية كالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي، وشهد عقد الستينات نشأة منظمة الغات (GATT) أي الاتفاقية العامة للتجارة والتعريف الجمركية، وكذلك نشأة منظمة الأونكتاد (UNCTAD) أي مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية.

- البعد الحضاري للتنمية: إن مفهوم التنمية مفهوم واسع يشمل كل جوانب الحياة ويفضي إلى مولد حضارة جديدة، ويعتبر البعض بأن التنمية بمثابة مشروع نهضة حضارية، فالتنمية ليست مجرد عملية اقتصادية تكنولوجية، بل هي عملية بناء حضري تؤكد فيه المجتمعات شخصيتها وهويتها الإنسانية وتهدف هذه المنظمات إلى تحقيق علاقات دولية أكثر تكافؤاً.

6.4. دور زيادة الأعمال ومساهمتها في تحقيق التنمية الاقتصادية:

تعد زيادة الأعمال أحد دعائم الإبداع والابتكار، وترتبط بشكل كبير بالقدرة على الاستجابة للفرص المتاحة، حيث تظهر روح الريادة من خلال فتح أسواق جديدة، وخلق منتجات مبتكرة، وابتكار أساليب إنتاجية جديدة تساهم في نجاح المؤسسات، والذي ينعكس بدوره على تحقيق التنمية الاقتصادية.

- المميزات التي تحققها زيادة الأعمال للفرد والمجتمع يعتبر نجاح رائد الأعمال إضافة حقيقة لبعض المميزات ليس فقط لنفسه، ولكن لمنطقته ولوطنه، فالمميزات الناتجة عن نشاطات رواد الأعمال تشمل الآتي: (ضيف، قهيري، وضيف، 2020، صفحة 41)

- تحسين وضعه المالي والحالي؛ التوظيف الذاتي، التحرر والاستقلال من الاعتماد على وظائف الآخرين؛
 - توظيف الآخرين في وظائف غالباً ما تكون أفضل لهم؛
 - تطوير المزيد من المنتجات والخدمات، واستحداث أسواق جديدة؛
 - تصنيع المواد المحلية في صورة منتجات نهائية سواء للاستهلاك المحلي أو للتصدير؛
 - زيادة الدخل وزيادة النمو بالاقتصاد الوطني؛
 - المنافسة التي تؤدي إلى منتجات بجودة أعلى؛
 - المزيد من الخدمات والمنتجات؛
 - استخدام التكنولوجيا الحديثة على مستوى الصناعات الصغيرة لزيادة الإنتاجية؛
 - المزيد من الأبحاث والدراسات وتطوير الماكينات والمعدات الحديثة للسوق المحلي؛
 - القدرة على تحقيق إنجازات عظيمة؛ تقليل هجرة المواهب بتوفير مناخ محلي جديد لريادة الأعمال؛
- مساهمة زيادة الأعمال في التنمية الاقتصادية:

هناك من عرف ريادة الأعمال على أنها: "عملية إنشاء مشروع جديد قائم على فكرة مبدعة ومبتكرة وفريدة، والمخاطرة بوضعها قيد التنفيذ من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين لإنجاح المشروع بحيث تساهم النتائج المتحققة من استغلال الفرص الريادية في التنمية الاقتصادية الاجتماعية بطريقة مميزة. وبالتالي يمكن القول إن ريادة الأعمال تساهم في تحقيق ما يلي: (ضيف، قهيري، وضيف، 2020، الصفحات 42-43)

- توفير فرص عمل؛ استحداث أنشطة اقتصادية جديدة؛
- تشجيع ثقافة ريادة الأعمال بين الافراد؛ تحقيق الأرباح؛

- الاستقلالية في العمل؛ الأمان مدى الحياة؛
- أحد مدخلات عملية اتخاذ القرارات الخاصة باستغلال الموارد المتاحة للبدء في المشروع، وطرح منتج أو سلعة جديدة مبتكرة؛
- تمثل فرصة للتميز وتحقيق الإنجاز؛
- المساهمة في خدمة المجتمع؛
- التوظيف الذاتي؛ زيادة الدخل؛
- دعم النمو الاقتصادي والاجتماعي؛
- تقليل هجرة الكفاءات خارج الوطن؛
- التكيف مع كافة التغيرات بمرونة وفاعلية؛ توزيع الثروات وعدم احتكارها لدي البعض؛
- تعدد ريادة الأعمال استراتيجية هامة لتحقيق النمو السريع، والميزة التنافسية؛
- القضاء على البيروقراطية والروتين، والاعتماد على الإبداع والابتكار؛
- اكتشاف كافة الفرص المتاحة في بيئة العمل، والاستفادة منها بدرجة كبيرة؛
- تنمية القدرات البشرية الهائلة، بما يفيد المشروعات، والمجتمع بأكمله؛
- تخفيض معدل البطالة، وزيادة فرص التوظيف؛
- تعزيز القدرة التنافسية؛ تحسين الدخل القومي؛
- تغيير ثقافة المجتمع من العمل المكتبي أو العمل في القطاع العام إلى العمل الحر أو العمل الابتكاري؛
- تطوير المدن؛ تحفيز الأسواق الحالية وفتح أسواق جديدة؛
- تشجيع روح المبادرة؛ تحقيق التنمية المستدامة؛
- تحسين المستوى المعيشي؛ الحد من ظاهرة الفقر؛
- تطوير رأس المال البشري؛
- تطوير أساليب جديدة في الإنتاج؛ الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة؛
- التنسيق بين عمليات الإنتاج والتسويق؛
- تطبيق الأفكار الجديدة بكفاءة وفاعلية؛ زيادة الطاقة للاقتصاد القومي؛
- زيادة المنافسة بين الشباب؛
- حل الكثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمع؛
- استيعاب التكنولوجيا المتطورة وتحسين مستوى الإنتاجية؛
- تحقيق الاستخدام الأمثل لرأس المال الوطني؛
- تعمل على زيادة القدرة على مواجهة المخاطر والتعامل مع التحديات؛

تعد زيادة الأعمال أحد أهم دعائم الإبداع والابتكار، وترتبط بشكل كبير بالقدرة على الاستجابة للفرص المتاحة، حيث تظهر روح الريادة من خلال فتح أسواق جديدة، وخلق منتجات مبتكرة، وابتكار أساليب إنتاجية جديدة تساهم في نجاح المؤسسات، والذي ينعكس بدوره على تحقيق التنمية الاقتصادية.

كما تعتبر التنمية الاقتصادية من أهم القضايا التي اهتمت بها الدول النامية باعتبارها الخيار الرئيسي والوحيد للخروج من التخلف الاقتصادي، وحتى التبعية الاستعمارية غير المباشرة للدول المتقدمة والقوية.

ومن أهم التوصيات التي يجب الأخذ بها ضرورة تشجيع الأفراد على تبني روح ريادة الأعمال واقتحام هذا النوع من المجالات، من أجل المساهمة في التنمية وتحقيق الإقلاع الاقتصادي والاستغلال المثل للموارد المتاحة، سواء كانت بشرية أم مادية وتحمل كل الصعاب والمخاطرة من أجل تحقيق الأهداف المرجوة.

6. قائمة المراجع:

1. احمد مصطفى حسين. (2016). ريادة الاعمال. جامعة صلاح الدين، العراق.
2. العبيدي، ع. ر. & الجراح، ك. أ. (2014). راس المال الفكري في إطار متغيرات بيئة ريادة الأعمال، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد.
3. المنصور، ك. ن. (2000). إدارة المشروعات الصغيرة. جامعة مؤتة، دار الحامد للنشر. عمان، الأردن.
4. الهبيتي، ف. ص. (2007). التنمية السكانية والاقتصادية في الوطن العربي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
5. بوعشير، (2011). دور وأهمية الطاقات المتجددة في تحقيق التنمية المستدامة، جامعة قسنطينة، الجزائر.
6. حمداني، م. (2009). حدود التنمية المستدامة في الاستجابة لتحديات لحاضر والمستقبل دراسة حالة الجزائر، جامعة الجزائر، الجزائر.
7. صالح، ع. أ. (2015). إدارة الرأس المال البشري مطارحات استراتيجية في تنشيط الاستثمار ومواجهة الإنهيار، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. عمان -الأردن.
8. ضيف، س، قهيري، ف. & ،ضيف، ا. (2020). نحو تحقيق تنمية اقتصادية من خلال تعزيز دور ريادة منظمات الأعمال: مع الإشارة إلى تجربة الجزائر. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، الجزائر.
9. عبد الفتاح، م. (2016). الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة السنة التحضيرية، جامعة الملك سعود واتجاهاتهم نحوها البحث العلمي في التربية السعودية.
10. عجيمة، ع. م. & ،الليثي، ع. م. (2004). التنمية الاقتصادية: مفهوما ونظرياتها وسياساتها، الدار الجامعية. القاهرة، جمهورية مصر.
11. قنادزة، ج. (2018). الشراكة العمومية الخاصة والتنمية الاقتصادية في الجزائر. جامعة تلمسان، الجزائر.
12. معلم، ج. (2017). تجارب التنمية في الدور المغاربية والاستراتيجيات البديلة دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب. جامعة باتنة 2، الجزائر.
13. ميلاد، ص. ع. & ،إبراهيم، م. خ. (2023). أثر الميزة التنافسية في تحسين أداء ريادة الأعمال. المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية.
14. ياسر، ا. س. (2013). ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة ودورها في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية.

ريادة الأعمال كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة
- مؤسسة قديلة (Guedila) للمياه المعدنية - بسكرة - نموذجا -

Entrepreneurship as an entry point to enhance the competitive advantage of the enterprise
-Guedila Foundation for Mineral Water - Biskra - as a model-

سهام موفق¹، نبيل بهوري²

¹ المركز الجامعي نور البشير بالبيض (الجزائر)

² جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة (الجزائر)

ملخص: استهدفت الدراسة معرفة اتجاهات عينة من موظفي مؤسسة قديلة للمياه المعدنية -بسكرة- حول مدى مساهمة ريادة الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية بأبعادها (الجودة، الإبداع، الاستجابة، السمعة)، ولتحقيق هذا الهدف تم توزيع استمارة تضمنت 36 عبارة على 50 عامل، تم استرجاع 43 استمارة منها صالحة للتحليل الإحصائي، بنسبة استرداد بلغت 86%. وبعد تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS:V:20، توصلت الدراسة إلى إثبات وجود تأثير لريادة الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، كما تم وضع عدد من التوصيات التي من شأنها تعزيز الممارسات الريادية، مما يجعل منها توجها استراتيجيا من شأنه تعزيز للميزة التنافسية للمؤسسة.
الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، الميزة التنافسية، الإبداع، الجودة، الاستجابة، السمعة.

Abstract: the study aimed to find out the attitudes of a sample of the employees of the Guedila Mineral Water Corporation - Biskra - about the extent to which entrepreneurship contributes to enhancing the competitive advantage in its dimensions (quality, creativity, response, reputation). One of them is valid for statistical analysis, with a recovery rate of 86%. After analyzing the data using the SPSS statistical program: V: 20, the study concluded that there is an impact of entrepreneurship in enhancing the competitive advantage of the enterprise. A number of recommendations have been put in place to enhance entrepreneurial practices, making them a strategic direction that enhances the competitive advantage of the organization.

Keywords: entrepreneurship, competitive advantage, creativity, quality, response, reputation Enter your.

تواجه المنظمات في العصر الحالي العديد من التحديات التكنولوجية والاقتصادية والبيئية، التي جعلت العديد من المنظمات تعيد تفكيرها وتولي اهتماما كبيرا لتحسين قدراتها وميزتها التنافسية بأبعادها المختلفة، مثل التكلفة، التمايز، الجودة المرونة، التسليم، الإبداع، السمعة، وغيرها لضمان بقائها على قيد الحياة، بل العمل على تقديمها وزيادة حصتها السوقية، في ظل اشتداد حدة المنافسة، حيث ان اكتساب الميزة التنافسية أضحي من المرتكزات والدعائم الأساسية التي يجب على منظمات الأعمال أن تمتلكها من أجل تحقيق الأفضلية في السوق.

من خلال الاستحواذ على جزء منه والمحافظة عليه وتوسعته، بل أصبح ضرورة حتمية لضمان الاستمرار في ظل ما تفرضه العولمة، كما أن الأمر لا ينتهي بمجرد حصول المنظمة على الميزة التنافسية، وإنما يتطلب أيضا السعي بشكل مستمر لتنميتها والحفاظ عليها، لذلك يعد تبني ريادة الأعمال أحد المداخل المهمة التي يمكن من خلالها للمؤسسة تحقيق ميزة تنافسية تجسدها من خلال برامج فعالة، يؤدي إلى تحسين سمعتها وعلامتها التجارية، وإلى تنامي الرضا لدى أصحاب المصالح مما يعزز حصتها من السوقية ويحقق أهدافها المرجوة، كما ان الاهتمام المتزايد بمفهوم كل من ريادة الأعمال والميزة التنافسية، أصبح يحتم على المؤسسات تغيير سياساتها وإستراتيجيتها، بما يتوافق مع تطبيق هذين المفهومين، باعتبارهما عاملين من عوامل بقاء المؤسسة وزيادة استمرارها وبقائها بناء على ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالي: ما مدى مساهمة ريادة الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة -؟

1.1. فرضيات الدراسة:

- الفرضية الرئيسية: انطلقت الدراسة من فرضية رئيسية مفادها:
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة-، عند مستوى الدلالة 0.05
- الفرضيات الفرعية: انبثقت عن الفرضية الرئيسية للدراسة أربع فرضيات فرعية هي كما يلي:
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في تعزيز ميزة الجودة لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة-، عند مستوى الدلالة 0.05
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في تعزيز ميزة الإبداع لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية- بسكرة-عند مستوى الدلالة 0.05
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في تعزيز ميزة الاستجابة لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة- عند مستوى الدلالة 0.05
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لريادة الأعمال في تعزيز ميزة السمعة الجيدة لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة-، عند مستوى الدلالة 0.05.

2.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة من الاعتبارات التالية:

- يعتبر موضوع ريادة الأعمال من المواضيع المهمة المطروحة على ساحة النقاش الاقتصادي، لما يكتسبه من أهمية بالغة في تحسين أداء المؤسسات، وتعزيز تميزها في المحيط، بسبب زيادة المنافسة بين المنظمات في ظل انفتاح السوق وتلاشي الحدود الجغرافية للبلدان.
- تسليط الضوء على الممارسات الريادية المساهمة في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة، والتكيف مع متطلبات المحيط.

- توعية المؤسسات بأهمية زيادة الاعمال، ودورها في وضع خطط إستراتيجية للمؤسسة، يمكن أن تساهم في نجاحها وتميزها.
- تعد الدراسة مكمل للدراسات الحديثة في مجال زيادة الاعمال، من خلال معرفة مدى مساهمة زيادة الاعمال في تعزيز الميزة التنافسية.

• افادة الباحثين باجراء بحوث جديدة من خلال الاطلاع على نتائج الدراسة الحالية.

3.1. أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- تحديد مستوى زيادة الاعمال بالمؤسسة محل الدراسة؛ تحديد مستوى الميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؛
- تحديد أكثر ابعاد الميزة التنافسية تحققا بالمؤسسة محل الدراسة؛
- تحديد طبيعة وقوة التأثير بين زيادة الأعمال والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة؛
- تحديد أكثر ابعاد الميزة التنافسية تائرا بممارسات زيادة الاعمال بالمؤسسة محل الدراسة؛
- الخروج بعدد من التوصيات التي من شأنها تميم نتائج الدراسة الحالية وتوجيه الأنظار نحو دراسات مستقبلية ذات صلة بها.

4.1. حدود الدراسة: تتجلى حدود الدراسة في العناصر التالية:

- الحدود البشرية: تتمثل في عينة من موظفي مؤسسة قديلة للمياه المعدنية – بسكرة- بلغ حجم مفرداتها 50 موظف وموظفة.
- الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على دراسة العلاقة بين المتغيرين التاليين: زيادة الأعمال والميزة التنافسية.
- الحدود المكانية: أنجزت الدراسة الميدانية على مستوى مؤسسة قديلة للمياه المعدنية – بسكرة-
- الحدود الزمنية: أنجزت الدراسة الميدانية لهذا البحث خلال الفترة الممتدة بين شهري مارس وافريل 2023.

2. زيادة الاعمال:

1.2. مفهوم زيادة الأعمال (Entrepreneurship):

تعرف الريادة على أنها عملية إنشاء شيء مختلف في قيمته، من خلال تكريس الوقت والجهد الكافيين وتحمل الأعباء والأخطار المالية والنفسية والاجتماعية المصاحبة لذلك، والحصول على المكافآت المالية والقناعة الناتجة عن نجاح المشروع (الاعمال، 2009)، كما تعرف زيادة الأعمال بأنها: المبادرة في تصميم وتنظيم المشاريع الجديدة أو القيام بأنشطة فريدة؛ لتلبية احتياجات الأعمال من خلال إكتشاف الفرص، وإستغلالها بعقلية إستباقية وتبني المخاطرة المحسوبة لتحقيق الأرباح من خلال التأكيد على الإبداع، والإنتاجية، والعمل، والنمو الاقتصادي، وعرفت أيضا بأنها: المبادرة بتنظيم المشروعات من خلال إستغلال الفرص داخل المنظمة لخلق قيمة جديدة أو منتج جديد. (coyl & allan, 2013, p. 1)

في حين عرفتها Coulter على أنها العملية أو الطريقة الإبداعية المنظمة التي تستخدم من قبل الفرد أو التنظيم بهدف الوصول إلى تحقيق قيمة مضافة وتطوير العمل بما ينسجم مع حاجات ورغبات أصحاب المصالح. (coutler, 2001, p. 9)

بينما يعرفها المرصد العالمي لريادة الأعمال "(GEM)" بأنها: المبادرات الفردية أو الجماعية التي تنتج سلعا وخدمات بغرض تحقيق الأرباح، وأن الريادي هو الشخص الذي يقوم بإنشاء مشروع تجاري وتشغيله وتحمل مخاطره بصرف النظر عن حجم المشروع. والريادة تعني التفرد والاعتماد على الاختلاف والتنوع والتوافق والطرق الجديدة، ولا تعتمد على النماذج والعادات السائدة التي يفعلها الآخرون، وإنما هي الوصول إلى منتجات وطرق فريدة وجديدة لا تتطابق مع الطرق المعتادة أو الطرق المعمول بها (النجار و محمد، 2006، صفحة 6).

فالشيء الذي يمكن التأكيد عليه والذي يبرز أهمية الريادة هو الخلق والابتكار والذي يشمل بمعانيه كل من خلق الثروة خلق مشروع، خلق الإبداع، خلق التغيير، خلق العمالة، خلق القيمة، خلق النمو حيث النمو هو جوهر الريادة. من خلال ما تقدم من تعريفات يمكن أن نلاحظ أن معظمها تصب في توجه واحد هو أن (النمو هو جوهر الريادة) فالشيء الذي يمكن التأكيد عليه والذي يبرز أهمية الريادة هو الخلق والابتكار والذي يشمل بمعانيه كلا من: خلق الثروة، خلق مشروع، خلق الإبداع، خلق التغيير، خلق العمالة، خلق القيمة، خلق النمو.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نخلص إلى أن الريادة تحتوي المعاني التالية:

- إيجاد أشياء جديدة أصيلة ذات قيمة؛ مرتبطة بالمخاطرة.
- تأخذ بالاعتبار الموارد المالية والمعنوية؛ مرتبطة بتوفير الحوافز للعاملين والاستقلالية من أجل زيادة القناعات لديهم.

2.2. خصائص ريادة الأعمال:

يتسم الرائد بعدد من الصفات ومنها: (<https://b7oth.net/>، 2023)

- القدرة على إدارة الوقت، انطلاقاً من مصفوفة الأولويات لـ "ستيفن كوفي" حيث أن أغلب أنشطته اليومية تقع ضمن مربع الأزمات ومربع المستقبل؛
- له أهداف، طموح، وهي القوة التي تدفعه لبناء الشركة؛
- رؤياً مدعومة بالعديد من الأفكار القوية المحددة الفريدة أي جديدة في السوق؛
- رؤية شاملة واضحة لكيفية تحقيق هذا الهدف حتى وإن لم تكتمل التفاصيل في قسم بالمرونة والقابلية للتطوير؛
- تقوية النفس ودعمها بأمل كبير وعاطفة جياشة نحو تحقيق الهدف؛
- وضع إستراتيجية لتحويل حلمه إلى واقع ملموس وتنفيذها بالإصرار والتصميم.

3.2. أهمية ريادة الأعمال:

تبرز أهمية ريادة الأعمال في كونها وسيلة لتصحيح مسار المشروعات الصغيرة والمتوسطة، حيث إن غالبية هذه المشروعات لا تقوى على الصمود والمنافسة إذا لم يكن هناك من يعمل على تلافي التهديدات والبحث بشكل دائم ومستمر عن فرص للتوسع والانتشار بطرق مبتكرة وحديثة وذلك من أجل ضمان استمرار المشاريع وتحقيق الريح، ولذلك تعتبر ريادة الأعمال من الحقول المهمة في اقتصاديات الدول الصناعية المتقدمة ومن الحقول الواعدة في الدول النامية، حيث تسهم المشروعات الريادية بمساهمة فاعلة في تطور التنمية الاقتصادية الشاملة، كما تعد نواة بناء المنظمات الريادية.

فهناك أثر كبير لريادة الأعمال على النمو الاقتصادي، وعلى أهمية الأنشطة الريادية ودورها في زيادة النمو الاقتصادي كما بينت دراسات تطبيقية عديدة درجة تأثير الريادة على النمو الاقتصادي من خلال إحداث زيادة في الناتج المحلي الإجمالي وخفض معدلات البطالة وتوفير مصادر دخل جديدة، حيث بينت دراسة رينولدز وآخرين (1999)، أن ثلث الاختلافات في معدلات النمو الاقتصادي بين الدول يمكن أن يعزى إلا التزامات في مستوى ريادة الأعمال بينها، كما وأكدت هذه النتيجة دراسة " زخاراكييس وآخرين (2000)" ، التي درست مصادر النمو الاقتصادي في 16 دولة متقدمة، حيث أظهرت أن نشاط ريادة الأعمال يفسر نحو نصف الاختلافات في نمو الناتج المحلي الإجمالي بين تلك الدول، وبالتالي فإن اهتمام الدول بريادة الأعمال جاء كنتيجة حتمية لدور الريادة في زيادة النمو الاقتصادي وتحسين المؤشرات الاقتصادية الكلية، فكلما ازداد عدد الرياديين كانت الآثار الاقتصادية أفضل.

4.2. العوامل المعززة للريادة الفاعلة للأعمال:

تشمل العوامل التي يمكن أن تعزز نشاط ريادة الأعمال الفعال المستويات المرتفعة من التعليم والتدريب، ومستويات أسواق المال، والبضائع، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كعامل للتطوير، والقيمة المضافة. ويتطلب الحصول المتطور على تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمويلا كبيرا وإصلاحا للأنظمة التعليمية لتلبية حاجات مجتمع المعرفة، مما يعزز نشر المعرفة الجديدة، ويسر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة. ومن أبرز عوامل تعزيز نشاط ريادي الأعمال المبدع هو وضع السياسة، والبرامج والآليات للحصول على التمويل، والإسفادة من البحث والتطوير، والانفتاح على السوق المحلية والتدريب في مجال ريادة الأعمال. كما يجب تحفيز رائد الأعمال على الابتكار، لإحداث تغييرات جذرية بعمليات تكنولوجياية وغير تكنولوجياية لدمج الابتكار التكنولوجي في عمليات الإنتاج، التوزيع، وتنظيم العمل، والتشارك في المعرفة أو المهارات، وتبني طرق تنظيمية جديدة في اتخاذ القرارات لزيادة أسهم السوق، وجودة البضائع، وتطوير الخدمات والقدرة الإنتاجية، ووضوح الأعمال وضمانات الصحة والسلامة.

5.2. فوائد ريادة الأعمال:

- الاستقلالية وعدم الاعتماد على وظائف الآخرين؛ فرص للتميز وتحقيق الإنجازات العظيمة؛
- فرصة لتحقيق أقصى الطموحات؛ فرصة لتحقيق الأرباح والمكاسب الضخمة؛
- فرصة للمساهمة في خدمة المجتمع: تشجيع التصنيع سواء للاستهلاك المحلي أو للتصدير وخلق المزيد من المنتجات والخدمات؛

- التوظيف الذاتي وخلق فرص وظيفية للآخرين؛ زيادة الدخل وزيادة النمو الاقتصادي؛
- تقليل هجرة الكفاءات من خلال توفير المناخ الملائم لريادة العمال محليا.

6.2. السلبيات والمخاطر المحتملة لريادة الأعمال:

- عدم استقرار الدخل؛ الإحباط الناشئ عن الفشل؛
- ساعات العمل الطويلة؛ المستوى المعيشي المنخفض؛
- المعاناة من ضغوط العمل؛ تحمل المسؤولية الكاملة وكذا تحمل نسبة عالية من المخاطرة.

3. ماهية الميزة التنافسية:

1.3. مفهوم الميزة التنافسية:

تعرف الميزة التنافسية على أنها "الوضع المتفوق الذي تحصل عليه المؤسسة، هذا التفوق الذي يكون في شكل إضافة قيمة لدى المستهلك، أو تأخذ شكل أسعار أقل مقارنة بأسعار المنافسين، أو في شكل منتج متميز، وذلك بهدف زيادة الحصة السوقية أو البقاء في السوق على الأقل (عبدالرؤوف، 2007/2006، صفحة 4).

كما تعرف بأنها: "المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون، ويؤكد تميزها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذي يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث تحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه الآخرون". (الياس، 2021، صفحة 238)

كما عرفت بأنها: "وصول المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، بمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع". (فتيحة،

2014/2013، صفحة 46)

كما ينظر الى الميزة التنافسية على أنها " قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل

بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط. (ليلي، 2016/2017، صفحة 106)

مما تقدم يمكن تعريف الميزة التنافسية بأنها الموقع الفريد طويل الأمد الذي تطوره المؤسسة من خلال أداء نشاطاتها

بشكل مميز وفعال واستغلال نقاط قوتها الداخلية باتجاه تقديم منافع قيمة فائقة لزيائنها لا يستطيع منافسوها تقديمها.

2.3. خصائص الميزة التنافسية: تمتاز الميزة التنافسية بجملة من الخصائص ومن أهمها نذكر ما يلي (نقد، 2017، صفحة 64):

- أنها نسبية أي تتحقق بالمقارنة وليست مطلقة؛ تؤدي إلى تحقيق الأفضلية على المنافسين؛
- أنها تنبع من داخل المنظمة وتحقق قيمة لها؛
- أنها تنعكس في كفاءة أداء المنظمة لأنشطتها أو في قيمة ما تقدمه للمشتريين أو كليهما؛
- لها دور في التأثير على المشتريين وإدراكهم للأفضلية فيما تقدمه المنظمة من منتجات وتحفزهم للشراء منها؛
- أنها تتحقق لمدة طويلة ولا تزول بسرعة عندما يتم تطويرها وتجديدها.

3.3. أبعاد الميزة التنافسية:

تتمثل أبعاد الميزة التنافسية فيما يلي (سليمان وابتسام، 2019، الصفحات 281-282):

- الجودة: وهي تمثل قدرة المنتج المطلوب تقديمه في شكل منتج نهائي على إشباع حاجات الزبائن ومتطلباتهم، كما تعني ميزة الجودة مطابقة المواصفات المحددة مسبقاً، أما بالنسبة إلى الزبون تعني القيمة أو السعر الذي يرغب الزبائن دفعة لشراء سلعة أو خدمة معينة.

- المرونة (الاستجابة): تعد المرونة من أسلحة المنافسة إذ تتضمن القدرة على تقديم المنتجات أو خدمة جديدة بصورة مستمرة، وذلك باعتبارها تعكس قدرة المنظمة على التكيف وتعديل أنشطتها وفقاً لمتطلبات السوق، من خلال توفير القابلية على التغيير وسرعة الاستجابة لحاجات ورغبات الزبائن من منتجات بأقل جهد ووقت.

- الإبداع: يمثل الأفكار والمهارات والقدرات التي تشكل تحسيناً وتطويراً على المنتجات أو تقديم الخدمات لتشمل جميع أوجه النشاطات التي تمارسها المنظمة وتجنب التهديدات وحل المشكلات التي تواجهها واقتناص الفرص المتاحة أمامها، الأمر الذي يعزز متطلبات إقامة الميزة التنافسية.

- السمعة: وذلك من خلال سعي المنظمة إلى بناء صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة ومنتجاتها أو خدماتها، بالنسبة للعاملين فيها أو مختلف أصحاب المصالح: عملاء، موردون... الخ.

4.4. أهمية وأهداف الميزة التنافسية للمؤسسة:

1.4.3. أهمية الميزة التنافسية:

تظهر أهمية الميزة التنافسية من خلال الآتي (زهير و م.، 2016، صفحة 400):

- تنبع أهمية الميزة التنافسية من المحافظة عليها لأطول وقت ممكن؛
- الاختلاف في طبيعة الخدمة المقدمة والمعايير العالية والصعبة تجعل من الصعب تقليدها أو استنساخها؛
- نابعة من داخل المنظمة وتوفر الانسجام مع متطلبات العملاء؛
- لها أثر ايجابي على أداء المنظمة وتعظيم أرباح المنشأة من خلال الاستجابة لرغبات العملاء.

كما تبرز أهمية الميزة التنافسية من خلال يلي (محمد و اسماعيل، 2016/2015، صفحة 25):

- تجعل منظمة الأعمال تتفوق في الأداء أو في ما تقدمه للعملاء أو الاثنين معاً.
- تتسم الميزات التنافسية بالاستمرارية والتجديد، فان هذا يتيح للمنظمة متابعة التطور والتقدم على المدى البعيد.
- كون الميزات التنافسية تستند على موارد المنظمة، وقدرتها وجدارتها، لذلك فإنها تعطي حركة ديناميكية للعمليات الداخلية للمنظمة.

2.4.3. أهداف الميزة التنافسية:

تسعى كل مؤسسة من خلال إيجاد ميزة تنافسية خاصة بها للوصول إلى مجموعة من الأهداف التي نذكر منها (موفق، 2013، صفحة 307):

- خلق الفرص التسويقية الجديدة أو اختراق مجال تنافسي جديد، كالدخول في سوق جديدة او التعامل مع نوعية جديدة من العملاء أو من المنتجات أو الخدمات؛
- التغلب على المنافسين من خلال: تحديد سبب نجاحهم/ تهيئة الوسائل الخاصة والذاتية لتمييز المؤسسة عن هؤلاء المنافسين؛
- وسيلة لتكوين رؤية جديدة للمستقبل الذي تريده المؤسسة لنفسها ومجالاً للبحث عن الفرص الممكنة؛
- يتمثل أساس الميزة التنافسية في خلق قيمة للعملاء، لأنها أساس تحقيق الجودة، تعد القيمة أكثر ما يهم المنظمة كونها أمر معقد لا تستطيع معرفته إلا من خلال عملاتها وبالتالي وجب عليها استطلاع رأيهم كلما أمكن ذلك؛
- تسعى المؤسسة من خلال تحقيق وتعظيم القيمة للوصول إلى رضا العميل بهدف تأكيد بقائها في السوق التنافسية الحالية.

4. الإطار التطبيقي للدراسة:

1.4. الإجراءات المتبعة في الدراسة:

1.1.4. عينة الدراسة:

تم استخدام طريقة العينة العشوائية في اختيار عينة الدراسة البالغ حجم مفرداتها 50 مفردة حيث تم توزيع استمارة البحث على موظفي المؤسسة عبر العديد من الزيارات الميدانية، ولقد تم استرجاع 43 استمارة، بنسبة استرداد 86%، وبعد فحص الاستمارات لم يستبعد أي منها نظراً لتحقيق الشروط المطلوبة للإجابة على الاستمارة.

2.1.4. الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة:

يعرض الجدول الموالي معلومات عامة حول عينة الدراسة، حيث يظهر التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات (الجنس، السن، المؤهل العلمي، الاقدمية).

الجدول رقم(01): وصف عينة الدراسة

المتغير	العدد	النسبة %
الجنس	الذكور	17
	الإناث	26
	المجموع	43
العمر	أقل من 30 سنة	0
	من 30-40 سنة	18
	من 41-50 سنة	19
	أكثر من 50 سنة	6
	المجموع	43
المؤهل العلمي	ثانوي	0
	جامعي	35
	مؤهلات أخرى	8
	المجموع	43
الأقدمية	أقل من 5 سنوات	9
	من 5-9 سنوات	13
	من 10-14 سنة	14
	من 15-19 سنة	7
	20 سنة وأكثر	0
	المجموع	43

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الاستمارة من خلال برنامج SPSS V:20.

ضح الجدول أعلاه وصف تفصيلي لأفراد عينة الدراسة من حيث السن، الجنس، المؤهل العلمي، الأقدمية، وهي معلومات تقدم تصور دقيق يساهم في تفسير نتائج الدراسة.

2.4. أداة الدراسة: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة، لجأ الباحثان إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستمارة كأداة رئيسية للدراسة، صممت خصيصاً لهذا الغرض تضمنت 32 عبارة، 16 عبارة خصصت للمحور الأول للدراسة "ريادة الأعمال" بأبعاده المختلفة، فيما خصصت 16 عبارة للمحور الثاني "الميزة التنافسية للمؤسسة" بأبعاده المختلفة ناهيك عن البيانات الشخصية والوظيفية المتعلقة بخصائص مفردات الدراسة.

3.4. الأدوات الإحصائية المستخدمة في الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS .V20)، كما تم الاستعانة بمجموعة من الأساليب الإحصائية منها ما خصص لوصف متغيرات الدراسة، ومنها ما استخدم في تحليل متغيرات الدراسة، وتتمثل هذه الأدوات فيما يلي: (مقاييس الإحصاء الوصفي، اختبار معامل الإلتواء (Skewness)، اختبار معامل التفلطح (Kurtosis)، اختبار ألفا كرونباخ، (Cronbach's Alpha)، معامل الارتباط بيرسون).

4.4. صدق أداة الدراسة: لاختبار صدق المقياس هناك طرق متعددة تم الاعتماد على قسم منها هي:

1.4.4. الصدق الظاهري: صدق المحكمين: وقد تم تحقيقه من خلال عرض عبارات الاستمارة على مجموعة من الخبراء المختصين في الموضوع، ولقد تمت الاستجابة لأراء المحكمين بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرجت الاستمارة في صورتها النهائية بحيث تضمنت 32 عبارة.

❖ صدق المقياس:

— الاتساق الداخلي: تم حساب الاتساق الداخلي للاستمارة من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الاستمارة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

الجدول رقم(1): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور "ريادة الاعمال" والدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	Sig
1	تميل المؤسسة الى تبني الأفكار الجديدة التي تتسم بنسبة مرتفعة من المخاطر	0.948	0.000
2	تبادر المؤسسة للدخول في أسواق جديدة تكون نسبة المخاطر فيها مرتفعة	0.934	0.000
3	تقوم المؤسسة بمساعدة العاملين لديها لتبني مفهوم المخاطرة في تنفيذ وظائفهم	0.854	0.000
4	تسعى المؤسسة الى استغلال الفرص التي تتاح في خضم المخاطر بشكل سريع	0.869	0.000
5	تسعى المؤسسة الى المغامرة في مشاريع جديدة غير واضحة النتائج	0.661	0.000
6	تبادر المؤسسة الى التواصل مع عملائها لتحديد احتياجاتهم المستقبلية	0.935	0.000
7	تبدي المؤسسة قدرا من المرونة على التكيف مع المستقبل المجهول	0.863	0.000
8	تبادر المؤسسة لتوقع رغبات عملائها	0.893	0.000
9	تميل المؤسسة الى متابعة فرص السوق الجديدة بقصد استغلالها	0.888	0.000
10	تعزز المؤسسة عمليات اكتشاف تكنولوجيا جديدة تساعدها في تطوير قدرات التعلم لديها	0.585	0.000
11	تبادر المؤسسة الى التواصل مع عملائها لتحديد احتياجاتهم المستقبلية	0.888	0.000
12	تعمل المؤسسة على تطوير الأفكار الموجودة لديها الى منتجات وطرحها في الأسواق للحصول على حصة سوقية اكبر	0.935	0.000
13	تسعى المؤسسة الى تقديم منتجات جديدة بالاعتماد على التكنولوجيا الحديثة	0.949	0.000
14	تبادر المؤسسة الى البحث عن أساليب إنتاج جديدة غير مستخدمة من قبل المنافسين	0.918	0.000
15	تدعم المؤسسة الأفكار الجديدة ماليا	0.828	0.000
16	تشجع المؤسسة العاملين لديها على تجربة أساليب جديدة في العمل	0.947	0.000

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20

يتضح من الجدول أعلاه أن معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور "ريادة الاعمال" والدرجة الكلية للمحور، دال

عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبذلك يعتبر المحور صادقا في قياس ما وضع لقياسه.

الجدول رقم(02): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور "الميزة التنافسية" والدرجة الكلية للمحور.

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	Sig
17	تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية تلي حاجات ورغبات الزبائن	0.959	0.000
18	تستفيد المؤسسة من التطور التكنولوجي لتحسين جودة منتجاتها.	0.920	0.000
19	تهتم المؤسسة بجودة مدخلاتها (البشرية، المعدات) المستخدمة في أداء المهام الوظيفية	0.957	0.000
20	تأخذ المؤسسة بعين الاعتبار آراء ومقترحات زبائنها بخصوص تطوير جودة منتجاتها.	0.920	0.000
21	سمعة المؤسسة مميزة مقارنة بالمؤسسات المنافسة الأخرى	0.920	0.000
22	سمعة المؤسسة رسخت صورة جيدة للمؤسسة والمنتجات التي تقدمها	0.957	0.000
23	تلاقي المؤسسة التقدير والاحترام من قبل المجتمع نتيجة المنتجات التي تقدمها	0.833	0.000
24	الاهتمام بالعمل يخلق صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة	0.858	0.000
25	تحفز المؤسسة موظفيها لتقديم الأفكار الإبداعية الخلاقة والأخذ بأرائهم ومقترحاتهم	0.758	0.000
26	تنهج المؤسسة سياسة التجديد والإبداع في منتجاتها وأساليب العمل كجزء أساسي من ثقافتها التنظيمية.	0.558	0.000
27	تطور المؤسسة من منتجاتها اعتمادا على دراسات السوق للتكيف معها	0.833	0.000
28	تسعى المؤسسة لتقديم منتجات دون عيوب قدر المستطاع.	0.833	0.000
29	تمتلك المؤسسة مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات الزبائن	0.944	0.000
30	تؤمن المؤسسة الإمكانيات الضرورية لتلبية حاجات وتطلعات المتعاملين الحاليين والمستقبليين	0.857	0.000
31	تعمل المؤسسة على تطوير أداء العاملين وتحسين مهاراتهم استجابة لمتطلبات السوق المتجددة.	0.958	0.000
32	تعمل المؤسسة على الاستجابة لشكاوي العملاء وأرائهم وأخذها بعين الاعتبار	0.945	0.000

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20

يتضح من الجدول أعلاه أن معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور الميزة التنافسية والدرجة الكلية للمحور، دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبذلك يعتبر المحور صادقاً في قياس ما وضع لقياسه.

❖ **الصدق البنائي:** يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لعبارة الإستثمار.

الجدول رقم (03): معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الإستثمار والدرجة الكلية للإستثمار.

رقم المحور	المحور	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	ريادة الاعمال	0.997	0.000
2	الميزة التنافسية	0.998	0.000

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستثمار من خلال برنامج SPSS V:20

يبين الجدول أعلاه أن جميع معاملات الارتباط في جميع محاور الإستثمار دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$)، وبذلك تعتبر جميع محاور الإستثمار صادقة لما وضعت لقياسه.

5.4. ثبات أداة الدراسة:

ويقصد بالثبات الاتساق أو الرسوخ والإستقرار والقابلية على التنبؤ بالمقياس، كما يقصد به مدى إتساق المقياس فيما يزودنا من معلومات عن سلوك الأفراد، كما يعني الإتساق في النتائج أي إعطاء النتائج نفسها إذا ما قاست الشيء مرات متتالية وللحصول على أداة قادرة على جمع معلومات دقيقة لا بد أن تكون تلك الأداة قادرة على إعطاء إجابات ثابتة نسبياً حيث يعد الثبات من متطلبات وشروط أداة الدراسة.

وقد تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باعتماد معادلة ألفا كرونباخ، تعد معادلة (ألفا كرونباخ) من أكثر الطرق شيوعاً إذ تمتاز بتنسيقها وإمكانية الوثوق بنتائجها، وتعتمد هذه الطريقة على حساب الارتباط بين درجات جميع عبارات المقياس، على اعتبار أن كل عبارة عن مقياس بذاته ويؤشر معامل الثبات على التجانس بين عبارات المقياس، وللتحقق من ثبات أداة الدراسة بهذا الأسلوب طبقت معادلة (ألفا كرونباخ) على درجات أفراد عينة الثبات وكانت النتائج كما مبينة في الجدول التالي.

الجدول رقم (04): نتائج قياس معامل الثبات ألفا كرونباخ

الرقم	البعد	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ	الصدق
	ريادة الاعمال	16	0.988	0.993
1	الجودة	4	0.858	0.926
2	السمعة	4	0.882	0.939
3	الابداع	4	0.947	0.973
4	الاستجابة	4	0.914	0.956
	الميزة التنافسية	16	0.986	0.992
	جميع محاور الإستثمار.	32	0.998	0.999

الصدق = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستثمار من خلال برنامج SPSS V:20

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه، أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة في كل محور من محاور الإستثمار، حيث تراوحت بين (0.986-0.988)، كما كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة في كل بعد من أبعاد الدراسة حيث بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ بالنسبة للمحور الأول للدراسة المتمثل في "ريادة الاعمال" (0.988)، فيما تراوحت قيمته بين (0.947-0.858)، بالنسبة لأبعاد المحور الثاني للدراسة "الميزة التنافسية"، كما كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة بالنسبة للإستثمار ككل، حيث بلغت قيمته 0.998.

إلى جانب ذلك، يوضح الجدول أعلاه أن قيمة الصدق كانت مرتفعة في كل محور من محاور الإستمارة، حيث تراوح بين (0.992-0.993)، كما كانت قيمة الصدق مرتفعة في كل بعد من أبعاد محاور الدراسة، حيث بلغت قيمة الصدق بالنسبة للمحور الأول للدراسة المتمثل في "ريادة الاعمال" (0.993)، فيما تراوحت قيمته بين (0.926-0.973)، بالنسبة لأبعاد المحور الثاني للدراسة "الميزة التنافسية"، كما كانت قيمة الصدق مرتفعة بالنسبة للإستمارة ككل، حيث بلغت قيمته 0.999.

6.4. تحليل نتائج الدراسة:

1.6.4. إختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة:

تم استخدام كلامن معامل الالتواء Skewness ومعامل التفلطح Kurtosis لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، حيث ترى بعض الدراسات الإحصائية أن "معامل الإلتواء" يجب أن يكون محصور بين 3 و-3، و"معامل التفلطح" يجب أن يكون محصور بين 7 و-7" (cao.Q & Dowlatshahi, 2005, p. 542)، إضافة إلى ذلك أن أحد الشروط الهامة التي تعتمد عليها أغلب الإختبارات المعلمية أن تكون البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ونتائج الإختبارين موضحة في الجدول الموالي.

الجدول رقم (05): نتائج إختبار التوزيع الطبيعي

الرقم	البعد	معامل الإلتواء Skewness	معامل التفلطح kurtosis
	ريادة الاعمال	-0.743	-1,159
1	الجودة	-1.024	-0,338
2	السمعة	-0.658	-1,052
3	الابداع	-0.533	-1,588
4	الاستجابة	-0.635	-1,193
	الميزة التنافسية	-0.694	-1,125
	جميع أبعاد الإستمارة	-0.717	-1,150

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه، يمكن القول أن جميع متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، حيث قدرت قيم معامل الإلتواء Skewness بالنسبة لمحاور الدراسة "ريادة الاعمال" و"الميزة التنافسية"، على الترتيب بـ -0.743، -0.694. أما بالنسبة لقيم معامل التفلطح Kurtosis، فقد بلغت بالنسبة لمحاور "ريادة الاعمال" و"الميزة التنافسية"، على الترتيب بـ (-1,125، 1,159)،

2.6.4. عرض نتائج تقييم متغيرات الدراسة:

في هذا الجزء سيتم تحليل متغيرات الدراسة في مؤسسة قديلة للمياة المعدنية، حسب إجابات مفردات العينة، حيث تم استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت 1-3)، وقد تم اعتماد القيم التالية للمتوسط الحسابي كأساس للتقييم: المتوسط الحسابي لإجابات مفردات الدراسة عن كل عبارة من (1-1.65) دلالة أعلى مستوى "منخفض" من القبول، ومن (1.66-2.32) دلالة أعلى مستوى "متوسط" من القبول، ومن (2.33-2.98) دلالة أعلى مستوى "مرتفع" من القبول.

الجدول رقم (06): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات موظفي مؤسسة قديلة للمياه المعدنية على عبارات محور "ريادة الأعمال".

رقم العبارة	العبارت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	التعليق
01	تميل المؤسسة الى تبني الأفكار الجديدة التي تتسم بنسبة مرتفعة من المخاطر	3,000	0,000	1	مرتفع
02	تبادر المؤسسة للدخول في أسواق جديدة تكون نسبة المخاطر فيها مرتفعة	3,000	0,000	2	مرتفع
02	تقوم المؤسسة بمساعدة العاملين لديها لتبني مفهوم المخاطرة في تنفيذ وظائفهم	2,028	,0060	5	متوسط
04	تسعى المؤسسة الى استغلال الفرص التي تتاح في خضم المخاطر بشكل سريع	3,000	0,000	4	مرتفع
5	تسعى المؤسسة الى المغامرة في مشاريع جديدة غير واضحة النتائج	3,000	0,000	3	مرتفع
	المخاطرة	2.805	0.001	1	مرتفع
6	تبادر المؤسسة الى التواصل مع عملائها لتحديد احتياجاتهم المستقبلية	3,000	0,000	2	مرتفع
7	تبدي المؤسسة قدرا من المرونة على التكيف مع المستقبل المجهول	2,471	,8800	4	مرتفع
8	تبادر المؤسسة لتوقع رغبات عملائها	2,0286	,9923	5	مرتفع
9	تميل المؤسسة الى متابعة فرص السوق الجديدة بقصد استغلالها	3,000	0,000	3	مرتفع
10	تعزز المؤسسة عمليات اكتشاف تكنولوجيا جديدة تساعدها في تطوير قدرات التعلم لديها	3,000	0,000	1	مرتفع
11	تبادر المؤسسة الى التواصل مع عملائها لتحديد احتياجاتهم المستقبلية	3,000	0,000	3	مرتفع
	الاستباقية	2.749	0.312	2	مرتفع
12	تعمل المؤسسة على تطوير الأفكار الموجودة لديها الى منتجات وطرحها في الأسواق للحصول على حصة سوقية أكبر	2,4714	,8800	5	مرتفع
13	تسعى المؤسسة الى تقديم منتجات جديدة بالاعتماد على التكنولوجيا الحديثة	3,000	0,000	1	مرتفع
14	تبادر المؤسسة الى البحث عن أساليب إنتاج جديدة غير مستخدمة من قبل المنافسين	3,000	0,000	2	مرتفع
15	تدعم المؤسسة الأفكار الجديدة ماليا	1,9714	,9923	6	متوسط
16	تشجع المؤسسة العاملين لديها على تجربة أساليب جديدة في العمل	3,000	0,000	4	مرتفع
	الابتكار	2.688	0.374	3	مرتفع
	نتيجة المحور الأول	2.747	0.296		مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20

❖ ريادة الأعمال:

أبدى أفراد العينة، آرائهم حول محور "ريادة الأعمال"، الذي خصصت لقياسه 16 عبارة، كما هو موضح في الجدول أعلاه، وزعت على 3 أبعاد هي كالاتي: (المخاطرة، الابتكار، الاستباقية) جسدها قيم المتوسط الحسابي، إذ تراوحت قيمه بين (2.624-2.867)، فيما تراوحت قيم إنحرافه المعياري بين (0.220-0.468)، أما على مستوى الأبعاد فقد جاء بعد المخاطرة بالترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ 2.805، وانحراف معياري بلغ 0.001، فيما جاء بعد الاستباقية بالترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 2.749، وانحراف معياري قدره 0.312، بينما جاء بعد الابتكار بالترتيب الثالث والأخير بمتوسط حسابي بلغ 2.688، وانحراف معياري قدره 0.296، فيما سجل الوسط الحسابي العام لمجموع عبارات المحور ككل قيمة (2.747)، بانحراف معياري قدره (0.296)، وهذا ما يشير إلى أن ممارسات ريادة الأعمال هي بمستوى مرتفع.

الجدول رقم (07): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية لإجابات لموظفي مؤسسة قديلة للمياه المعدنية- بسكرة- على عبارات محور "الميزة التنافسية".

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	التعليق
17	تقدم المؤسسة منتجات ذات جودة عالية تلي حاجات ورغبات الزبائن	2,4143	,90878	3	مرتفع
18	تستفيد المؤسسة من التطور التكنولوجي لتحسين جودة منتجاتها.	1,9286	,99741	4	متوسط
19	تهتم المؤسسة بجودة مدخلاتها (البشرية، المعدات) المستخدمة في أداء المهام الوظيفية	0000,3	00000,0	1	مرتفع
20	تأخذ المؤسسة بعين الاعتبار آراء ومقترحات زبائنها بخصوص تطوير جودة منتجاتها.	0000,3	00000,0	2	مرتفع
	الجودة	2.585	0.476	3	مرتفع
21	سمعة المؤسسة مميزة مقارنة بالمؤسسات المنافسة الأخرى	2,5429	,82858	2	مرتفع
22	سمعة المؤسسة رسخت صورة جيدة للمؤسسة والمنتجات التي تقدمها	1,8571	,98224	4	متوسط
23	تلاقي المؤسسة التقدير والاحترام من قبل المجتمع نتيجة المنتجات التي تقدمها	2,1429	,98224	3	متوسط
24	الاهتمام بالعمل يخلق صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة	0000,3	00000,0	1	مرتفع
	السمعة	2.385	0.698	4	متوسط
25	تحفز المؤسسة موظفيها لتقديم الأفكار الإبداعية الخلاقة والأخذ بأرائهم ومقترحاتهم	2,2714	,96190	4	متوسط
26	تنتهج المؤسسة سياسة التجديد والإبداع في منتجاتها وأساليب العمل كجزء أساسي من ثقافتها التنظيمية.	0000,3	00000,0	1	مرتفع
27	تطور المؤسسة من منتجاتها اعتمادا على دراسات السوق للتكيف معها	0000,3	00000,0	2	مرتفع
28	تسعى المؤسسة لتقديم منتجات دون عيوب قدر المستطاع.	2,5714	,80885	3	مرتفع
	الابداع	2.710	0.442	2	مرتفع
29	تمتلك المؤسسة مرونة عالية في حجم الاستجابة للتغيرات الحاصلة في حاجات ورغبات الزبائن	0000,3	00000,0	1	مرتفع
20	تؤمن المؤسسة الإمكانيات الضرورية لتلبية حاجات وتطلعات المتعاملين الحاليين والمستقبليين	0000,3	00000,0	2	مرتفع
31	تعمل المؤسسة على تطوير أداء العاملين وتحسين مهاراتهم استجابة لمتطلبات السوق المتجددة.	0000,3	00000,0	3	مرتفع
32	تعمل المؤسسة على الاستجابة لشكاوي العملاء وأرائهم وأخذها بعين الاعتبار	0000,3	00000,0	4	مرتفع
	الاستجابة	0000,3	00000,0	1	مرتفع
	نتيجة المحور الثاني.	2.67	1.284	/	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V: 20

❖ **الميزة التنافسية:** أبدى افراد العينة، آرائهم حول محور "الميزة التنافسية"، الذي خصصت لقياسه 16 عبارة، كما هو موضح في الجدول أعلاه، وزعت على اربعة أبعاد جسدها قيم المتوسط الحسابي، إذ تراوحت قيمه بين (2.385-3.000)، فيما تراوحت قيم إنحرافه المعياري بين (0.698-0.000)، فيما سجل الوسط الحسابي العام لمجموع عبارات المحور ككل قيمة (2.67)، بانحراف معياري قدره (1.284)، وهذا ما يشير إلى أن الميزة التنافسية هي بمستوى مرتفع، وفيما يلي نتائج كل بعد حسب الأهمية المعطاة له من قبل مفردات الدراسة.

– **الاستجابة:** من خلال مجمل إجابات افراد العينة على العبارات (4) التي خصصت لقياس هذا البعد، كما هو موضح في الجدول أعلاه، يتضح أن بعد الاستجابة جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل افراد العينة، إذ سجل وسط حسابي قدره (3.000)، وانحراف معياري قدره (0.000)، ووفقا لمقياس الدراسة، فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ من متوسط إجابات على عبارات بعد الاستجابة أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث بلغت المتوسطات الحسابية لكل عباراته 3.000 أما فيما يتعلق بقيم الانحراف المعياري لعباراته، فقد بلغت 0.000.

– **الإبداع:** من خلال مجمل إجابات افراد العينة على العبارات (4) التي خصصت لقياس هذا البعد، كما هو موضح في الجدول أعلاه، يتضح أن بعد الإبداع جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل افراد العينة، إذ سجل وسط

حسابي قدره (2.710)، وانحراف معياري قدره (0.442)، ووفقاً لمقياس الدراسة، فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفع، كما نلاحظ من متوسط إجابات على عبارات بعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعباراته بين (2.271-3.000)، أما فيما يتعلق بقيم الانحراف المعياري لعباراته، فقد تراوحت بين (0.000-0.961).

– الجودة: من خلال مجمل إجابات على العبارات الأربعة (4) التي خصصت لقياس هذا البعد، كما هو موضح في الجدول أعلاه، يتضح أن بعد الجودة جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد العينة، إذ سجل وسط حسابي قدره (2.585)، وانحراف معياري قدره (0.476)، ووفقاً لمقياس الدراسة، فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ من متوسط إجابات على عبارات بعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعبارته بين (3.000-1.928)، أما الانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد فقد تراوحت بين (0.000-0.997).

– السمعة: من خلال مجمل إجابات على العبارات الأربعة (4) التي خصصت لقياس هذا البعد، كما هو موضح في الجدول أعلاه، يتضح أن بعد السمعة جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد العينة، إذ سجل وسط حسابي قدره (2.385)، وانحراف معياري قدره (0.698)، ووفقاً لمقياس الدراسة، فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول متوسطة كما تعتبر هذه النتيجة كمؤشر أعلى أن مستوى سمعة هو مستوى متوسط، كما نلاحظ من متوسط إجابات على عبارات بعد أنها تشكل قبولاً متوسطاً، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعباراته بين (3.000-1.857)، أما الانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد، فقد تراوحت بين (0.000-0.982).

3.6.4. نتائج اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة: يسعى هذا المطلب لاختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية بقياس أثر المتغير المستقل في المتغير التابع بأبعاده المختلفة، باستعمال نموذج الانحدار البسيط.

– الفرضية الرئيسية: تنص الفرضية الرئيسية على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لريادة الاعمال لممارسات القيادة الإستراتيجية في تعزيز الميزة التنافسية لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة-، عند مستوى الدلالة 0.05"، لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (08): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر ريادة الاعمال في تعزيز الميزة التنافسية.

Sig	الميزة التنافسية				Beta	ريادة الاعمال
	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	درجة الحرية Ddl	قيمة T المحسوبة		
0.000	0.996	0.998	1	53.637	0.998	

الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20.

تشير النتائج الواردة في الجدول أعلاه، إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) بين المتغير المستقل المتمثل في ريادة الأعمال، والمتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة-، حيث بلغت T المحسوبة 53.637، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة العلاقة بين المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0.998)، كما تكشف قيمة معامل الارتباط عن وجود علاقة إرتباطية موجبة بين المتغيرين المستقل والتابع، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.996)، أن ريادة الأعمال تفسر ما نسبته (99.6%) من التباين في مستوى الميزة التنافسية، وبالتالي فإن ريادة الأعمال تساهم في تعزيز 99.6% من الميزة التنافسية لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة-، أما النسبة المتبقية فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

– الفرضيات الفرعية:

● الفرضية الفرعية الأولى: تنص الفرضية الفرعية الأولى على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لريادة الاعمال في تعزيز ميزة الجودة لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية – بسكرة-، عند مستوى الدلالة 0.05 "، لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (09): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لاختبار اثيريادة الاعمال في تعزيز ميزة الجودة

ميزة الجودة						المتغير
Sig	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	درجة الحرية Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	ريادة الاعمال
0.000	0.948	0.974	1	39.710	0.974	

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20

عند بحث أثر ريادة الأعمال في تعزيز ميزة الجودة لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة- كأحد أبعاد الميزة التنافسية تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، بين ريادة الأعمال وميزة الجودة، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (39.710)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة العلاقة بين ريادة الأعمال وميزة الجودة، حيث بلغت قيمته (0.974)، كما تكشف قيمة معامل الارتباط عن وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين المتغيرين السابقين، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.948)، أن ريادة الأعمال تفسر ما نسبته (94.8%) من التباين في ميزة الجودة، وهي قوة تفسيرية عالية، وبالتالي فإن ريادة الأعمال تساهم في تعزيز (94.8%) من ميزة الجودة، أما النسبة المتبقية فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

– الفرضية الفرعية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الثانية على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لريادة الاعمال في تعزيز ميزة الابداع لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية- بسكرة- عند مستوى الدلالة 0.05 "، لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (10): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لاختبار اثيريادة الاعمال في تعزيز ميزة الابداع.

ميزة الابداع						المتغير
Sig	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	درجة الحرية Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	ريادة الاعمال
0.000	0.954	0.977	1	32.277	0.977	

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20

عند بحث أثر ريادة الأعمال في تعزيز ميزة الإبداع كأحد أبعاد الميزة التنافسية، تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، بين ريادة الأعمال وميزة الإبداع، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (32.277)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة العلاقة بين ريادة الأعمال و تعزيز ميزة الإبداع، حيث بلغت قيمته (0.977)، كما تكشف قيمة معامل الارتباط عن وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية بين المتغيرين السابقين، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.954)، أن ريادة الأعمال تفسر ما نسبته (95.4%) من التباين في مستوى ميزة الابداع، وهي قوة تفسيرية عالية، وبالتالي فإن ريادة الاعمال تساهم في تعزيز (95.4%) من ميزة الابداع، أما النسبة المتبقية فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

الفرضية الفرعية الثالثة: تنص الفرضية الفرعية الثالثة على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لريادة الاعمال في تعزيز ميزة الاستجابة لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة- عند مستوى الدلالة 0.05 "، لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (11): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لاختبار اثر ريادة الاعمال في تعزيز ميزة الاستجابة

ميزة الاستجابة						المتغير
Sig	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	درجة الحرية Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	ريادة الاعمال
0.000	0.960	0.980	1	33.853	0.980	

الإرتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20.

عند بحث أثر ريادة الأعمال في تعزيز ميزة الاستجابة، كأحد أبعاد الميزة التنافسية، تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، بين ريادة الأعمال وتعزيز ميزة الاستجابة، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (33.853)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة العلاقة بين ريادة الأعمال وميزة الاستجابة، حيث بلغت قيمته (0.980)، كما تكشف قيمة معامل الارتباط عن وجود علاقة إرتباطية موجبة قوية بين المتغيرين السابقين، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.960)، أن ريادة الأعمال تفسر ما نسبته (96%) من التباين في مستوى ميزة الاستجابة، وهي قوة تفسيرية عالية، وبالتالي فإن ريادة الأعمال تساهم في تعزيز (96%) من ميزة الاستجابة، أما النسبة المتبقية فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نقبل الفرضية بصيغتها الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

الفرضية الفرعية الرابعة: تنص الفرضية الفرعية على أنه " يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لريادة الاعمال في تعزيز ميزة السمعة الجيدة لمؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة-، عند مستوى الدلالة 0.05 "، لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (12): نتائج تحليل الإنحدار البسيط لاختبار اثر ريادة الاعمال في تعزيز ميزة السمعة الجيدة

ميزة السمعة الجيدة						المتغير
Sig	معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	درجة الحرية Ddl	قيمة T المحسوبة	Beta	ريادة الاعمال
0.000	0.992	0.996	1	49.411	0.996	

الإرتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V:20.

عند بحث أثر ريادة الأعمال في تعزيز ميزة السمعة الجيدة، كأحد أبعاد التمييز التنظيمي، تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)، بين ريادة الأعمال وتعزيز ميزة السمعة الجيدة، حيث بلغت قيمة T المحسوبة (49.411)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى وجود العلاقة بين ريادة الأعمال و ميزة السمعة ، حيث بلغت قيمته (0.996)، كما تكشف قيمة معامل الارتباط عن وجود علاقة إرتباطية موجبة قوية بين المتغيرين السابقين، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.992)، أن ريادة الأعمال تفسر ما نسبته (99.2%) من التباين في مستوى ميزة السمعة الجيدة، وهي قوة تفسيرية عالية، وبالتالي فإن ريادة الأعمال تساهم في تعزيز (99.2%) من ميزة السمعة الجيدة، أما النسبة المتبقية فإنها تعزى لمساهمة متغيرات أخرى لم تؤخذ في النموذج، وبالتالي نرفض الفرضية بصيغتها الصفرية ونقبل الفرضية البديلة ، وذلك عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$).

5. خاتمة:

بعد تحليل النتائج الميدانية واختبار النموذج وفرضيات الدراسة، استخلص الباحثان النتائج التالية:

بالنسبة لمحور زيادة الأعمال:

- ✓ أن كل الإجابات وفي جميع أبعاد محور "زيادة الأعمال" كانت بمستوى مرتفع؛
- ✓ بناءً على قيم الأوساط الحسابية للأبعاد الثلاث التي تضمنها محور زيادة الأعمال، فقد حقق المحور على المستوى الإجمالي، وسطحاً حسابياً بلغ (2.747)، بانحراف معياري قدره (0.296)؛
- ✓ تدرجت مراتب أبعاد محور "زيادة الأعمال" على النحو التالي: المخاطرة بالمرتبة الأولى، تلاها الاستباقية المرتبة الثانية، ثم الابتكار بالمرتبة الثالثة.

بالنسبة لمحور الميزة التنافسية:

- ✓ أظهرت النتائج ارتفاع مستوى الميزة التنافسية بالنسبة للمؤسسة محل الدراسة، إذ حقق هذا المحور متوسط حسابي إجمالي قدر بـ: 2.670 وانحراف معياري قدر بـ: 1.284.
- بالنسبة لعلاقة التأثير بين زيادة الأعمال والميزة التنافسية:
- ✓ أثبتت الدراسة الميدانية وبعد استخدام الاختبارات اللازمة وجود تأثير معنوي لزيادة الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية بإبعادها الأربعة مجتمعة.
- ✓ كما أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية لزيادة الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية بإبعادها الأربعة (الجودة، الابداع، الاستجابة، والسمعة) على نحو مستقل.
- وبناءً على ما سبق فإنه تم اثبات صحة فرضيات الدراسة الأربعة:

التوصيات:

- بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإننا نتقدم بالتوصيات التالية لمسئولي المؤسسة محل الدراسة للارتقاء بمستوى أدائها وتحسين ميزاتها التنافسية:
- العمل على انتهاج سياسات إدارية تعمل على تشجيع إطلاق العنان لأفكار العاملين الجديدة (الريادية) والاحذ بها وتنفيذها.
- تقديم مكافأة مجزية نظير جهود العاملين الريادية.
- ضرورة توفير الوسائل الضرورية مادية كانت او معنوية لتنفيذ أفكار الموظفين الريادية وتحويلها لواقع عملي.
- ضرورة تخصيص نسبة من ميزانية المؤسسة تعنى بتطوير الأفكار الريادية وتنفيذها.
- ضرورة التأكيد على دور زيادة الأعمال في استمرارية تحسين قدرات المؤسسة وتميزها.

1. <https://b7oth.net>.(2023 ,04 26) .
2. mary coutler .(2001) .Entrepreneurship in action .,U.S.A: published on prentice hall.
3. paul coyl و Gibb allan .(2013) .The Entrepreneurship University :From Concept To Action , Editors .uk .National Centre for Entrepreneurship in Education: Gay Haskins.
4. cao.Q. & Dowlatshahi, S. (2005). The impact of alignment between virtual enterprise and information technology on business performance in an agile manufacturing environment. Journal of operations management.
5. ابراهيم نقد. (2017). دور المراجعة الاستراتيجية في دعم المزايا التنافسية للمنشآت الصناعية السودانية. كلية الدراسات العليا: جامعة النيلين.
6. الاغا و فيق. (2009). الريادة في الشركات العربية بمنظور استراتيجي. مجلة جامعة الأزهر بغزة سلسلة العلوم الانسانية ، 11 (A-1).
7. حجاج عبدالرؤوف. (2007/2006). الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: مصادرها وظور الابداع التكنولوجي في تنميتها، دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي. مذكرة مقدمة لمكلمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير التخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات جامعة سكيكدة: الجزائر.
8. سالم الياس. (2021). التنافسية و الميزة التنافسية في منظمة الأعمال. مجلة ابحاث ودراسات التنمية ، 8 (1).
9. سلامي فتيحة. (2014/2013). دور تسيير الكفاءات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة ، دراسة حالة للمديرية العمليانية لاتصالات الجزائر بالبويرة ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير ، إدارة أعمال الإستراتيجية . جامعة البويرة.
10. سهاد محمد، و الرومي اسماعيل. (2016/2015). إدارة المعرفة وعلاقتها بالميزة التنافسية لدى البنوك العاملة في مدينة الخليل ، رسالة ماجستير قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال. فلسطين: جامعة الخليل.
11. سهام موفق. (2013). مساهمة القيادة الإستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة. ابحاث اقتصادية وادارية معاصرة (14).
12. عثمان ليلي. (2017/2016). عثمان ليلي ، دراسة تحليلية لدور الابتكار التسويقي في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، دراسة حالة مؤسسات الصناعة condor الالكترونية و الكهرومنزلية ، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه (ل م د) في العلوم التجارية ، اتصال تسويق . الجزائر.
13. فايز النجار ، و علي محمد. (2006). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. الاردن: دار حامد للنشر والتوزيع.
14. قيس زهير ، و سنية كاظم م. (2016). تأثير تقانة المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية لشركة اسيا سيل للاتصالات الخلوية -بغداد. مجلة كلية بغداد (49).
15. من الموقع: <https://b7oth.net> /اطلع عليه بتاريخ 2023/04/26. (بلا تاريخ).
16. و فيق الاغا. (2009). الريادة في الشركات العربية بمنظور استراتيجي. مجلة جامعة الأزهر بغزة ، 11 (1).
17. سليمان ح. خ. & ، ابتسام ا. ح. (2019). عمليات إدارة المعرفة و دورها في تحقيق متطلبات إقامة الميزة التنافسية (دراسة استطلاعية في منشآت صناعية في مدينة الموصل .مجلة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية .(26) 11 ،

مساهمة ريادة الأعمال في تنمية مهارات العاملين لدى مؤسسة صيدال الجزائر

The relationship between entrepreneurship and developing skills among employees of the Sidal Foundation in Algeria

عيشوش هشام¹، هشام كمون²، لبيبي عبد المالك³

¹ جامعة حمه لخضر الوادي، (الجزائر)

² جامعة سفاقص - تونس

³ جامعة حمه لخضر الوادي، (الجزائر)

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية مساهمة ريادة الأعمال في تنمية مهارات العاملين، وباعتبار العامل المحور الاستراتيجي في نشاط المؤسسة، وعليه فإن تنمية هذا المورد يعتبر مفتاح من أجل الوصول لتحقيق التفوق والتميز. أقيمت هذه الدراسة على مؤسسة صيدال لمعرفة مدى مساهمة ريادة الأعمال في تنمية مهارات العاملين من خلال أبعاد ريادة الأعمال، ولقد تم توزيع الاستبيان على 94 إطار في المؤسسة وبعد تحليل بيانات الاستبيانات الموزعة باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS V25)، حيث استخدم في التحليل الإحصائي للبيانات عدة أساليب إحصائية من بينها مقاييس الإحصاء الوصفي، ... الخ، ولقد أظهرت الدراسة أن ريادة الأعمال تساهم في تنمية مهارات العاملين وذلك من خلال البعد الإداري، البعد التحويلي، البعد السياسي والبعد الأخلاقي، حيث تسمح هذه الأبعاد بمناقشة أفكار جديدة عن طريق الحوار حيث يسمح بتنمية مهارات العاملين، ولقد خلصت الدراسة بنتيجة مفادها وجود علاقة إيجابية قوية بين ريادة الأعمال وتنمية مهارات لدى العاملين، بحيث تعتمد عملية تنمية مهارات العاملين على أبعاد ريادة الأعمال، الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ البعد الإداري؛ البعد التحويلي؛ البعد السياسي؛ تنمية مهارات العاملين.

Abstract: This study aimed to find out how entrepreneurship contributes to the development of knowledge, given that knowledge represents a strategic focus in the enterprise's activity, and therefore the development of this resource is considered a key to achieving excellence and excellence. This study was conducted on the SAIDAL Foundation to find out the extent to which entrepreneurship contributes to the development of workers' knowledge through the dimensions of entrepreneurship. Statistical methods, including measures of descriptive statistics, ... etc., and the study showed that entrepreneurship contributes to the development of knowledge through the administrative dimension, the transformational dimension, the political dimension and the ethical dimension, as these dimensions allow discussing new ideas, as dialogue allows the generation of more developed ideas The study concluded that there is a strong positive relationship between entrepreneurship and the development of knowledge among workers, so that the knowledge development process depends on the dimensions of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, administrative dimension, transformational dimension, political dimension, ethical dimension,

إن المؤسسة التي تسعى للتميز والريادة يتطلب منها وجود رواد أعمال يملكون مهارات التي تمكنهم من مواجهة والصمود أمام المنافسين، وبالتالي تنقلها من مرحلة إلى مرحلة جديدة تمنحها مكانة أكبر في السوق، بحيث تعمل بشكل مستمر لتأكيد ما تريد تصوره وهذا ما يتطلب من الرواد توضيح القيم المؤسسة، ومعتقداتها وهويتها لجميع العاملين.

وعليه فريادة الأعمال تهتم بالربط بين ماضي المؤسسة، حاضرها ومستقبلها للاستمرارية من أجل مواجهة المنافسين ومواكبة التغيرات والتطورات الحاصلة في بيئة تنافسية تتميز بالديناميكية، حيث يعتبر الثابت الوحيد هو التغيير، ولا يمكنها الوصول لما تسعى لتحقيقه دون أن تتوفر لها المهارات الضرورية بشكل دائم ومتجدد، وبالتالي تكون مطلعة على كل التغييرات الطارئة لتمتكن من استغلال الفرص التي تكون مصدرا لخلق قيمة مضافة واستثمارها لتحقيق المكاسب بأسلوب يصعب تقليده لتصل بذلك للتميز.

لذا فريادة الأعمال التي تمتلك رؤية استراتيجية واضحة ومؤثرة، تهتم بالقيم والمعتقدات وألويات العاملين، وتعمل على ترسيخ ثقافة التغيير بشكل مستمر، بحيث يشترك فيها جميع العاملين للنجاح من أجل تحقيق ابتكارات وإبداعات، فهي فلسفة تتبناها ريادة الأعمال حتى تصل إلى مهارات جديدة تمكنها من تحقيق ما تطمح الوصول إليه. فريادة الأعمال تعتبر ركيزة للنجاح في تنفيذ استراتيجيات المؤسسة، فهي تقوم بتوجيه مواردها الداخلية والخارجية وتوحيد جهود جميع العاملين وتحريكهم نحو تحقيق هدف المؤسسة.

1.1. إشكالية الدراسة: إن التميز الذي تسعى إليه ريادة الأعمال ناتج عن الجهود والمهارات التي يمتلكها كافة الأفراد في المؤسسة من أجل التطوير والتحديث، من خلال البحث عن المهارات الضمنية لدى العاملين وإدارتها، وهذا من خلال توفير ثقافة تنظيمية تشجع على تشارك ونقل المهارات والخبرات الموجودة لدى العاملين ثم تنميتها، وتوظيفها في عملياتها واستخدامها لتطوير هيكل التنظيمي للمؤسسة وزيادة قدرتها على حل المشاكل واتخاذ القرارات.

كل هذا جعل من ريادة الأعمال العقل المفكر الذي يساعد المؤسسة لاتباع توجه ينطوي على استغلال الفرص، والبحث عن الجديد في نشاطها، فتوجه المؤسسة نحو السعي لاستغلال الموارد، واستكشاف المهارات الضمنية للعاملين والبحث عن التجديد، من أجل تنمية مهارات لدى العاملين تمهيدا للتفوق والبقاء والازدهار. ولذا فقد تم طرح الإشكالية التالية:

هل يوجد علاقة بين ريادة الأعمال وتنمية مهارات لدى العاملين؟

2.1. فرضيات الدراسة: من أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية التي تم طرحها، يمكننا اقتراح الفرضية الرئيسية التالية:

— تساهم ريادة الأعمال في تنمية معرفة العاملين.

وتتفرع من خلال الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

● هل يوجد علاقة بين البعد الإداري لريادة الأعمال وتنمية مهارات العاملين؛

● هل يوجد علاقة بين البعد التحويلي لريادة الأعمال وتنمية مهارات العاملين؛

● هل يوجد علاقة بين البعد السياسي لريادة الأعمال وتنمية مهارات العاملين.

3.1. أهداف الدراسة:

● تسليط الضوء على أبعاد ريادة الأعمال التي تعتبر وسيلة للتأثير في سلوك العاملين من أجل تنمية مهاراتهم ودفعهم للابتكار والإبداع.

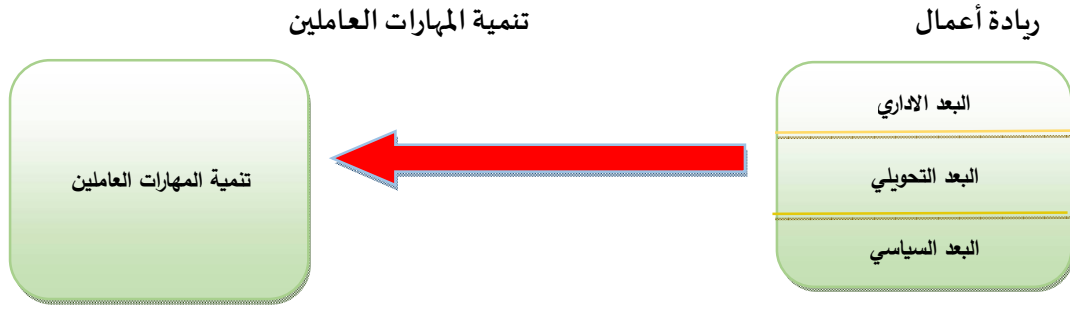
● معرفة ما إذا كانت مؤسسة صيدال تدرك أهمية تثمين تنمية مهارات العاملين.

● التعرف على ريادة الأعمال في مؤسسة صيدال ومدى تأثيرها في تنمية مهارات العاملين.

4.1. أهمية الدراسة:

- لقد تم التطرق لموضوع زيادة الأعمال وتنمية مهارات خلال السنوات الأخيرة في كل من الدول المتقدمة والنامية بشكل واسع، إلا أن دور زيادة الأعمال في تنمية مهارات لم يحدد بشكل واضح بالدول النامية، وبالتالي جاءت هذه الدراسة لبيان مساهمة هذه الأخيرة في تحديد أهداف هذه عملية.
- إن السبيل الوحيد للمؤسسات لتحقيق التميز من خلال امتلاك العاملين يمتلكون المهارات التي يصعب تقليدها، لذا فإن البحث عن مهارات الضمنية لدى العاملين يجعل المؤسسة تتفوق عن منافسيها، حيث أكدت العديد من الدراسات أن المؤسسات التي تملك ميزة تنافسية تقوم بعملية تنمية المهارات العاملين من أجل البقاء في المنافسة ولا يتأتى ذلك إلا بوجود رواد أعمال لهم القدرة على التأثير في سلوك العاملين وتوجيههم، ويكون ذلك من خلال قيادة حكيمة تعمل على تحسين أداء العاملين، عن طريق الاستثمار في رأس المال البشري نظرا للدور الرئيسي الذي يلعبه في توليد القيمة المضافة، من خلال القدرة على الإبداع وتحقيق الأداء المتميز، وعليه أضحت نجاح المؤسسات الاقتصادية وريادتها يتوقف على مدى توجهها للاستثمار في هذا المورد الثمين.
- تعد صناعة الصيدلانية من أبرز الصناعات في العالم، حيث ترجع هذه الأهمية لاعتمادها على أنشطة البحث والتطوير، مما يستوجب الاعتماد على الباحثين، من أجل اكتشاف مهاراتهم وتطويرها وحسن استغلالها.

5.1. نموذج الدراسة:



2. الإطار النظري:

1.2. ريادة الأعمال:

1.1.2. مفهوم ريادة الأعمال: لقد تعددت التعريفات الخاصة بريادة الأعمال واختلفت فيها وجهات نظر الباحثين حيث نذكر أهم التعاريف التي وردت في هذا المجال، يرى (Barak et al) أن أحد قادة القوات العامة العسكرية يقول: "ريادة الأعمال الحقيقية هي محاولة الحصول على الأفكار الكبيرة والمهمة، ومن ثم العمل على إيصالها بشكل فعال إلى العاملين" (Salmoni et al، 2016، 75) فحسب هذا التعريف تركز ريادة الأعمال على الجانب الفكري والمعنوي الضروري لتوليد الأفكار المهمة، من خلال توفير الجو الملائم والمناسب للعمل حتى يجعل العلاقة بفريق العمل وطيدة، وبالتالي يتمكن من إيصال أفكاره وتوضيحها لجميع العاملين.

أما حسب ما يرى (Crow) إن ريادة الأعمال تعتمد على فكرة الولاء والتأثير في العاملين حيث اعتبرها: "تلك الأفعال التي تركز بشكل كبير على تحديد التوجه الطويل الأمد والرؤية الاستراتيجية، وإيصال هذه الرؤية إلى الجهات ذات العلاقة، كما تركز على الولاء والقوة اللازمة لإدراك هذه الرؤية وتحقيقها، وإلهام الآخرين للتوجه نحو الاتجاه الصحيح" (الفيحان و جلاب، 2018، 4)، ومن خلال هذا التعريف تركز ريادة الأعمال على الممارسات التي تقوم من خلالها القيادة بإيصال رؤيتها إلى جميع العاملين من خلال فكرة التركيز على الولاء، واستعمال القوة لإدراك تلك الرؤية.

أما حسب (Wheeler et al) إن ريادة الأعمال تتضمن مجموعة من الممارسات التي تبني قدرة المؤسسة على التغيير، وقد اقترحوا أربعة عناصر تطور وتحافظ على هذه المقدرة، وهي: الالتزام بغاية المؤسسة، تركيبة فريق الإدارة العليا، القدرات والدوافع المحفزات الداخلية للأفراد في جميع أنحاء المؤسسة واختيار الاستراتيجية التي تمكن المؤسسة من التقدم والتميز (Lear LW، 2016، 6).

وعليه يمكن القول بأن ريادة الأعمال هي العملية التي يتم من خلالها تصور لمستقبل المؤسسة، ووضع الرؤية المستقبلية المخطط لها، وبالتالي إحداث التغييرات الضرورية في حاضرها، ويتم ذلك من خلال التعاون بين جميع أعضاء المؤسسة وتنظيم وحشد الموارد البشرية والمادية مع توفير المعلومات، فهي تمثل القدرة على التفكير، وحسن التصرف وتحفيز العاملين والتواصل معهم.

2.1.2 خصائص ريادة الأعمال: إن الاهتمام المتزايد بموضوع ريادة الأعمال يوجي دون أي شك بأهمية هذا الموضوع في ظل التحولات السريعة التي تشهدها بيئة الأعمال، كما أن الخصائص التي تتميز بها ريادة الأعمال جعلتها محور اهتمام الباحثين والإداريين، ومن هذه الخصائص نذكر ما يلي (أشرف السعيد، أحمد محمد، 2014، 193):

- تأثير ريادة الأعمال في فترات زمنية: ينبغي التركيز على أهداف بعيدة المدى وفي نفس الوقت يعمل على تحقيق الأهداف القصيرة المدى، كما ينبغي المحافظة من أجل تحقيق التوازن بين الأهداف البعيدة والقريبة الأجل للمؤسسة.
- ريادة الأعمال تشمل غالبا تغييرا جوهري: تتميز ريادة الأعمال بالتغيير في توجه المؤسسة لأنها تؤدي إلى حدوث تغيير جوهري فيها، وبالتالي تساعد العاملين على تقبل الأفكار الجديدة، ويأتي هذا لمواجهة التغييرات الحاصلة في بيئة الأعمال التي تعمل بها المؤسسات الحالية والتي تتميز بالتغيير المتسارع.
- دعم ريادة الأعمال عملية التعلم المستمر: لم يعد كافيا تعلم فرد واحد في المؤسسة، بل اجبار جميع العاملين على اتباع أوامر القيادة العليا من أجل تقديم حلول للمشاكل التي تواجهها المؤسسة، فالمؤسسات المتفوقة هي المؤسسات تعمل على استغلال طاقات عمالها في كافة المستويات.

3.1.2. أهمية ريادة الأعمال: يتوقف نجاح المؤسسات في مجال عملها على حجم إمكانياتها المادية والبشرية، أي اليد العاملة المعرفية التي تملك المعرفة الضمنية والصريحة، وعليه فهذا الكم الهائل من المعارف أو الرصيد من المعارف لا بد له من مرشد لكيفية استثماره وحسن استغلاله، حيث يرى (Hughes et Beatty) إن محور عمل ريادة الأعمال هو تحريك المؤسسة حتى تزدهر على المدى البعيد وبالتالي تحقق الميزة التنافسية، وعليه فإن ممارسة ريادة الأعمال تتوضح عندما يفكر الأفراد، وعندما يؤثرون بطرق تعزز الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة (Hughes، et Beatty، 2019، 9).

وعموما يمكن القول بأن ريادة الأعمال تحتل مكانة هامة من أجل نجاح وتفوق المؤسسة، كما تلعب دورا كبيرا في الحفاظ على هذه المكانة، وتبرز أهمية ريادة الأعمال:

- تهتم ريادة الأعمال بالهيكل التنظيمي للمؤسسة، رأس المال الاجتماعي وبالأفراد والقدرات التنظيمية. وتعمل على تطوير هذه العناصر بهدف تجنب التهديدات واستغلال الفرص في الوقت المناسب (Boal et Schultz، 2017، 412).
- تحدد ريادة الأعمال هدف المؤسسة من خلال وضع الرؤية لها، كما أنها تراقب المحيط الداخلي والخارجي للمؤسسة، وتحديد وظيفتها الأساسية من خلال التنسيق بين المؤسسة وبينتها الخارجية المتوقعة، وكذلك اتجاهات السوق والقوى العاملة واجراءات المنافسين (Ahadiat، 2019، 150).
- تنمية رأس المال المعرفي داخل المؤسسة، حيث تسعى ريادة الأعمال إلى تنمية المورد البشري واستغلاله والحفاظ عليه من خلال توفير مناخ مناسب للعمل وتفعيل المشاركة الجماعية وتهيئة الظروف لتنمية المعارف لدى العاملين (موفق سهام، 2013، 301).

4.1.2. أبعاد قيادة الأعمال: وقد قدم (Pisapia) نموذجاً لقيادة الأعمال ذو أربعة أبعاد يتضمن مجموعة من السلوكيات الريادية، حيث يوازن فيها بين الريادة والإدارة، وفي نفس الوقت يوظف الطرق لتسويق أفكاره، ويرسخ القيم التي تعتبر أحد المهام التي يجب إنجازها، وهي على النحو التالي:

❖ **البعد الإداري:** يرى (Pisapia) أن المؤسسات تقوم بتوظيف العاملين وتستثمر هذه القدرات المتنوعة لإنجاز المهام المختلفة، باتخاذ القرارات بشكل عقلاني لمساعدة المؤسسة على القيام بالأنشطة اليومية عن طريق الرقابة واتباع القواعد، طبقاً للأهداف المحددة ويبتكرون الأولويات والخطط، ويضعون الميزانية، ويعملون على حل المشكلات، ويدعمون الاستقرار، ويستخدمون القوة القانونية للقيام بالعمل (Pisapia، 2019، 6)، وتنظر (Capon) إلى الريادة باعتبارها مرادفة لكلمة قيادة الإدارة، وبالتالي من الصعب الفصل بينهما (Capon، 2018، 32).

تتسم الريادة من خلال البعد الإداري بعدة وظائف هي: التخطيط، التنظيم، التوجيه والرقابة، ويتضح لنا من خلال هذا البعد أن وظيفة التخطيط، هي جوهر الريادة الفعالة حيث تبدأ وظيفة الريادة بالتخطيط وتنتهي بالرقابة التي تزود بالمعلومات الضرورية حول ما تم إنجازه من خلال عملية التخطيط، وبالتالي أصبحت وظيفة التخطيط ترتبط بالأمان، فالتخطيط يعتبر لغة العصر واستعداد للمجهول فهو يحتل موقع الرأس في العمل الريادي (علي عباس، 2016، 77).

❖ **البعد التحويلي:** إن قيادة الأعمال من خلال البعد التحويلي تبحث عن إشباع حاجات العاملين المحتملة والبحث عن دوافعهم والسعي لإرضاء حاجات الإدارة العليا، بحيث ينتج عن قيادة الأعمال من خلال هذا البعد علاقة التحفيز والسمو المتبادل والذي يحول العمال إلى قادة، ويؤكد (Glanz) من خلال البعد التحويلي بشكل عام على إبراز مهارة رواد الأعمال وخصوصاً في بيئة تتسم بعدم الاستقرار، ذلك لأن العمل الاستراتيجي يتمثل في أحداث التغيير وتحويل البيئة التنظيمية إلى بيئة أكثر تحفيزاً من أجل إنجاز الأعمال وأداء المهام بطرق متميزة (Glanz، 2016، 81).

ويمكن القول بأن قيادة الأعمال من خلال البعد التحويلي تعمل على بناء رؤية تعتمد على استشراف المستقبل، مع توفير البيئة المحفزة للعاملين للاستفادة من معارفهم وقدراتهم المتنوعة، وأحداث التغييرات اللازمة لتحقيق الرؤية المستقبلية، لذا حدد (bass et afflio) أربعة أبعاد، وتعتبر هذه أبعاد ليست مقتصرة على المستويات الإدارية العليا، بل في مختلف المستويات الإدارية في المؤسسة وهي على النحو التالي: التأثير المثالي التأثير الكاريزمي، الحافز الإلهامي، الاستثارة الفكرية، الاعتبار الفردي. (عثماني أحمد، 2019، 43).

❖ **البعد السياسي:** حسب (Hughes Beatty) إن المشهد السياسي يعد أحد الجوانب المهمة عند محاولة التأثير باتجاه الإدارة العليا واقتناعها بتغيير بعض توجهاتها أو تعديلها، وعليه يجب الأخذ في الاعتبار توقيت التأثير، كما يعتبر المشهد السياسي مهم عند ممارسة التأثير على الأفراد خارج المؤسسة، ولأن حالة الغموض وعدم التأكد، والموارد المقيدة تحدد طبيعة التفاعل بين المؤسسة وبيئتها الخارجية، فإن البعد السياسي يؤدي دوره في العلاقات التفاعلية مع الكيانات الخارجية المؤثرة في عمل المؤسسة (هيوز ريتشارد وبيتي كارتين، 2016، 205).

ويؤكد (Morrill، 264) بأن قدرة إقناع العاملين وبناء التحالفات الاستراتيجية مع المؤسسات، ومكافأة العاملين، والمساومة والتفاوض، وطرق التعامل مع المقاومة، واستعمال السلطة للتأثير في العاملين على نحو فعال، في الوقت المناسب، تمثل الدور السياسي لريادة الأعمال وتتمثل في سياسة التمكين، سياسة التحفيز وسياسة استقطاب العاملين.

2.2. الإطار النظري لتنمية المهارات العاملين:

1.2.2. مفهوم تنمية المهارات: تعددت التعاريف الخاصة بتنمية المهارات نذكر منها تعريف (Helmstardter) تنمية المهارات: "التفاعل الإداري بين العاملين ضمن إطار عمل من الجهات التشاركية الذي يضم كل من القوانين، المعايير الأخلاقية، القواعد السلوكية

العادات... الخ، وبالتالي فموضوع تنمية المهارات يتعلق بالتفاعل بين الأطراف المشاركة من أجل إنتاج المهارات، فالتفاعل في حد ذاته يمكن أن يطلق عليه تنمية المهارات". (Chay Y.Wah et al، 2021، 120)

حسب هذا المفهوم هو التفاعل من الجانب الاجتماعي الذي ينشأ عنه تنمية المهارات، حيث يرتبط بالأفراد من خلال العلاقات التفاعلية التي تتم بين العاملين داخل المؤسسة.

حسب (Hendriks) "فإن تنمية المهارات تقوم على وجود علاقة بين الأفراد العاملين الذين يملكون المهارات وبين مكتسبي هذه المهارة"، (Chonticha Mathuramaytha، 2020، 286). فعادة ما يعكس تشارك المهارات أي تبادل المهارات بين فردين: الأول مانح المهارة والثاني مستوعب لهذه المهارة، فتشارك المهارة يركز على رأس المال البشري وعلى التفاعل بين الأفراد. (Carolyn M، Jacobson، 2019، 1634)

ومن خلال ما سبق، يمكن تعريف تنمية المهارات على أنها مجموعة من العمليات والممارسات التي يتم من خلالها تبادل ونقل المهارات من خلال التعاون، الاتصالات والتفاعل الاجتماعي بين الافراد العاملين في المؤسسة.

2.2.2. خصائص تنمية المهارات العاملين: لتوضيح خصائص تنمية المهارات، واكتشاف أعماقها، والتطرق إلى خصائصها، يشير الباحثان (Housel et Bell) إلى مجموعة من الخصائص والتمثلة فيما يلي (نجم عبود، 2013، 26):

- المهارة تتولد: تملك بعض المؤسسات أفراد مبدعون وهذا يجعلها قادرة على الابتكار وتوليد المهارة جديدة.
- المهارة تموت: إن المهارة التي تتشكل من خلال تجارب هي التي يتم تسجيلها في الكتب، وإن ما يتم تسجيله في الكتب هو القليل جدا، لهذا فإن غالبية المهارات تموت بموت الفرد.
- المهارة يتم تملكها: أغلب المهارات ذات قيمة وتزيد من ثروة المؤسسات، ويتم الاحتفاظ بها، في المؤسسة بشكل قانوني لتصبح براءة اختراع.

— المهارة تنتقل: تملك المؤسسة التي تمتلك المهارات، تشجع على نقل هذه المهارات المحتفظة بها في عقول العاملين.

— المهارات تخزن: إن المهارات يتم تخزينها في شكل معارف عن طريق الورق، الأفلام، الأشرطة، وعلى وسائل التخزين الإلكترونية.

3.2.2. أهمية تنمية المهارات العاملين: تكمن أهمية تنمية المهارات في النقاط التالية: (الكبيسي، 2015، 13):

- إن تنمية المهارات تدفع المؤسسات لتكون أكثر مرونة لمواجهة التغييرات، من خلال دفعها للاعتماد على أشكال التنسيق والتصميم والهيكل التنظيمي لتكون أكثر مرونة.
- تتيح تنمية المهارات العاملين للمؤسسة التركيز على الأقسام الأكثر إبداعا للتواصل مع أفرادها وجماعاتها.
- تساهم تنمية المهارات العاملين في نقل المجتمعات إلى مجتمع معرفي، وبالتالي حدوث التغيير في المؤسسة، لتتكيف مع التغييرات في بيئة الأعمال.

• تستفيد المؤسسة من تنمية المهارات العاملين، من خلال بيعها أو المتاجرة بها أو استخدامها لتعديل منتج معين.

4.2.2. علاقة ريادة الأعمال بتنمية المهارات العاملين: تسعى ريادة الأعمال من خلال أبعادها الأساسية المتمثلة في: البعد الإداري، البعد التحويلي، البعد السياسي، البعد الأخلاقي، إلى معرفة العلاقة بين ريادة الأعمال والتنوع المعرفي.

❖ البعد الإداري: تسعى ريادة الأعمال إلى المساهمة في تنمية مهارات العاملين، من خلال البعد الإداري عن طريق التخطيط، التنظيم، والرقابة والتوجيه، حيث تقوم بتعيين العاملين وتستثمر قدراتهم المتنوعة لإنجاز المهام المختلفة، وبالتالي تقوم هذه العملية على أساس قدرة العاملين على فهم المهارات واستيعابها وإدراكها ووضع تصورها في شكل مهارات جديدة يمكن فهمها لدى جميع العاملين. إن التشارك في المهارات بين العاملين تمكن العاملين من تجاوز العوائق الروتينية في العمل، وبالتالي تدفعهم للبحث عن الحقائق من

خلال تبادل الآراء وتقديم النصائح كما أن تنوع المهارات في المؤسسة تساعد العاملين على تحديد وفهم أدوارهم في المؤسسة وبالتالي توليد مهارة جديدة، وهذا ما يسمح لهم بتحقيق الرقابة والتوجه الذاتي لمهامهم وتفكيرهم. (Nonaka et al, 2012, 25)

❖ **البعد التحويلي:** تسعى ريادة الأعمال من خلال البعد التحويلي إلى دعم تنمية المهارات لدى العاملين من خلال التحفيز الإلهامي، حيث تعمل على بناء رؤية تعتمد على استشراف المستقبل، مع توفير البيئة المحفزة للعاملين لاستخدام القدرات المتنوعة لدى العاملين، وإحداث التغييرات اللازمة لتحقيق الرؤية المستقبلية، حيث يرى (Caniels et al, 2017, 1106) أن ريادة الأعمال تشجع العاملين المبدعين وتحفزهم فكريا، وتدعمهم من خلال توفير الحرية والاستقلالية للعاملين، فهذه البيئة المشجعة تحفز العاملين الذين يرغبون في الابتكار، وبالتالي تؤثر فيهم إيجابيا لتدعم عملية الإدراك مهاراتهم، حيث تسمح للعاملين باستخراج ما يملكونه من مهارة كامنة لديهم لتتحول إلى مهارة جديدة.

كما أشار (Zacher et Rosing, 2015, 57) أن ريادة الأعمال تجعل المؤسسة مبدعة من خلال إلهام وسرد القصص الناجحة للعاملين مما يسمح لهم بالتجريب، ويشجعهم للانفتاح على مهارات مكتسبة من أجل توليد مهارات الجديدة والمبتكرة، ويشير (Caniels et al, 2017, 1105) إلى أن ريادة الأعمال من خلال البعد التحويلي تدفع العاملين المبدعين في المؤسسة إلى البحث المتواصل والتجريب من أجل الوصول إلى مهارات جديدة، فمن خلال إلهام العاملين وسرد القصص لهم تبعث في نفوسهم رغبة ذاتية في العمل وهذا ما يجعلهم يقضون وقتا أكبر في أداء مهامهم، فتزيد مهارتهم، فالحوافز الذاتية تعتبر عامل أساسي لتوليد أفكار جديدة وبالتالي تنمية مهاراتهم.

❖ **البعد السياسي:** سعيا للنجاح في البيئة التنافسية تتبع ريادة الأعمال سياسة قائمة على المهارة والتمكين، وذلك من خلال إتاحة الفرصة للعاملين لتقديم أفضل ما لديهم من خبرات ومهارات تجعلهم متفوقين في عملهم، حيث تسعى ريادة الأعمال من خلال البعد السياسي عن طريق سياسة التحفيز، سياسة التمكين وسياسة التدريب لتمكين للعاملين، مما يسمح لهم بالقيام بعملية التفكير الحر الذي يدعم عملية تنمية مهارات جديدة، وبالتالي يتيح لهم تحقيق عوائد من جهودهم الإبداعية، كما يسمح تمكين العاملين بتبادل المهارات بينهم وذلك من خلال تشجيعهم وتحفيزهم، وهذا ما يدعم قدرتهم على توليد أفكار جديدة وتقديم مهارات مبتكرة. (Caniels et al, 2017, 1103)

ويشير (Matook et al) إلى أن سياسة التمكين تمنح العاملين الاستقلالية في العمل، وتسمح لهم باختيار أسلوب عمل مناسب الذي يزيد من الدافعية الداخلية للعاملين من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة بطريقة فعالة، فالعاملين الذي يتمتعون بقدر من الحرية في العمل اليومي يعتبرون الأكثر قدرة على استخدام إمكانياتهم الإبداعية التي ترتبط عادة بالبحث عن أفكار ومهارات جديدة، بحيث تتوافق توقعات العاملين مع توقعات المؤسسة من خلال تحديد سلوكيات موجبة نحو إبداع وابتكار مثل التغذية العكسية، والتطوير الوظيفي، وعليه فالتمكين يحفز أنشطة المؤسسة ويسمح بتنمية مهارات العاملين (Matook et al, 2016, 8).

* يوجد علاقة بين ريادة الأعمال تساهم وتنمية المهارات العاملين *

3. الإطار التطبيقي:

1.3. **منهج الدراسة:** اتبعنا المنهج التحليلي الوصفي لنموذج دراستنا، وذلك من خلال إتباع المنهج الاستكشافي وفقا لأسلوب الأبعاد من أجل التوصل إلى بلورة أفكارنا واقتراحها في شكل علاقات تربط بين ظاهرتي الدراسة: ريادة الأعمال مع تنمية المعرفة، بالاعتماد على تقنية دراسة الحالة لمؤسسة صيدال.

2.3. **المجال المكاني:** تمتلك مؤسسة صيدال، وحدة إنتاجية بالمنطقة الصناعية بواد السممار بالجزائر العاصمة، كما تملك المؤسسة سبع وحدات للإنتاج موزعة للدواء.

3.3 المجال الزمني: أجريت الدراسة في الفترة بين 2023/03/17 إلى غاية 2023/04/29.

4.3 مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من عمال المؤسسة الذين لديهم القدرة على التأثير في عملية اتخاذ القرار ولهم أثر إيجابي على أداء العاملين البالغ عددهم 94 إطار، حيث قمنا بمسح شامل لمجتمع الدراسة والذين يمثلون رواد الأعمال في مؤسسة صيدال حيث تم توزيع استبيان على 94 إطار وقد تم استرجاعها بالكامل.

5.3 أداة الدراسة استخدم الباحث استبيان لمعرفة أبعاد ريادة الأعمال من وجهة نظر إطارات المؤسسة وهو يشمل 34 فقرة موزعة على أربعة أبعاد أساسية وتتدرج الاجابات على مقياس ليكرت الخماسي.

أستخدم الباحثين الاستبانة كأداة لدراسة وكان الغرض منها جمع البيانات اللازمة للدراسة، حيث شملت قسمين على النحو التالي: القسم الأول: ويتضمن البيانات المتعلقة بالخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة: (السن، الجنس، الدرجة العلمية، المركز الوظيفي). القسم الثاني: المحاور والأبعاد والعبارة للإجابة عن أسئلة الدراسة، حيث اشتملت الاستبانة على (20) عبارة على النحو الآتي:

– المحور الأول: ريادة الأعمال يتضمن 20 عبارة، وينقسم إلى أربعة أبعاد هي: البعد الإداري يضم 6 عبارات، البعد التحويلي يضم 7 عبارات، البعد السياسي يضم 7 عبارات.

– المحور الثاني تنمية المعرفة، ويضم 5 عبارات.

6.3 النتائج الدراسية ومناقشتها:

1.6.3 نتائج الدراسة: قام الباحثين بحساب الاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان على عينة الدراسة البالغة 94 إطار وذلك بحساب الارتباط بين كل الفقرات والدرجة الكلية لعبارة المحور التي تنتمي إليها تلك العبارة، كما هو في الجداول التالية:

الجدول رقم (1): معاملات الارتباط أبعاد ريادة الأعمال من المحور الاول

قيمة sig	معامل الارتباط	البعد الإداري
0.000	0.586	توزعون المهام والمسؤوليات على أساس الخبرة العاملين
0.000	0.542	يتلاءم الهيكل التنظيمي للمؤسسة مع المهام المطلوب لإنجاز العمل
0.000	0.617	تحدد الأهداف القصيرة للمؤسسة على أساس قدرات والخبرات العاملين
0.000	0.696	تقومون بتقييم أداء العاملين للوقوف على مدى تطور مهاراتهم المكتسبة
0.000	0.581	تسمحون للعمال أصحاب الخبرة بالمشاركة في الاجتماعات الدورية
قيمة sig	معامل الارتباط	البعد التحويلي
0.000	0.428	تقومون بإيصال توقعاتكم للعاملين من أجل توحيد جهودهم
0.000	0.531	تشجعون العمال على انجاز المهام بطرق مختلفة
0.000	0.703	تشجعون العمال على انجاز المهام وفق الأهداف المحددة
0.000	0.591	تعملون على تنمية روح الفريق بين العاملين
0.000	0.444	تشجعون العمال على تطوير مهاراتهم من خلال التدريب
قيمة sig	معامل الارتباط	البعد السياسي
0.000	0.692	تقومون باستقطاب العمال ذوي المهارات والكفاءات
0.000	0.393	تقومون بعقد الدورات التدريبية من أجل تحسين مهارات العمال
0.000	0.539	تكرمون العمال ذوي المهارات العالية
0.000	0.611	تمنحون الحرية للعمال لإبراز مهاراتهم
0.000	0.495	تقدمون الحوافز المادية للعمال الذين يبذلون الجهد في العمل

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss25v

يتضح من الجدول السابق أننا نلاحظ أن جميع بيانات الاستبيان، لمحور ريادة الأعمال، ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة

0.05، وذلك من خلال النتائج الإجمالية التي تثبت صدق الاتساق الداخلي بين كل من عبارات الاستبيان والبعد الذي ينتهي إليه.

الجدول رقم (2): معاملات الارتباط تنمية المهارات العاملين من المحور الثاني

قيمة sig	معامل الارتباط	تنمية المهارات
0.000	0.464	تملكون برامج وأنظمة تسمح بتوثيق الخبرات السابقة
0.000	0.526	تحفزون العمال على تقديم المبادرات بشكل دائم
0.000	0.480	تسمحون للعمال بالوقوف أمام مختلف المشاكل التي تواجه المؤسسة
0.000	0.502	تسمحون للعمال بأداء العمل بأساليب مختلفة
0.000	0.419	تعقدون جلسات الحوار بين العاملين بصفة دورية لتفجير الطاقات والإمكانات
قيمة sig	معامل الارتباط	تنمية المهارات

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss25

نلاحظ من الجدول أن جميع معاملات الارتباط ذات ارتباط معنوي أكبر من 0,05، وعليه فإن عبارات المحور تنمية

المهارات العاملين تتمتع بدرجة عالية من الصدق.

❖ ثبات أداة الدراسة: يتم حساب ثبات أداة الاستبيان بواسطة عامل ألفا كرو نباخ على العينة، حيث كان معامل مصداقية الاستبيان ككل 0,932/ وهي قيمة عالية تكفي لأغراض البحث العلمي، كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3): معامل Cronbach

العدد	بمعامل Cronbach Alpha
74	89.2

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات spss25

معامل ألفا كرومباخ مرتفعة تشير إلى أن أداة القياس صالحة للتطبيق، وهذا ما يثبت ثبات الأداة ككل ويشير إلى إمكانية

ثبات النتائج التي يمكن أن يسفر عنها الاستبيان.

❖ اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (Kolmogorov-Smirnov): للتحقق من فرضية التوزيع الطبيعي، تم اللجوء إلى اختبار جودة المطابقة، تمهيدا لاستخدام طريقة تحليل الانحدار المتعدد كأحد الأساليب الإحصائية في اختبار فرضيات هذه الدراسة المعلمية، لأن الاختبارات المعلمية تتطلب من أن البيانات تتبع توزيع طبيعي، ومن خلال برنامج (SPSS) يمكن إجراء اختبار (Z de Kolmogorov - Smirnov) كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (4): الاختبار (K-S)

المتغيرات	(Z de Kolmogorov – Smirnov)	مستوى
البعد الإداري	0.083	0.200
البعد التحولي	0.066	0.200
البعد السياسي	0.060	0.200
التنمية المعرفة	0.057	0.200
البعد الإداري	0.083	0.200

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS V25 ** الارتباط دال عند مستوى 0,01*

❖ اختبار مساهمة زيادة الاعمال في تنمية مهارات العاملين: يتم اختبار الفرضية التي تنص "تساهم زيادة الاعمال في تنمية مهارات العاملين"، وذلك من خلال دراسة تحليل تباين خط الانحدار بين زيادة الاعمال في تنمية مهارات العاملين، وأيضا جدول النتائج، لكن قبل ذلك يتم دراسة علاقة الارتباط بينهم، لمعرفة علاقة أبعاد زيادة الاعمال في تنمية مهارات العاملين في مؤسسة صيدال، وبناء على ذلك تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان، لقياس قوة واتجاه العلاقة الخطية بين مكونات المتغيرات المستقلة والمتمثل في "زيادة الاعمال" والمتغير التابع والمتمثل في تنمية معرفة العاملين، وكانت معاملات الارتباط كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (5): معاملات الارتباط بين ريادة الأعمال مع تنمية مهارات العاملين

مستوى معنوية	معامل الارتباط	ريادة الأعمال
0.000	0.824**	البعد الإداري
0.000	0.844**	البعد التحويلي
0.000	0.902**	البعد السياسي

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS 25** الارتباط دال عند مستوى 0.001

يتضح من الجدول بأن أكبر معامل الارتباط بلغت قيمته (0.902) عند مستوى الدلالة (0,000)، وهو يمثل معامل ارتباط البعد السياسي بتنمية مهارات العاملين، وهي علاقة ارتباط قوية وموجبة. تليها علاقة ارتباط قوية وموجبة بين البعد التحويلي بتنمية مهارات العاملين، وبلغت قيمة معامل الارتباط (0,844) عند مستوى الدلالة (0,000)، ثم علاقة البعد الاخلاقي بتنمية مهارات العاملين بمعامل ارتباط يساوي (0,832) عند مستوى الدلالة (0,000)، ثم علاقة البعد الاداري بتنمية مهارات العاملين بمعامل ارتباط يساوي (0.824) عند مستوى دلالة (0.000)، حيث تدل نتائج الجدول أنه يوجد ارتباط قوي موجب بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وللتعرف على مدى ملاءمة خط انحدار البيانات مع الفرضية تم إجراء تحليل تباين خط الانحدار لأبعاد ريادة الاعمال مع تنمية مهارات العاملين، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (6): نتائج تحليل التباين خط الانحدار لريادة الاعمال مع تنمية مهارات

المصدر	مجموع المربعات	درجة الحرية	معامل الارتباط	معامل التحديد	الخطأ المعياري للتقدير	قيمة	مستوى المعوية
الانحدار	6.669	4	0.950	0.896	0.102	159.	0.000
البواقي	0.721	69					
المجموع	7.390	73					

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS 25

من خلال جدول تحليل تباين خط الانحدار المتعدد لريادة الاعمال مع تنمية مهارات لدى العاملين، تظهر قيمة فيشر (F) المحسوبة (159.66) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) وبهذا نستدل على صلاحية النموذج لاختبار الفرضية.

كما نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل الارتباط المتعدد لريادة الأعمال مع تنمية مهارات العاملين، قدر ب(0.950)، وهذا ما يدل على وجود ارتباط قوي وموجب بين المتغيرات، كما أن معامل التحديد قدر ب (0.896)، أي 89.6 % من التغيرات الحاصلة في تنمية مهارات راجع إلى ريادة الأعمال، وهذا يعني أن ريادة الأعمال فسرت 89.6% من التغيرات الحاصلة في تنمية مهارات العاملين، أما قيمة الخطأ المعياري التقديري بلغت (0.102)، وهذا يشير كذلك إلى صغر الخطأ العشوائي، وبالتالي يدل ذلك على جودة تمثيل خط الانحدار لشكل الانتشار النقاط وهو ما يدل على معنوية قيمة (F)، وللإجابة عن الفرضية نستدل بجدول نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر المتغيرات المستقلة ريادة الاعمال مع تنمية مهارات العاملين، الذي يبين عدة نتائج أولها قيم الميل (b) ومقطع خط الانحدار (a)، على افتراض أن جميع الأبعاد الأخرى تساوي الصفر، بحيث أسفرت الفرضيات عند معنوية (0.05)، والميل (b) بالشكل العام لمعادلة خط الانحدار البسيط كما يلي:

الجدول رقم (7): معاملات نموذج الانحدار الخطي ريادة الاعمال مع تنمية مهارات

b غير المعيارية	الخطأ المعياري	b المعيارية	قيمة	مستوى الدلالة	b غير المعيارية	الخطأ المعياري	b المعيارية
الثابت a	0.239	0.156	1.531	0.130	الثابت a	0.239	0.130
البعد الإداري	0.113	0.048	2.377	0.020	البعد الإداري	0.113	0.020
البعد التحويلي	0.340	0.056	6.060	0.000	البعد التحويلي	0.340	0.000
البعد السياسي	0.312	0.066	4.705	0.000	البعد السياسي	0.312	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS 25.

اعتمادا على نتائج الجدول السابق فان معادلة الانحدار المتعدد لريادة الاعمال مع تنمية المعرفة هي كما يلي:

$$OC = 0.0239 + 0.0113x_1 + 0.340x_2 + 0.312x_3 + 0.183x_4$$

انطلاقا من هذه المعادلة، يمكن القول إنه في حالة غياب ريادة الأعمال في المؤسسة مع تنمية مهارات العاملين والتي تقدر ب (0.239)، كما أنه كلما استخدمت المؤسسة البعد الإداري بوحدة واحدة فإن هذا يؤدي إلى زيادة في تنمية مهارات العاملين ب (0.113)، مما يشير إلى علاقة ايجابية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع حيث تظهر مستوى المعنوية (0.02) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) مما يشير إلى معنوية معلمة الميل.

كما أنه كلما استخدمت المؤسسة البعد التحويلي بوحدة واحدة فان هذا يؤدي إلى زيادة في تنمية مهارات العاملين تقدر ب (0.340)، مما يشير إلى علاقة ايجابية بين المتغير المستقل والمتغير التابع، حيث تظهر مستوى المعنوية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) مما يشير إلى معنوية معلمة الميل.

كما أنه كلما استخدمت المؤسسة البعد السياسي بوحدة واحدة فان هذا يؤدي إلى زيادة في تنمية مهارات العاملين ب (0.312)، مما يشير إلى علاقة ايجابية بين المتغير المستقل والمتغير التابع، حيث تظهر مستوى المعنوية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) مما يشير إلى معنوية معلمة الميل.

كما أنه كلما استخدمت المؤسسة البعد الاخلاقي بوحدة واحدة فإن هذا يؤدي إلى زيادة في تنمية مهارات العاملين ب (0.183)، مما يشير إلى علاقة ايجابية بين المتغير المستقل والمتغير التابع، حيث تظهر مستوى المعنوية (0.002) وهي أقل من المستوى الدلالة المعتمد (0.05) مما يشير إلى معنوية معلمة الميل.

أما بالنسبة إلى معلمة التقاطع (الثابت) بلغ 0.239 تحت مستوى معنوية (0.130) وهي أكبر من 0.05 وهذا يدل على أنه غير دال إحصائيا، كما أن نتيجة اختبار (t) على فرضيات ميل خط الانحدار المتعدد للمتغيرات المستقلة لريادة الأعمال بلغت البعد الإداري (2.377)، بمستوى دلالة (0.02)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، أما البعد التحويلي بلغت قيمة t (6.060) بمستوى دلالة (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، أما البعد السياسي بلغت قيمة t (4.705) بمستوى دلالة (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، وعليه نرفض فرضية العدم (H_0) القائلة: لا تساهم ريادة الأعمال في تنمية مهارات العاملين عند مستوى معنوية أكبر من (0.05) ونقبل الفرضية البديلة (H_1).

انطلاقا مما سبق يتم قبول الفرضية: تساهم ريادة الأعمال في تنمية مهارات العاملين.

7.3. مناقشة نتائج علاقة ريادة الأعمال في تنمية مهارات العاملين:

بناء على ما سبق، في اختبار فرضيات الدراسة من خلال الاستبيان، تم تأكيد صحة الفرضية المتعلقة بمساهمة ريادة الأعمال في تنمية مهارات العاملين، وذلك من خلال معامل الارتباط المتعدد لريادة الأعمال مع تنمية مهارات الذي قدر ب (0.950)، وهذا يدل على وجود ارتباط قوي وموجب بين المتغيرات، أي 89.6% من التغيرات الحاصلة في تنمية مهارات راجع إلى ريادة الأعمال، وهذا يعني أن ريادة الأعمال فسرت 89.6% من التغيرات الحاصلة في تنمية مهارات العاملين، مما يعني بان نتائج الفرضية تشير إلى أن ريادة الأعمال تساهم في تنمية مهارات لدى العاملين لمؤسسة في صيدال، من خلال توليد مهارات جديدة تساعد المؤسسة على تطوير منتجاتها خاصة في سوق يتميز بالسرعة في التغيير، حيث تشجع مؤسسة صيدال العمل الجماعي ضمن فريق، وبالتالي تسمح بتبادل مهارات بين العاملين وبالتالي تطويرها، وهذا ما أشارا إليه (nonaka)، بأن العمل ضمن فريق يسمح بتشارك مهارات، وبالتالي يتم بتوليد مهارات جديدة، كما أن الاتصالات الداخلية في المؤسسة تسمح بتبادل خبرات وتوليد مهارات جديدة، وسواء كانت الاتصالات رسمية أو غير رسمية من خلال عقد اجتماعات والحوار بين العمال أثناء العمل فإنها

تساهم في البحث عن أفكار إبداعية وتقديم اقتراحات لتحسين المنتج، كما أن الأجواء غير الرسمية تساعد على تخفيف التوتر الذي يسود العلاقات الرسمية، حيث يعمل الحوار البناء على سرد الأفكار ثم تطويرها عن طريق تحليل وإبداء الرأي. (عبد الرحمان توفيق، 2014، 133).

4. خاتمة:

تواجه المؤسسات مجموعة من التغيرات والتطورات المتسارعة، الأمر الذي وضع جميع المؤسسات على اختلاف أحجامها أمام كثير من التحديات التي تهدد بقاءها واستمرارها، فمنها من يستطيع التغلب على هذه التحديات ومنها من يتعرض للإفلاس ثم الزوال، وهنا تظهر المشكلة في كيفية استغلال العمال واكتشاف مواهبهم بالشكل الذي يضمن للمؤسسات مستوى أعلى من الكفاءة والفاعلية، وبالتالي البقاء والاستمرار، هذا الأمر يقع على عاتق رواد الأعمال من خلال مسؤولية التعامل السليم مع الطاقات البشرية، حيث يعتبر رواد الأعمال الركيزة الداعمة للارتقاء نحو الأفضل لنجاح أي مؤسسة، حيث يعتمد على مقدرة وكفاءة قياداتها على تحديد أهداف واضحة وذلك باستخدام أفضل الوسائل لتحقيقها بما يحقق الأهداف المخطط لها.

إن نجاح أي مؤسسة يبقى مرهونا بمدى تحقيق الأهداف المخطط لها، ويلعب رائد الأعمال دورا مهما في التأثير على العاملين، لذا جاءت دراستنا لتبرز أبعاد ريادة الأعمال في التأثير على سلوك العاملين بالشكل الذي يزيد مهاراتهم وحثهم على تقديم أفضل ما لديهم من أجل تحسين أدائهم مما يؤدي تحسين أداء المؤسسة.

لذا يسعى رواد الأعمال باستمرار على البحث عن العاملين المميزين حتى تنقل مهاراتهم إلى باقي العاملين في المؤسسة وبالتالي تضمن لنفسها البقاء في بيئة تتميز بالمنافسة، ولكي تحافظ على ما تمتلكه من خبرات، عليها أن تدرك بأن خبرات العاملين لديها هي أساس تحقيق الأداء المتميز، لذا تسعى ريادة الأعمال جاهدة لإثرائها والمحافظة عليهم، وذلك من خلال نشر ثقافة التشارك والتواصل، كما تعمل ريادة الأعمال على التقييم المستمر لمهارات العاملين وتحفيزهم وتمكينهم بالشكل الذي يعزز الالتزام، وتوجه هذه الخبرات والمهارات، نحو التميز في الأداء.

نتائج الدراسة:

✓ اتضح بأن رواد الأعمال يساهمون في تنمية مهارات العاملين، من خلال الاتصالات الرسمية في الاتجاهين داخل المؤسسة حيث تسمح بعقد اللقاءات والاجتماعات والنقاشات بين العاملين من أجل التفكير والبحث عن الأفكار المبدعة كتقديم مقترحات وتحسينات في عملية التصنيع، وبالتالي المشاركة في تطوير المنتجات وإثراء مهارات العاملين واستيعابها.

✓ يشجع رواد الأعمال العاملين على تنمية قدراتهم الإبداعية والابتكار، من خلال إبداء آرائهم ومنحهم الفرصة للمشاركة في مهاراتهم.

✓ يشجع رواد الأعمال العاملين على تبادل الأفكار الحوار الصريح والنقاش بينهم، حيث يسمح بتطوير مهارات العاملين.

التوصيات:

استنادا إلى نتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، فقد تم اقتراح بعض التوصيات التي نرجو من خلالها أن تتمكن المؤسسات الجزائرية من اهتمامها بالمعرفة وتنميتها، وفي هذا الإطار يمكن اقتراح ما يلي:

- يجب على رواد أعمال في المؤسسة إتباع أسلوب التفكير الاستراتيجي، حيث يعتمد هذا النموذج على تحديد رؤية شاملة للمؤسسة من خلال عملية تركيبية تنتج عن توظيف الجيد للحدس والإبداع من أجل صياغة التوجهات الاستراتيجية للمؤسسة، واستيعاب التغيرات البيئة الخارجية، بالإضافة إلى تشجيع على نشره في جميع المستويات الإدارية، وذلك

للاستفادة من مهارات، وخبرات ومعارف جميع العاملين وبالتالي اكتساب مهارات الجديد والتي تزيد من حصيلة مع أداء العامل وبالتالي أداء المؤسسة.

- اهتمام رواد أعمال بإحداث تعديلات وتغييرات في القيم والمبادئ الثقافية المتعلقة، بالتشجيع على المخاطرة من خلال تجريب أفكار الجديدة وغير المألوفة والولوج إلى مجالات جديدة غير معروفة، دون الخوف من الغموض وعدم اليقين الذي يميزها حيث تكون هذه البيئة مشجعة لعمليات الابتكار.
- منح المزيد من الصلاحيات للعاملين الذين أثبتوا كفاءتهم في العمل، ومنحهم مسؤوليات جديدة، وذلك لزيادة تطلعاتهم وبحثهم عن التميز وبالتالي يدفعهم لبذل مزيد الجهد لخلق أفكار جديدة وتحسين م مهاراتهم وبالتالي استغلالها من أجل تحسين أداء المؤسسة.
- الاهتمام بإنشاء ذاكرة المؤسسة، ليتم تخزين الخبرات ذات القيمة والتي يمكن أن تفقدها المؤسسة، خاصة المهارات الضمنية لدى العاملين من ذوي الخبرات، من أجل حماية هذه الأرصدة واسترجاعها عند الحاجة لاستخدامها.
- تحسين سياسة التحفيز وتنوعها بين الحوافز المادية والمعنوية بشكل يشبع احتياجات ورغبات العاملين ويحقق رضاهم، بشرط يحقق أهداف المؤسسة حتى يتم توجيه مسار العمل وبالتالي يتم انتهاجه بأسلوب العمل الجماعي ليشجع على مبادرة في تشارك الخبرات، بالإضافة إلى مكافأة الاقتراحات والأفكار المتميزة.
- العمل على تطوير علاقات وعمليات التعاون الخارجي، من خلال الاستفادة من خبرات المؤسسات في المجال المعرفي، من أجل دعم عملية المست التي تسمح بتنمية المعارف في مجالات الخاصة بمعرفة التكنولوجيا جديدة.

5. قائمة المراجع:

1. هيويز ريتشارد وبيتي كارترين، ترجمة معين محمد. كيف تصبح قائدا استراتيجيا، الرياض، مكتبة، 2016، ص 205.
2. ابراهيم الخلوف الملكاوي، إدارة المعرفة الممارسات والمفاهيم، ط1، عمان، مؤسسة الاوراق، 2017، ص 31.
3. أشرف السعيد أحمد محمد، تطوير أداء مديري المدارس الثانوية في ضوء مدخل القيادة الاستراتيجية، مجلة كلية التربية، جامعة المنصورة، العدد 75، الطبعة الثانية، 2011، ص 193.
4. 9. صالح بن سعد المريعي، القيادة الاستراتيجية ودورها في تطوير الثقافة التنظيمية بالأجهزة الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية في مركز الدراسات والبحوث)، الطبعة الأولى، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2012، ص 25.
5. صلاح الدين الكبيسي، إدارة المعرفة، دار النشر جامعة الدول العربية لقااهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2015، ص 13.
6. علي عباس، أساسيات علم الإدارة، الطبعة السابعة، دار المسيرة لمنشر والتوزيع وكالطباعة، عمان، 2013، ص 77.
7. نجم عبود نجم، إدارة المعرفة – المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، ط1، عمان، مؤسسة الوراق، 2005، ص 26.
8. عبد الرحمن توفيق، الإدارة بالمعرفة، مركز الخبرات المهنية للإدارة: بميك، القاهرة، مصر، 2017، ص 133.
9. هيثم على حجازي، إدارة المعرفة: مدخل نظري، الأهلية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص 81.
10. 2.8 المجلات
11. إيثار عبد الهادي الفيحان وإحسان دهش جلاب، ممارسات القيادة الاستراتيجية وعلاقتها بخدمة الزبون: دراسة تحليلية لآراء عينة من مديري المصارف الأهلية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 59، الجامعة المستنصرية، العراق، 2016، ص 4.
12. موفق سهام، مساهمة القيادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الرابع عشر، جامعة بسكرة، الجزائر، 2013، ص 13.
13. Capon, Claire (2018), Understanding strategic management, Pearson education limited, New York.p32.
14. Glanz, Jeffrey (2016). What Every Principal Shoul Know About Strategic Leadership. Corwin Press. USA, p 81..
15. Matook S., Soltani S., and Maruping L. M. (2016), Self-Organization in Agile ISD Teams and the Influence on Exploration and Exploitation, Thirty Seventh International Conference on Information Systems, Dublin, p8.
16. Petter Gottschalk, (2015) Strategie Knowledgege Management Technology", Idea Grop Publishing, p 69.

17. Pisapia, John (2019), *The Strategic Leader- New Tactics for a Globalizing World*, Information Age Publishing, USA, p6.
18. Szpitter A. A. (2014), *La gestion des connaissances dans le processus d'innovation*, p.13
19. Ahadiat A. (2019), *Strategic Leadership as Determinant of Strategic Change: A Theoretical Review and Propositions*, *Journal Manajemen Teori dan Terapan*. Vol. 2, No. 2, p150 .
20. Alpkand, S. A. (2016). *The Impact of Ethical Leadership and Leadership Effectiveness on Employees turnover intention The Mediating Role of Work Related Stress*. *Procedia -Social and Behavioral Sciences* (58), p289.
21. Berraies S., Chaher M., and Ben Yahia K. (2014), *Employee Empowerment and Its Importance for Trust, Innovation and Organizational Performance*, *Business Management and Strategy*, Vol. 5, No. 2, p82.
22. Boal K. B., and Schultz P. L. (2017), *Storytelling, Time, and Evolution: The Role of Strategic Leadership in Complex Adaptive System*, *The Leadership Quarterly*, Vol. 18, No. 4, p 412.
23. Caniëls M., Neghina C., and Schaetsaert N. (2017), *Ambidexterity of employees: The role of empowerment and knowledge sharing*, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 21, No. 5, 57.
24. Hughes R. L., and Beatty K. ((2017 *Becoming a Strategic Leader: Your Role in Your Organization's Enduring Success*, *Jossey-Bass business & management series*, 1st Edition, Jossey-Bass: A Wiley Imprint, John Wiley & Sons, Inc., United States of America, p 6 .
25. Lear L. W. (2020), *the relationship between strategic leadership and strategic alignment in high-performing companies in South Africa*, submitted in accordance with the requirements for the degree of doctor of business leadership, graduate school of business leadership, University of South Africa, Pretoria, South Africa, p6.
26. Naiyananont, P., & Smuthranond, T. (2017). *Relationships between ethical climate, political behavior, ethical leadership, and job satisfaction of operational officers in a wholesale company, Bangkok Metropolitan region*. *Journal of Social Sciences*(38).p445
27. Nonaka Lkujiro & Takeuchi Hiroataka, (2016), *Hitosubashi on knowledge Management*, John Wiley & Sons, (Asia): Singapore, p25.
28. Nonaka, I., Toyama R., Konno, N., (2012), *SECI, Ba and Leadership: A Unified Model of Dynamic Knowledge Creation*, *Long Range Planning* 33, p 4.
29. Omotayo F. O. (2015), *Knowledge Management as an important tool in Organisational Management: A Review of Literature*, *Library Philosophy and Practice* (e-journal), p 4. 2 Szpitter A, A., op. cit., p125.
30. Pisapia, John (2019), *The Strategic Leader- New Tactics for a Globalizing World*, Information Age Publishing, USA, p 6.
31. Salmoni B. A., Hart J., McPherson R., and Winn A. K. (2010). *Growing Strategic Leaders for Future Conflict, Parameters: U.S. Army War College*, Vol. 40, No, 75 .

دور الاقتصاد الرقمي في التنمية المستدامة مع تقييم تجربة التحول الرقمي للجزائر حسب المؤشر الاقتصادي العربي لسنة 2022

The role of the digital economy in sustainable development, with an evaluation of Algeria's digital transformation experience, according to the Arab Economic Index for 2022

أرحاب هلال وسام¹ ، عوادي مصطفى²

¹ جامعة غرداية (الجزائر)

² جامعة الوادي (الجزائر)

ملخص: تتناول الدراسة التحول الرقمي وريادة الأعمال كمفاهيم حيوية في بناء بيئة اقتصادية جديدة تلي متطلبات العصر الحديث والتنمية المستدامة. وتشير الدراسة إلى أهمية ريادة الأعمال في التنمية الاقتصادية العالمية، وكذلك أهمية التحول الرقمي في تحقيق التنمية وتبسيط العمليات الاقتصادية واسعة النطاق. كما تناقش الدراسة واقع الجزائر في التحول الرقمي من خلال عرض نتائج تقرير مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لسنة 2022. وهو ما يؤكد الجهود المتبناة من طرف الجزائر في مجال الرقمنة والادارة الالكترونية. الكلمات المفتاحية: تحول رقمي؛ ريادة أعمال؛ مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي.

Abstract: The research discusses the emergence of important concepts such as the era of globalization, digital transformation, and entrepreneurship. The research points out that digital transformation and entrepreneurship have become vital concepts in building a new economic environment that meets the requirements of the modern era and sustainable development. The research also discusses the importance of entrepreneurship in global economic development, as well as the importance of digital transformation in achieving development and simplifying large-scale economic processes. The study also discusses the reality of Algeria in digital transformation by presenting the results of the Arab Digital Economy Index report for the year 2022. This confirms the efforts adopted by Algeria in the field of digitization and electronic management.

Keywords: digital transformation Entrepreneurship; Arab Digital Economy Index.

مع التطورات الكبيرة التي نعيشها اليوم الى جانب ما بات يطلق عليه بعصر العولمة وما رافقه من سرعة في انتقال المعلومات عموما، وأساليب البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي خصوصا، بدأت معظم الدول المتقدمة وكذلك معظم المنظمات والشركات الاقتصادية فيما الى محاولة ايجاد بيئة اقتصادية جديدة تتسم بالملائمة ما بين متطلبات العصر، ومقومات الهياكل الاقتصادية القائمة، وهو ما أدى الى بروز مفهوم ريادة الأعمال بشكل كبير وعلى مختلف المستويات المحلية والدولية حيث لعبت الريادة، لاسيما في السنوات الأخيرة الماضية، دورا رئيسيا في التنمية الاقتصادية في الأسواق العالمية الأخذة بالتمدد. هنا ومع ذلك التمدد ومع متطلبات التنمية المستدامة والتطور المستمر كان لابد من إيجاد آلية جديدة لتقليص المسافات وتبسيط العمليات الاقتصادية الضخمة وهو بالضبط ما أدى الى ظهور مصطلح التحول الرقمي الى جانب مفهوم ريادة الأعمال لإعادة هيكلة الاجراءات الإدارية والاقتصادية وبرمجتها بشكل رقمي جديد يضمن تحقيق متطلبات الريادة الجديدة في التنمية. فما هو مفهوم وتعريف ريادة الأعمال وما هي أهميته، وما هو مفهوم التحول الرقمي وما هي أهميته وكيف نشأت العلاقة التبادلية بين هذين المفهومين وما الذي يحققانه من إيجابيات قادرة على تدعيم حياتنا وتنميتها تحقيقا لأهداف التنمية المستدامة، هذا كله بالإضافة الى عدد من النقاط والقضايا المتصلة هو ما تحاول هذه الورقة العلمية تبيانه عبر عدة مباحث وموضوعات مرتبطة.

1.1. مشكلة البحث: في عصر السرعة الذي نعاشره دائما يجد رواد الأعمال أنفسهم، أمام تحدي جديد، ومتجدد يوميا فعالم أمس لم يكن هو عالم اليوم، كذلك فإن الوقائع التي بنيت عليها خطط السابق قد تغيرت تغيرا متسارعا اليوم، ما جعل رواد الأعمال مجبرون على تحويل مسار شركاتهم، وتغيير طرق عملهم، وهنا فإن هذا التحول لا بد وأن يأخذ في الاعتبار الأدوات والآليات التحويلية الرقمية، التي من الممكن أن تؤدي إلى إحداث التغيير المرجو لتحسين الإنتاجية من ناحية وتقليل نفقات الموارد وإيجاد الميزة التنافسية من ناحية ثانية، وهو ما يطرح التساؤلات التالية: ما العلاقة التي تربط ريادة الأعمال بالتحول الرقمي؟ ويثير الفضول لإيجاد ما أتركل منهما على الآخر؟ وما أثرهما مجتمعين في تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟ وما هو واقع الجزائر في التحول الرقمي حسب مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لسنة 2022؟

2.1. أسئلة البحث:

- ما هو تعريف ومفهوم مصطلح الريادة وما هي ريادة الأعمال؟
- ما هو المقصود بالتحول الرقمي وما هي أهميته لمنظمات الأعمال؟
- ما هي العلاقة بين ريادة الأعمال والتحول الرقمي؟
- ما هو دور التحول الرقمي وريادة الأعمال في تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟
- ما هو أداء الجزائر في مؤشر الرقمنة والاقتصاد الرقمي؟

3.1. أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في جانبين اثنين هما الجانب العلمي والجانب العملي، حيث يساهم البحث من الناحية العلمية بتبيان وشرح مفهوم ريادة الأعمال واستقراء أهميته في تحقيق التنمية الاقتصادية الى جانب تبيان دور التحول الرقمي الذي نعاشره في دعم عمليات وآليات الريادة تلك، أما من الناحية العملية التطبيقية فيساهم البحث برفد رواد الأعمال والمهتمين بمعلومات دقيقة ومعتمدة عن طرق وآليات تطوير المنظمات والمؤسسات المختلفة.

4.1. أهداف البحث:

- شرح وتعريف مصطلحات ريادة الأعمال والتحول الرقمي
- تبيان خصائص وأهمية كل من ريادة الأعمال والتحول الرقمي

- ايجاد العلاقة بين ريادة الأعمال والتحول الرقمي
 - تبيان أهمية ودور ريادة الأعمال والتحول الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة
- 5.1 منهجية البحث: يعتمد البحث على المنهج الاستقرائي لبحث وجمع ومراجعة وتحليل مصادر البيانات في المراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بمتغيرات البحث الرئيسية، لتبيان أهمية ودور ريادة الأعمال والتحول الرقمي في عمليات التنمية والقاء الضوء على ما يجمع هذه المصطلحات من علاقة وأثر متبادل.

6.1. هيكلية البحث:

- ماهية ريادة الأعمال والتحول الرقمي؛
 - أثر ريادة الأعمال والتحول الرقمي على التنمية المستدامة؛
 - واقع التحول الرقمي في الجزائر من خلال مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لسنة 2022:
2. ماهية ريادة الأعمال والتحول الرقمي:

المشاريع الريادية اليوم احدى أبرز الاستراتيجيات الاستثمارية الناجحة في مواكبة متطلبات هذا العصر، سواء تعلق ذلك بدولة أو شركة أو منظمة، أو أي مؤسسة ذات نشاط وخطة اقتصادية معاصرة، لما تمتلكه من رؤى وآليات فاعلة في تطوير البنى الاقتصادية والاجتماعية المختلفة، وقد ساعد التحول الرقمي في ايجاد بيئة مناسبة للنشاطات الريادية ووفر عدد من الأساليب والتقنيات المضافة التي ساهمت بسرعة الوصول الى الاهداف الريادية، فما هو تعريف ومفهوم ريادة الأعمال وما المقصود بالتحول الرقمي وما هي أهميته.

1.2. مفهوم ريادة الأعمال وريادي الأعمال:

يعد مفهوم ريادة الأعمال من المفاهيم الحديثة نسبيا في علم الاقتصاد، وهو ما يشكل كغالبية المفاهيم الجديدة بناء الكثير من التعريفات التي قد تختلف في بعض جزئياتها عن الأخرى، نظرا لاختلاف آراء الباحثين والعلماء على اختلاف مرجعياتهم ومدارسهم الفكرية المختلفة، حيث يمكن أن ينظر الى مصطلح ريادة الأعمال للإشارة الى (خاصية ذاتية)، لفرد ما، أو (خاصية مؤسسية)، لإحدى المؤسسات أو الشركات والمنظمات، أو حتى النظر إليها على أنها ظاهرة من مجموعة ظواهر اجتماعية في بلد ما، إلا أن الاقتصاديين وبشكل عام غالبا ما يميلون لاستخدام هذا المفهوم وتعريفه من وجهات نظر مختلفة، من خلال التركيز على الناحية الوظيفية أو السلوكية أو من حيث الحجم والتأثير. (Audretsch, 2015)

وعلى هذا فعند قياس المفهوم من ناحية النظرية الوظيفية في الاقتصاد يتم النظر للمفهوم من خلال توجهات الأفراد تجاه سوق العمل وما إن كانوا سيتخذون قرار العمل كموظفين أو مستقلين لحسابهم الخاص أو البقاء في حالة بطالة، فيكون تعريف رواد الأعمال مبنيا على هذا المقياس، لكن وعلى الرغم من استخدام هذا المقياس بشكل شائع ولا سيما عند اجراء المقارنات بين الدول، إلا أنه يصعب استخدامه بغير النطاق الرسمي (معلومات قطاع العمل الرسمية في الدول)، ما يجعله مقياسا غير ملائم للدول النامية التي يعتمد قطاع الأعمال فيها بشكل أكبر على القطاع الغير رسمي. (يوسف، 2019، 6)

أما عن المفهوم من الجانب السلوكي فيعتمد على ما جاء به: (جوزيف شومبتير)، الذي يوصف رائد الأعمال بالاعتماد على الأعمال التي يؤديها فهو: الشخص الذي يمتلك الإرادة والقدرة الحقيقية لتحويل أي فكرة إلى ابتكار ناجح مع القدرة على توفير السوق لهذا الابتكار، إلا أن هذا التعريف أيضا قد يشوبه بعض الصعوبة حال قياسه على الدول النامية. (علواني، 2020)

وعن مفهوم المصطلح وتعريفه من خلال وجهة النظر التقليدية المتعلقة بالحجم، أي حجم المنظمات أو الشركات الصغيرة والمتوسطة، يمكن القول أن التعريف هنا أيضا يشوبه بعض اللغظ وعدم القدرة على الشمول، فالكثير من الباحثين

والمهتمين بهذا الشأن يعتقدون أن زيادة الأعمال تختلف عن آليات عمل الشركات الصغيرة أو المتوسطة، ذلك أن رواد الأعمال ليسوا بالضرورة هم الأشخاص الذين يقومون بإنشاء مثل هذه الشركات. (الشميري, 2019, 2)

بناء على ما سلف يمكن القول أن تعريف زيادة الأعمال والذي يقترن من هذه التوجهات الثلاث سابقة الذكر هو: (عملية إنشاء منظمة أو عدة منظمات جديدة، أو عملية تطوير وتحديث منظمات أو شركات قائمة بالفعل، من خلال خلق عمل أو أعمال جديدة ومبتكرة من خلال خلق عمل أو أعمال جديدة ومبتكرة، أو الاستجابة لظهور فرص عامة وجديدة). (خربوطلي, 2018, 5)، أما فيما هو متعلق بريادي الأعمال فكما هو حال الأصل كذلك الفرع، وبعبارة ثانية كما أن الباحثين والأكاديميين وعلماء الاقتصاد قد تباينت تعاريفهم ونظرتهم لزيادة الأعمال عموماً، فهم كذلك قد اختلفوا في تعريفهم لمفهوم ريادي الأعمال، حيث نجد عدة تعاريف بهذا الخصوص أبرزها:

– يرى (ديفيد ماكلياند)، في كتابه: (مجتمع الانجاز, 1961)، أن رائد الأعمال هو الشخص الذي تحركه الحاجة لإنجاز شيء ما، وتدفعه الرغبة في إضافة شيء للحياة. (خربوطلي, 2018, 7)

– ويرى البعض الآخر مثل: (مايكل هيت، وروبرت هاسكيون)، أن الرياديين، هم أولئك الأفراد العاملين إما بشكل مستقل أو من خلال منظمة أو مؤسسة، والذين دائماً يبادرون للأفكار والمشاريع الجديدة، مع القدرة على المجازفة في دخول الأسواق. (Hoskisson, 2017, 412)

2.2. التحول الرقمي من حيث الأهمية والمفهوم:

يشير مصطلح التحول الرقمي، إلى آليات استخدام الحاسب الآلي والشبكة العنكبوتية (الانترنت)، ومختلف الأدوات التكنولوجية المرتبطة بها في عمليات إنشاء القيمة الاقتصادية ذات الكفاءة والفعالية العالية، وبشكل عام يمكن القول أن التحول الرقمي يشير إلى مجمل التغييرات التي أحدثتها التكنولوجيا الجديدة حول كيفية العمل والتفاعل وتكوين الثروة. أما من ناحية التعريف الدقيق للتحول الرقمي فقد عرف بأنه مجمل العمليات والتغييرات الجذرية داخل سلسلة خلق القيمة للمنظمة أو المؤسسة وهيكلها الداخلي، والتي قد تكون مسبب أو شرط مسبق لاستخدام التكنولوجيا. (Muehlburger, 2019)، وعرفه آخرون بالقول أنه كافة التعيينات التي أنتجت التقنيات الرقمية في نموذج عمل شركة ما يؤدي إلى تغيير المنتجات أو الهياكل التنظيمية لها. (Clohessy, T 2017, 19).

وهنا فإن التحول الرقمي هو ما يعني بدمج التقنيات الرقمية الجديدة في مجالات الأعمال كافة، ما يؤدي إلى تغيير أساسي في طرائق عمل المؤسسة وظهور نماذج أعمال جديدة كزيادة الأعمال الرقمية، وعلى ذلك فإن أهمية التحول الرقمي تعد ذات أولوية في كافة المنشآت والأعمال الاقتصادية، لا سيما في منظمات الأعمال الصغيرة والمتوسطة. إضافة إلى زيادة الأعمال كون منظمات الأعمال الصغيرة والمتوسطة تشكل وفي مختلف الدول قطاعاً رئيسياً ذو دور رئيسي في تنويع الاقتصاد وخلق الفرص الجديدة لطبقة الشباب ورواد الأعمال.

حيث تبرز الأهمية الكبرى للتحول الرقمي في دعمه لتلك المشروعات وما يقدمه من فوائد تشمل على تحقيق الكفاءة التشغيلية وتحسين الأداء التنظيمي وتحقيق النمو، وتوفير الفرص لتلك الشركات في تعزيز قدراتها التنافسية في الأسواق الداخلية والخارجية بتكاليف منخفضة نسبياً من خلال ابتكار المنتجات والخدمات الجديدة. (Ulas, D, 2019, 662)

وهنا يمكن حصر أهمية التحول الرقمي عموماً بالشكل التالي: (خميس, 2021)

- توفير الجهد والطاقة وخفض التكاليف؛ تحسين الكفاءة التشغيلية وتنظيمها؛
- سرعة أداء الإجراءات بشكل رقمي تفوق الأداء التقليدي بمراحل؛

- فتح مجال واسع للإبداع في تقديم الخدمات للعملاء؛ تسهيل مراقبة المسؤولين لسير العمل؛
 - المساهمة في التوسع وسرعة انتشار الشركات والمؤسسات ووصولهم إلى أعداد كبيرة من الجمهور؛
 - التحول الرقمي يسمح للعملاء المحتملين بالتعرف على النشاط التجاري الذي تقوم به وإجراء عمليات البيع والشراء في أي وقت ومكان؛
 - توفير إمكانية تتبع ومراقبة وتحليل المقاييس والبيانات التي سوف تحصل عليها من خلال التسويق الرقمي لنشاطك واستخدام هذه البيانات في تحسين وتطوير جودة العمل للحصول على نتائج أفضل؛
 - التحول الرقمي الكامل والمتقن للنشاط التجاري يساهم في تحسين ورفع مستوى الأرباح الإجمالية للؤسسة.
3. أثر زيادة الأعمال والتحول الرقمي على التنمية:

يعتبر البعض أن التحول الرقمي جاء كنتيجة لريادة الأعمال أو أنه إحدى موجات الريادة الحديثة، ويرى البعض الآخر أنه لولا تقنيات التحول الرقمي الحديثة لا تمكن رواد الأعمال من تحقيق نجاحاتهم، وحقبة الأمر هنا أن العلاقة بين التحول الرقمي وريادة الأعمال هي علاقة تفاعلية ذات تأثير وتأثر متبادل بحيث تؤثر الريادة بالتحول الرقمي وتتأثر به، فما هو شكل هذه العلاقة وما دورها في تحقيق التنمية المستدامة؟.

1.3. العلاقة بين ريادة الأعمال والتحول الرقمي:

تكمن أهمية التكنولوجيا والتحول الرقمي بأنها تعد إحدى أدوات التحفيز في مناخ الريادة والإبداع، وذلك من خلال دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ومنحها فرصاً أكبر للتطور والاستمرارية باستخدامها للتقنيات الرقمية الحديثة، فعبر هذه التقنيات التكنولوجية أصبحت الشركات على اختلافها قادرة على جعل موقعها وهويتها الإلكترونية أكثر جاذبية وسهولة لملائها، وتحقق لها وصولاً أكبر إلى جمهورها المستهدف، فمجرد ضغط زر على الهاتف النقال أو الجهاز الذكي يمكن للرياديين جعل منتجهم أو علامتهم التجارية متاحة لعدد هائل من المهتمين في مختلف أنحاء العالم.

لقد عمل الانتشار السريع للتكنولوجيا والتقنيات الرقمية على تغيير البيئة التنافسية التقليدية وإعادة تشكيل الهياكل والاستراتيجيات الاقتصادية التقليدية، فباتت البيانات الضخمة وتقنيات الهاتف النقال والحوسبة السحابية تدعم طرقاً جديدة للتعاون والاستفادة من الموارد، فعلى سبيل المثال تدعم تقنية البيانات الضخمة: (Big Data)، القدرة على تحسين التركيز على العملاء من خلال جمع وتحليل مختلف البيانات التي من شأنها أن تتيح للمؤسسة الفرصة لمزيد من التبصر عن تفضيلات عملائها وتطوير أو ابتكار منتجات جديدة تحاكي تلك التفضيلات. (Kummeta, 2019, 88)

وهنا فإن من أشهر الأمثلة لهذا الموضوع هو قطاع المواصلات الذي تحول تحول جذري مع ظهور المنصات الرقمية الحديثة، مثل شركات: (أوبر) و(كريم)، التي لا تمتلك حقيقة أي سيارة، لكنها تعمل بكافة أنحاء العالم ونحقق أرباحاً كبيرة جداً تزاك في ذلك أكبر الشركات التقليدية لسيارات الأجرة، وهو ذات الأمر بالنسبة لشركات حجز التذاكر وشركات السياحة والسفر مثل شركات (booking com)، وشركة (AIRbnb)، التي تركت الشركات التقليدية للسياحة والسفر وحجز التذاكر عرضة للكساد مع أنها لا تمتلك مبنى واحد، وهو ذات الأمر لموقع متجر: (علي بابا)، الذي لا يمتلك مخزن واحد، ناهيك عن منصات العمل الحر. (آل صمغ، 2018)

على ذلك يقدم التحول الرقمي لريادة الأعمال فرص كبيرة لتحسين الكفاءة التشغيلية، وتطوير المنتجات وتحسينها زيادة الإنتاج، إضافة إلى سهولة وسرعة الوصول، وكذلك الحفاظ على العملاء وزيادة نسب ولائهم، ومعرفة كل جديد وتقديمه، حيث لا يمكن لرواد الأعمال الوصول لكل تلك المزايا وتحقيقها إلا عبر الرقمنة حيث أن مساعي رواد الأعمال الرقمية وتبنهم للطرق والأساليب التقنية والتكنولوجية ودمجها في أعمالهم كانت نتيجة لإدراكهم بأهميتها، وبالتالي فإن كل الجهود الرقمية تصب في

صالح المشاريع الريادية، حتى وإن كان كثير من المشروعات والمنتجات التقنية الجديدة مدينة بوجودها لرواد أعمال بارعين ومبتكرين، لتبقى العلاقة بين المفهومين علاقة نفع متبادل وتأثير وتأثر.

أوضح مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي أن الاقتصاديات التي حصلت على أعلى قيمة في مؤشر سهولة ممارسات الأعمال والأنشطة التجارية هي اقتصاديات تتميز باستخدامها الواسع للأنظمة الالكترونية، وهو ما أكدته مؤشر ممارسة الأعمال الصادر عن البنك الدولي حول امتلاك الاقتصادات ذات التصنيف الأعلى من حيث الاقتصاد الرقمي لاجراءات مرنة وسلسلة لتأسيس الشركات التجارية عبر الأنترنت، ومنصات الكترونية لتسجيل الضرائب، كما تسمح باجراءات نقل الممتلكات عبر الأنترنت. (مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي، 2022)

2.3. دور زيادة الأعمال والتحول الرقمي في التنمية المستدامة:

قبل الخوض بدور زيادة الأعمال والتحول الرقمي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة لا بد أولاً من معرفة الأبعاد التي تركز عليها تلك الأهداف وهنا يمكن القول أن التنمية المستدامة تركز على ثلاثة أبعاد رئيسية هي البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي والبعد البيئي الترابط القائم بينهم. (غازي والجزائر، 2021)

— فمن البعد الأول الاقتصادي: تهدف الاستدامة الى محاولة إيقاف تبديد الموارد الطبيعية عبر التخفيض المستمر لمستويات الاستهلاك المبددة للطاقة والموارد، ويتم ذلك من خلال تحسين مستوى الكفاءة وكذلك أحداث التغيير الجذري في أساليب الحياة وأنماطها الاستهلاكية المهددة للتنوع البيولوجي.

— أما البعد الاجتماعي: فتعد الفكرة الرئيسية في الاستدامة هنا هي التركيز على سد حاجات ومتطلبات الاجيال الجديدة والقادمة وتأمين الحياة الرغيدة لهم عبر التوزيع العادل للثروات وتقديم كافة أشكال الدعم المجتمعي وتوفير فرص العمل ومستلزمات الضمان الاجتماعي.

— وفيما هو متعلق بالبعد البيئي: فهذه الاستدامة هنا هو دعم قدرة الأرض على تحمل العنصر البشري واستيعاب الأشعاعات والنفايات والانبعاثات الضارة التي يخلفها الانسان ليتم تقديم البدائل المبتكرة من الطاقة النظيفة وعدم اهدار الموارد البيئية وجعلها أكثر أمناً للأجيال القادمة.

على ذلك وبالاستناد الى هذه الأبعاد الرئيسية للتنمية المستدامة، فإن التلاقي بين زيادة الأعمال والتحول الرقمي مع أبعاد التنمية تكمن في تلاقي الأهداف فبالإضافة الى أهداف التنمية كذلك الأمر فإن التحول الرقمي والريادة تهدف الى تطوير المدن والمجتمعات المحلية وتطوير أدواتها التقنية لتحقيق سهولة الحياة والرفاه، وتحقيق المزيد من فرص العمل وتطوير الأنشطة التجارية المختلفة لتواكب العصر، حيث أكد تقرير الإسكوا (2019م)، الذي جاء بعنوان: "الابتكار والتكنولوجيا من أجل التنمية المستدامة - آفاق واعدة في المنطقة العربية للعام (2030م)، أهمية لتكنولوجيا والابتكار في تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة، حيث بات ينظر للتحول الرقمي والابتكار على انهما مفهومين رئيسيين لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، فالابتكار هو عنصر رئيسي من عناصر التنمية وذو علاقة وطيدة بمعظم أهدافها التي تعنى بالرفاه والصحة والمساواة والتعليم والنمو الاقتصادي. (الإسكوا، 2019)

وقد أثبتت بعض التقنيات الحديثة كالذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة والروبوتات جدواها في كثير من المشاريع الريادية التي انطلقت بهدف تحقيق التنمية المستدامة، حيث تم مثلاً استخدام تقنية البيانات الضخمة في معالجة مشكلة النفايات الالكترونية في الصين وكذلك الحد من عوامل الإزدحام والتلوث في بنغلادش، كما أثبتت وسائل وتقنيات الاتصال

الحديثة بأنها قادرة على تقديم حلول للتحديات التي تواجه قطاع التعليم الذي استمر في الأعوام الفائتة عن بعد مع جائحة كورونا وغيرها الكثير من الأمثلة.

4. واقع التحول الرقمي في الجزائر من خلال مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لسنة 2022:

يعتبر المؤشر العربي للاقتصاد الرقمي مبادرة من مبادرات الرؤية العربية للاقتصاد الرقمي، إذ تم تصميم هذه الأداة من طرف مجلس الوحدة الاقتصادية العربية لتصوير الوضع الرقمي والاقتصادي للدول العربية. ويساهم هذا المؤشر في الكشف عن تأثير تحول الدول العربية الرقمي على الجوانب الاقتصادية وكذا التنمية المستدامة.

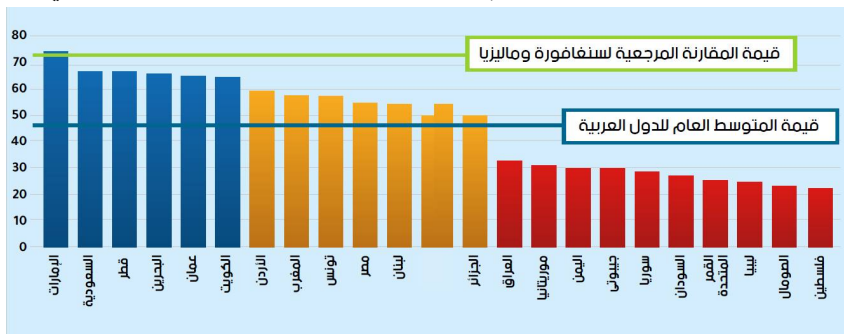
يتكون المؤشر من تسع محاور فرعية تمكن من تصنيف أداء كل دولة عربية عبر 57 مؤشر رئيسي وفرعي، وانطلاقا من القيمة النهائية للمؤشر التي هي عبارة عن متوسط درجة المحاور التسع باستخدام طريقة الأوزان، يمكن ترتيب الدول حسب درجة أدائها والمقارنة المرجعية المعتمدة للدول الأجنبية. (القادر، 2022، ص 404-406)

1.4. نظرة عامة لأداء الجزائر في الأبعاد الاستراتيجية لمؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لسنة 2022:

يمكن تحديد الفجوة الرقمية على مستوى 22 دولة عربية وعلى المستوى الدولي، بعد عرض صورة شاملة لأداء كل دولة على حدى نظرا لتنوع الأوضاع الاقتصادية لكل واحدة منها، وقد تم تقسيم الدول العربية حسب أدائها الرقمي لسنة 2022 إلى ثلاث 03 مجموعات كالآتي (مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي، ص 65) كما يوضح الشكل رقم (01) أدناه:

- المجموعة الأولى: دول قائدة في التحول الرقمي وبلغت مستوى عالي جدا من التطور في القطاع الرقمي، وتحتل المراتب من 1 إلى 6، مثل: الإمارات، المملكة العربية السعودية، البحرين، قطر، عمان.
 - المجموعة الثانية: والتي تحتل المراتب من 7 إلى 12، تتميز بجاذبيتها للاستثمار في هذا المجال. مثل: الأردن، المغرب، تونس، مصر، لبنان، الجزائر.
 - المجموعة الثالثة: وهي الدول التي تحتاج إلى تنشيط رقمي وزيادة قدراتها الرقمية من خلال ضخ المزيد من الاستثمارات. وتحتل المراتب من 13 إلى 22 مثل: العراق، موريتانيا، اليمن، جيبوتي، سوريا، السودان، ليبيا، الصومال، فلسطين.
- وبذلك فقد احتلت الجزائر حسب تقرير مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لسنة 2022 المرتبة 12 عربيا، وصنفت ضمن مجموعة الدول الواعدة رقميا، وهذا من خلال الاعتماد على عدة مؤشرات، فنجد أنها احتلت المركز 02 في التنمية المستدامة عربيا و 66 دوليا حسب تقرير مؤشر التنمية المستدامة الصادر عن الأمم المتحدة؛ والمرتبة 15 عربيا من حيث ممارسة الأعمال و 157 دوليا حسب تقرير مؤشر ممارسة الأعمال الصادر عن البنك الدولي؛ كما احتلت المرتبة 10 في التوجه المستقبلي للحكومة عربيا و 93 دوليا حسب مؤشر التوجه المستقبلي للحكومة الصادر عن منتدى الاقتصاد العالمي؛ في حين تصدرت المرتبة 14 في النطاق العريض الثابت حسب تقرير نفس المؤشر.

الشكل رقم (01): ترتيب الجزائر بين الدول العربية المصنفة حسب مؤشر الاقتصاد الرقمي لسنة 2022



المصدر: (مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي، 2022، ص 73)

الاقتصادي العربي لسنة 2022

يستند حساب مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي على خمسة أبعاد استراتيجية، نوضحها من خلال الجدول رقم (01). وقد

كان أداء الجزائر في مختلف هذه الأبعاد حسب ما جاء به التقرير لسنة 2022 كالآتي:

الجدول رقم (01): نظرة عامة لأداء الجزائر في الأبعاد الاستراتيجية لمؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لسنة 2022

الترتيب	القيمة	المحور	البعد
12	50.15	المؤسسات	الحكومة الرقمية
08	42.33	البنية التحتية	الأسس الرقمية
09	57.86	القوى العاملة	المواطن الرقمي
12	43.54	التعليم والمهارات	بعد الابتكار
12	14.05	الابتكار المعرفة والتكنولوجيا	
12	28.33	بيئة الاعمال وجاهزية الرقمنة	الأعمال الرقمية
12	59.23	نمو أسواق التمويل	
07	71.71	التنمية المستدامة بعد متقاطع مع كافة الأبعاد	

المصدر: (مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي، 2022، ص 201)

يهدف البعد الاستراتيجي الأول والمتمثل في الحكومة الالكترونية الى توفير حكومة رقمية توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بتكاليف منخفضة لمواطنيها، ورفع جودة حياة المواطن مع تحقيق الشفافية وتوفير ركائز الحوكمة لتحقيق المنفعة بين الأطراف ذات الصلة (أفراد-مؤسسات-حكومة). وقد احتلت الجزائر المرتبة 12 عربيا بمؤشر بلغت قيمته 50.15.

ويهدف بعد الأسس الرقمية الى قياس مدى توافر الدول العربية على البنية التحتية التي تسمح لها بالوصول الى مستوى تكنولوجيا المعلومات المتسارعة في العالم. وقد تصدرت الجزائر المرتبة 08 عربيا مما يدل على تقدمها في مجال الرقمية بمؤشر 42.33.

كما يقيس بعد المواطن الرقمي مدى امتلاك الدولة للمهارات المؤهلة في مجال الرقمنة ومستوى التعليم لتعظيم الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال ورفع مستوى جودة الحياة التكنولوجية للمواطنين. احتلت الجزائر المرتبة 09 بمؤشر 57.86 في هذا المجال. وهو ما تؤكد احصائيات استخدام الأنترنت في الجزائر لسنة 2021 موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): احصائيات استخدام الأنترنت في الجزائر لسنة 2021

النسبة المئوية من العدد الاجمالي للسكان	العدد بالمليون	
56.9	26.35	مواقع الأنترنت
56.5	25	شبكات التواصل
97.9	24.48	الانترنت عبر الهواتف
71.8	23	فايسبوك

المصدر: (تقاوة و شوام، 2023، ص 426)

ونجد أن الجزائر في المرتبة 12 عربيا في بعد الابتكار الذي يقيس مدى توافر الدولة على مقومات التطور التكنولوجي الذي يسمح لها بمواكبة تحديات الرقمنة واتجاهات التكنولوجيا الحديثة، يهدف بعد الأعمال الرقمية إلى قياس توفير بيئة رقمية مناسبة للشركات للمشاركة الفعالة في الاقتصاد الرقمي ومواكبة التغيرات التكنولوجية. ونجد أن الجزائر في المرتبة 12 عربيا حسب هذا البعد.

2.4. أداء الجزائر في مختلف محاور مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي لسنة 2022:

يهدف مخطط برنامج الرقمنة في الجزائر في إطار مشروع "الجزائر الالكترونية" الذي رسمه مسؤولون وخبراء بمناسبة الطبعة الأولى لندوة الجزائر الرقمية، المنظمة من طرف الكنفيدالية الجزائرية لأرياب العمل ونقابة أرياب العمل، الإثنين 09 ماي 2022 بالمركز الدولي للمؤتمرات عبد اللطيف رحال، إلى استغلال تطبيقات تكنولوجية تمكن المواطن من تسوية انشغالاته في مختلف المجالات علما أن الجزائر تملك حاليا 420 أرضية رقمية، ووضع إطار تنظيمي من أجل ضمان التحول الرقمي في شتى المجالات وترقية الاقتصاد الوطني. (محمد، 2022، 1112)

وحسب تقرير الأمم المتحدة حول تقييم 193 دولة في مجال الادارة الالكترونية والرقمنة، كان أداء الجزائر موضحا في جدول كالاتي:

الجدول رقم (03): مؤشرات الادارة الرقمية للجزائر للفترة 2010-2020

السنة	2010	2012	2014	2016	2018	2020
قيمة المؤشر	0.3181	0.3608	0.3106	0.2999	0.4227	0.5173

المصدر: مديرية الإحصاء الدراسات والاستشراف 2021، وزارة البريد والمواصلات، الجزائر.

اتخذت الجزائر عدة اجراءات في إطار الادارة الالكترونية على سبيل المثال رقمنة الوثائق والخدمات الإدارية على غرار بوابة HANAA هذه العملية جزء من استراتيجية الرقمنة والتخلي عن الطابع المادي لCNAS وتبسيط الإجراءات الإدارية والتعامل المناسب مع اهتمامات المواطنين، باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات، وقامت بإنشاء بوابة لإنشاء الشركات والشركات الناشئة، المنصات الخاصة بالجامعات وغيرها. (تقاوة و شوام، 2023، ص 427)

أما في محور المؤسسات، فنجد أن الجزائر تشجع إنشاء الشركات الناشئة الابتكارية عن طريق استحداث وزارة للشركات الناشئة، وحث الجامعات على توجيه الطلاب نحو المؤسسات الناشئة من خلال ربط شهادة التخرج بإنشاء المؤسسات الناشئة كما عملت على تبسيط الإجراءات الادارية لإنشاء هذه المؤسسات ومنحها اعفاءات ضريبية، تبعها دعم مالي من خلال انشاء صندوق الاستثمار الجزائري المخصص لتمويل المؤسسات الناشئة، وإعطاء علامة خاصة (label) للشركات الناشئة وللحاضنات وللمشاريع المبتكرة، مما يسمح لها الحصول على التسهيلات التي توفرها الدولة، كما عملت الجزائر على تطوير القطاع المصرفي والمالي، فقد تبنت الجزائر نهجا جديدا واستخدامات مثل الخدمات المصرفية الإلكترونية، وإطلاق تطبيقات رقمية منها (تقاوة و شوام، 2023، ص 430):

- تطبيق "BN@tic" من البنك الوطني الجزائري؛
- تطبيق "BANXY" من بنك NATIXIS؛
- تطبيق "BEA_" من بنك الجزائر الخارجي؛
- تطبيق "MYSALAM" من مصرف السلام؛
- تطبيق "My Bank" من بنك BNP PARIBAS EL DJAZAÏR .

في نفس السياق، قامت الجزائر باعتماد خدمة الدفع الإلكتروني متمثلة في دفع فواتير الكهرباء والنقل وغيرها من الخدمات.

في نهاية هذه الدراسة، يتبين أن هناك علاقة قوية ومتراصة بين التحول الرقمي وريادة الأعمال، وكلاهما يلعب دورا حيويا في تحقيق وتعزيز أهداف التنمية المستدامة. ما يوصلنا لعدة نتائج مثل:

✓ يمكن للتحول الرقمي أن يكون محفزا قويا لريادة الأعمال، لما يوفره من فرص جديدة للابتكار وتطوير الأعمال، عبر تبني التكنولوجيا والاستفادة من التقنيات الحديثة كالذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، تقنيات الانترنت وغيرها، والتي من الممكن الاستفادة منها من طرف الشركات والأفراد ومختلف المؤسسات بغرض تحسين عملياتهم وابتكار منتجات وخدمات جديدة؛

✓ تعزز ريادة الأعمال الرقمية التنمية المستدامة من خلال خلق فرص عمل جديدة وتعزيز النمو الاقتصادي؛
✓ يمكن للشركات الناشئة التي تعتمد على التكنولوجيا والابتكار أن تسهم في حل المشكلات الاجتماعية والبيئية من خلال تقديم حلول مستدامة وفعالة؛

✓ التحول الرقمي وريادة الأعمال يمكن أن يؤديا إلى تحسين الوصول إلى الخدمات الأساسية مثل التعليم والرعاية الصحية والمالية، وبالتالي يمكن أن يسهما في تقليل الفجوات الاجتماعية والاقتصادية وتحقيق العدالة والمساواة؛

✓ تشير نتائج تقرير مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي أن الجزائر تتمركز في المجموعة الأولى التي تتميز بأداء رقمي جيد، وهو ما انعكس ايجابا على مختلف أبعاد المؤشر. كما تعمل الجزائر على تقليص الفجوة الرقمية من خلال تبنيها لمشروع الجزائر الالكترونية.

6. قائمة المراجع:

1. Audretsch, Kuratko, & Link, Making Sense of the Elusive Paradigm of Entrepreneurship, Indiana University, 2015, p. 703.
2. يوسف, محمد (2019), " قياس تأثير المؤسسات على العلاقة بين ريادة الأعمال والنمو الاقتصادي", رسالة ماجستير, كلية الاقتصاد والعلوم السياسية, جامعة القاهرة, مصر.
3. علواني, محمد (2020), نشأة ريادة الأعمال, متوفر عبر: <https://2u.pw/CCIoL>
4. الشميري, أحمد (2019), " الفرق بين ريادة الأعمال والمنشآت الصغيرة", ريادة الأعمال والتسويق, جامعة الملك سعود, السعودية, متوفر عبر: <https://2u.pw/u8kQe>
5. خربوطلي, عامر (2018), "ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة", منشورات الجامعة الافتراضية, دمشق, سورية.
6. Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, (2007). Strategic Management, Thomson/South-Western.
7. Muehlburger, M., Rueckel, D., & Koch, S. (2019), "A framework of factors enabling digital transformation"
8. Clohessy, T., Acton, T., & Morgan, L. (2017). The impact of cloud-based digital transformation on IT service providers: evidence from focus groups. International Journal of Cloud Applications and Computing (ICAC), 7(4): 1-19.
9. Ulas, D. (2019). Digital Transformation Process and SMEs. Procedia Computer Science, 158, 662-671.
10. خميس, اسر احمد (٢٠٢١) اثر التحول الرقمي على الاداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية, كلية التجارة, جامعة دمياط, المجلد الثاني, العدد الثاني الجزء الثالث, يوليو.
11. Kummata, R. S&Mary, D. R. (2019). Digital Entrepreneurship Opportunities for Indian Entrepreneurs. Journal of the Gujarat Research Society, 21(9), 88-93.
12. آل صمغ. علي بن صالح. (20018). التحول الرقمي كمرتكز استراتيجي لقيادة التحول الاقتصادي. مقال الكتروني. متاح على الرابط: <https://www.mile.org/images/2018/citc.pdf>
13. عبد الحميد سمر الأمير غازي؛ والجزائر، فاروق فتحي السيد (2021). دور ريادة الأعمال في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (مع الإشارة إلى الواقع المصري). المجلة العلمية للتجارة والتمويل، 40، (عدد خاص لمؤتمر الكلية 2020، ج 2).
14. الابتكار والتكنولوجيا من أجل التنمية المستدامة آفاق واعدة في المنطقة العربية لعام (2030). تقرير اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا. رقم: E/ESCWA/TDD/2019/2
15. بسبع عبد القادر. (2022). تقييم تجربة التحول الرقمي في السعودية وفقا لمؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020 خلال جائحة كورونا. مجلة أبحاث، 7(2).
16. حاج قاسي محمد. (2022). التحول الرقمي في الجزائر في ظل تحديات رقمنة الاقتصاد والادارة العمومية. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 5(2).
17. رانية تقاوة، و بوشاوة شوام. (2023). التحول الرقمي كخيار استراتيجي في ظل الانتقال نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر -دراسة استكشافية. مجلة الاقتصاد والبيئة، 6(1).
18. مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2022. (بلا تاريخ). مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي-مرحلة ما بعد كوفيد 19. تاريخ الاسترداد 06 04 2023، من <https://arab-digital-economy.org/wp-content/uploads/2022/06/%D9%85%D9%88%D9%94%D8%B4%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-2022-.pdf>

دور الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال وتحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية -دراسة ميدانية/الجامعات الحكومية الأردنية-

The Role of Governmental Entities in Promoting Entrepreneurship and Achieving Sustainable Development in Local Communities – A Field Study on Jordanian Government Universities

عفاف فاروق حسين جبريل¹، رحيله طالبي²

¹وزارة التربية والتعليم (الأردن)

²جامعة تيسمسيلت (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال وتحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية -دراسة ميدانية-الجامعات الحكومية الأردنية من خلال أبعاد ريادة الأعمال (إدارة الفرص ، المقدر على المنافسة ، المقدر على الابتكار) لتحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ، وتحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الاحصائي spss ، وبلغ أفراد عينة الدراسة (275) عضو هيئة تدريس من الجامعات الثلاث وتم استخدام اختبار كرو نباخ ألفا لقياس الصدق والثبات واستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار تحليل التباين واختبار المقارنة البعدية شيفيه واختبار معامل ارتباط بيرسون وتم التوصل إلى العديد من النتائج أهمها وجود علاقة إيجابية دالة إحصائية بين مستوى دور الجامعات الحكومية في ريادة الأعمال ومستوى دور الجامعات الحكومية في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية. توصي الدراسة بوجود الجامعات الحكومية توفير التدريب المستمر وورش العمل لأعضاء هيئة التدريس بشأن ريادة الأعمال والتنمية المستدامة للمجتمعات المحلية.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال لاجتماعية: التنمية المستدامة.

Abstract: This study aims to identify the role of government universities in promoting entrepreneurship and achieving sustainable development in local communities - a field study of Jordanian government universities through the dimensions of entrepreneurship (opportunity management, competitive ability, innovation ability) to achieve sustainable development in its economic, social, and environmental dimensions. The descriptive analytical method was adopted, and data analysis was done using the statistical analysis program SPSS. The study sample consisted of (275) faculty members from the three universities, and the Cronbach's alpha test was used to measure validity and reliability. The study found a statistically significant positive relationship between the level of government universities' role in entrepreneurship and the level of government universities' role in achieving sustainable development in local communities from the perspective of faculty members in Jordanian universities. The study recommends that government universities should provide continuous training and workshops for faculty members on entrepreneurship and sustainable development for local communities.

Keywords: Social entrepreneurship; sustainable development.

تحتل ريادة الأعمال دوراً مهماً في الاقتصاد المحلي من خلال الابتكار والإبداع الذي أظهرته المنظمة الريادية من أجل تعزيز التعاون والاستفادة من الخبرة الأكاديمية لمواجهة التحديات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية، ومن جهة أخرى تقدم التنمية المستدامة نهجاً بديلاً يسعى إلى تعزيز النمو الاقتصادي والرفاهية الاجتماعية والاستدامة البيئية والتي تتمثل بمجموعة من الأبعاد البيئية منها والاجتماعية والاقتصادية.

فرضت الباحثتان -الأولى (مدرية جامعية) والثانية (طالبة دكتوراه) -أنه هناك فجوة بين الواقع والمأمول في دور ريادة الأعمال في دور الجامعات في تحقيق التنمية المستدامة، لهذا تم دراسة موضوع دور الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال الاجتماعية وتحقيق التنمية المستدامة، ومن هنا يمكننا طرح الإشكالية البحث التالية:

ما مدى تأثير الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال وتحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية؟

1.1. فرضيات الدراسة: للإجابة المبدئية على الإشكالية الدراسة يمكننا اقتراح مجموعة من الفرضيات التالية:

— الفرضية الرئيسية الأولى Ho: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين دور الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية.

— الفرضية الرئيسية الثانية Ho: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين دور الجامعات الحكومية في تحقيق التنمية المستدامة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية.

2.1. منهج الدراسة: تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي.

3.1. أهداف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ما مستوى دور الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية؟
- هل توجد فروق ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى دور الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية تعزى (للجنس، سنوات الخبرة العملية، الرتبة الأكاديمية، اسم الجامعة)؟
- ما مستوى دور الجامعات الحكومية في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية (البعد الاقتصادي، البعد الاجتماعي، البعد البيئي) من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية؟
- هل توجد فروق ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى دور الجامعات الحكومية في تحقيق التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية تعزى (للجنس، سنوات الخبرة العملية، الرتبة الأكاديمية، اسم الجامعة)؟
- ما العلاقة الارتباطية بين دور الجامعات الحكومية في تشجيع ريادة الأعمال وتحقيق التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية؟

2. الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة:

1.1. محور ريادة الأعمال:

1.1.1. تعريف ريادة الأعمال: يمكن تعريفها على أنها: "القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال ذات الصلة بها، حيث يعتبر المشروع الريادي الأساس في بناء وتطوير منظمات الأعمال القادرة على المنافسة والدخول إلى الأسواق الجديدة، والإصرار على النجاح من خلال المهارة في إدارة المخاطر" (الكتزي و مصطفى، 2018، صفحة 165)

من وجهة نظر الباحثين أنه يمكن تعريف زيادة الأعمال على أنها: "السعي وراء الفرص المتاحة من خلال تجسيد فكرة ريادية وتطويرها إلى مشروع ريادي وفق أبعاد إدارية وابداعية وسلوكية من أجل تحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية وبيئية"
2.2. خصائص زيادة الأعمال:

- تقوم زيادة الأعمال على توفير سبل النجاح لتلك الأنشطة والمشاريع، فقد تمكن من بروز عدة خصائص وأبعاد يجب للمنظمات الريادية أن تتصف بها فقد تتجلى فيما يلي:
- إدراك الفرص: من خلال الحاجات والتحديات والاستخدام الأفضل للموارد نحو تطبيق الأفكار الجديدة في المشروعات التي يتم تخطيط لها بكفاءة عالية. (بطاهر، 2018)
 - المقدرة على المنافسة: تعتبر الاتجاه المنظمة الريادية في التنافس مع المنافسين في نفس القطاع الذي تعمل فيه الشركة على استعداد للقوة التنافسية من خلال قوة الإدارة للسيطرة على القوة التنافسية.
 - المقدرة على الابتكار: الابتكار هو التوصل إلى ما هو جديد من خلال تطوير فكرة أو تطبيق فكرة جديدة (العضاهي، 2022، صفحة 36)

3. محور التنمية المستدامة:

1.3. تعريف التنمية المستدامة:

يعرفها (Romain, 2015, p. 26) على أنها: "التي تلي احتياجات الحاضرة دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية على الوفاء باحتياجاتها الخاصة، وهي تهدف إلى تحقيق التوازن في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية".
من وجهة نظر الباحثين أنه يمكن تعريف التنمية المستدامة على أنها: "هي أن تؤمن احتياجات الجيل الحالي من متطلبات اقتصادية واجتماعية وبيئية دون أن تؤثر على قدرة الأجيال المستقبلية".

2.3. أبعاد التنمية المستدامة:

تتمثل أبعاد التنمية المستدامة فيما يلي: (صالح، 2008، صفحة 87)

- البعد الاقتصادي: يتمحور حول عمليات التحسين والتغيير في أنماط الإنتاج بإضافة إلى النشاطات المرتبطة بالاستهلاك
 - البعد الاجتماعي: يمثل البعد الإنساني بالمعنى الضيق، إذ يجعل من النمو وسيلة للالتحام الاجتماعي، وضرورة عملية اختيار الإنصاف بين الأجيال، إذ يتوجب على الأجيال الراهنة عملية الإنصاف والعدل
 - البعد البيئي: من خلال مكافحة مظاهر التدهور البيئي وذلك من خلال محاربة التلوث والتصحر وغيرها من الظواهر البيئية، يتمثل البعد البيئي للتنمية المستدامة في الحفاظ على الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل لها على أساس مستديم
- #### 3.3. أهداف التنمية المستدامة:

إن الهدف العام للتنمية المستدامة هو الاستقرار طويل الأجل للاقتصاد والبيئة، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال تكامل الشواغل الاقتصادية والبيئية والاجتماعية والاعتراف بها في جميع مراحل عملية صنع القرار، كما يمكن تحديد أهداف التنمية فيما يلي: (بن عوالي، عرايش، و بلمشري، 2022، صفحة 77)

- تكثيف التعاون بين الدول في المجال البيئي والاحتكاك بها؛
- الاستفادة من إيجابيات العولمة بهدف تحقيق الاستغلال العقلاني للموارد الطبيعية؛
- تعزيز الحكم الراشد باعتباره أحد الركائز التي تساهم في مفهوم التنمية المستدامة.

4. الدراسات السابقة:

تهدف دراسة (العضاهي، 2022) إلى معرفة دور مشاريع زيادة الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى مدى إدراك رواد الأعمال الحديثة لأبعاد الريادة كما تم اعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كأداة لدراسة مجتمع ريادة الأعمال، أظهرت الدراسة عدة نتائج منها أن غالبية رواد ورائدات الأعمال بمنطقة عسير يوافقون بشدة أن توافر محددات المشاريع الريادية يساعد بدرجة كبيرة في تحقيق التنمية المستدامة.

تهدف دراسة (حمدي، 2022) إلى تسليط الضوء على دور مشاريع الأعمال الريادية بأبعادها المختلفة في التنمية المستدامة وفق رؤية مصر 2030 كذلك تقديم مفاهيم نظرية وعملية عن واقع ريادة الأعمال ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، تم استعمال المنهج التحليلي إضافة إلى الاستبانة لمجتمع منطقة سوهاج، توصلت الدراسة إلى أن زيادة الأعمال تعد أحد المداخل الأساسية للتطور الاقتصادي وزيادة النمو والانتاجية، كما توصلت إلى أن توافر خصائص الريادية لدى أصحاب المشاريع الريادية يساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

5. الطريقة والإجراءات:

تم تطبيق أداة الدراسة على عينة عشوائية من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية للعام الدراسي (2022-2023) وتشمل ثلاث جامعات وهي: (جامعة آل البيت، الجامعة الأردنية، جامعة مؤتة الجناح المدني)، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة. وبلغت عينة الدراسة من (275) عضو هيئة تدريس من الجامعات الثلاث. وتم استخدام استبانة كأداة الدراسة من قسمين الأول (محور زيادة الأعمال) والثاني (محور التنمية المستدامة). كما في الملحق رقم (1) وتم استخراج معامل ارتباط المجال بالدرجة الكلية، ومعاملات الارتباط بين المجالات. وتبين أن جميع معاملات الارتباط كانت ذات درجات مقبولة ودالة إحصائية، لتبيان قيم معاملات الثبات لأبعاد الدراسة كالآتي في الجدول (1):

الجدول 1: قيم معاملات الثبات لأداة الدراسة حسب مجالات زيادة الأعمال

قيم معاملات الثبات لأداة الدراسة حسب مجالات زيادة الأعمال					
القسم	أرقام الفقرات	رقم المجال	المجال	عدد الفقرات	كرو نباخ الفا
القسم الأول ريادة الأعمال	8-1	الأول	إدراك الفرص	8	0.86
	16-9	الثاني	المقدرة على المنافسة	8	0.89
	24-17	الثالث	المقدرة على الابتكار	8	0.90
قيم معاملات الثبات لأداة الدراسة حسب مجالات التنمية المستدامة					
القسم	أرقام الفقرات	رقم المجال	المجال	عدد الفقرات	كرو نباخ الفا
القسم الثاني التنمية المستدامة	7-1	الأول	البعد الاقتصادي	7	0.79
	14-8	الثاني	البعد الاجتماعي	7	0.88
	21-15	الثالث	البعد البيئي	7	0.90

المصدر: من اعداد الباحثين باعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتبين من جدول (1) أن معاملات الثبات، مقبولة ومناسبة لأغراض الدراسة. وكانت النتائج على أسئلة الدراسة توضح إجابة السؤال الأول باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكانت نتائج السؤال الثاني تبين كما في الجدول (2).

الجدول (2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في مستوى ريادة الأعمال من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية باختلاف المتغيرات (الجنس، سنوات الخبرة العملية، الرتبة الأكاديمية، اسم الجامعة)

الجنس	إدراك الفرص	المقدرة على المنافسة	المقدرة على الابتكار	المقدرة على الابتكار
ذكر	المتوسط	3.53	3.42	3.45
	الانحراف المعياري	.87	.81	.95
انثى	المتوسط الحسابي	3.49	3.39	3.61
	الإتحاف المعياري	.75	.76	.74
الكلية	المتوسط الحسابي	3.52	3.41	3.50
	الانحراف المعياري	.83	.79	.89
سنوات الخبرة	إدراك الفرص	المقدرة على المنافسة	المقدرة على الابتكار	ريادة الأعمال الكلية
أقل من 5 سنوات	المتوسط	3.39	3.23	3.33
	الانحراف المعياري	.91	.84	.85
5 سنوات - أقل من 10 سنوات	المتوسط الحسابي	3.31	3.25	3.28
	الإتحاف المعياري	.85	.79	.83
10 سنوات فأكثر	المتوسط الحسابي	3.73	3.63	3.69
	الانحراف المعياري	.73	.72	.69
الكلية	المتوسط الحسابي	3.52	3.41	3.48
	الانحراف المعياري	.83	.79	.80
الرتبة الأكاديمية	إدراك الفرص	المقدرة على المنافسة	المقدرة على الابتكار	ريادة الأعمال الكلية
أستاذ مساعد	المتوسط	3.20	3.11	3.17
	الانحراف المعياري	.89	.79	.86
أستاذ مشارك	المتوسط الحسابي	3.76	3.60	3.70
	الإتحاف المعياري	.64	.70	.60
أستاذ	المتوسط الحسابي	3.7	3.69	3.73
	الانحراف المعياري	.76	.73	.73
الكلية	المتوسط الحسابي	3.52	3.41	3.48
	الانحراف المعياري	.83	.79	.80
اسم الجامعة	إدراك الفرص	المقدرة على المنافسة	المقدرة على الابتكار	ريادة الأعمال الكلية
جامعة آل البيت	المتوسط	3.66	3.34	3.56
	الانحراف المعياري	.68	.79	.62
الجامعة الأردنية	المتوسط الحسابي	3.5	3.52	3.52
	الإتحاف المعياري	.88	.79	.86
جامعة مؤتة	المتوسط الحسابي	3.42	3.23	3.31
	الانحراف المعياري	.83	.76	.76
الكلية	المتوسط الحسابي	3.52	3.41	3.4
	الانحراف المعياري	.83	.79	.80

المصدر: من اعداد الباحثين باعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول (2) تبايناً ظاهرياً في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ولبيان دلالة الفروق الإحصائية بين المتوسطات

الحسابية ثم استخدام تحليل التباين جدول (3).

الجدول (3): تحليل التباين لأثر الجنس، سنوات الخبرة العملية، الرتبة الأكاديمية، اسم الجامعة على مستوى ريادة الأعمال من

وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية

الجنس/مجالات ريادة الأعمال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
إدراك الفرص * الجنس	0.09	1	0.09	0.14	0.70
بين المجموعات	192.29	273	0.70		
الكلية	192.39	274			
المقدرة على المنافسة * الجنس	0.04	1	0.04	0.07	0.78
بين المجموعات	174.28	273	0.63		
الكلية	174.32	274			
المقدرة على الابتكار * الجنس	1.61	1	1.61	2.00	0.15
بين المجموعات	219.14	273	0.80		
الكلية	220.75	274			
ريادة الأعمال الكلية * الجنس	0.06	1	0.06	0.09	0.76
بين المجموعات	177.81	273	0.65		
الكلية	177.87	274			
سنوات الخبرة \مجالات ريادة الأعمال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
إدراك الفرص * الخبرة	0.09	1	0.09	0.14	0.70
بين المجموعات	192.2	273	0.70		
الكلية	192.39	274			
المقدرة على المنافسة * الخبرة	0.04	1	0.04	0.07	0.78
بين المجموعات	174.28	273	0.63		
الكلية	174.32	274			
المقدرة على الابتكار * الخبرة	1.61	1	1.61	2.00	0.15
بين المجموعات	219.14	273	0.80		
الكلية	220.75	274			
ريادة الأعمال الكلية * الخبرة	0.06	1	0.06	0.09	0.76
بين المجموعات	177.81	273	0.65		
الكلية	177.87	274			
الرتبة الأكاديمية /مجالات ريادة الأعمال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الاحصائية
إدراك الفرص * الرتبة_الأكاديمية	21.58	2	10.79	17.18	*.00
بين المجموعات	170.81	272	0.62		
الكلية					

			274	192.39	الكلية	
.00	16.83	9.60	2	19.20	بين المجموعات	المقدرة على المنافسة الرتبة_الأكاديمية
		.57	272	155.12	داخل المجموعات	
			274	174.32	الكلية	
.00	13.46	9.94	2	19.89	بين المجموعات	المقدرة على الابتكار الرتبة_الأكاديمية
		.73	272	200.85	داخل المجموعات	
			274	220.75	الكلية	
.00	17.34	10.05	2	20.11	بين المجموعات	ريادة الأعمال الكلية الرتبة_الأكاديمية
		.58	272	157.76	داخل المجموعات	
			274	177.87	الكلية	
الدلالة الاحصائية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	اسم الجامعة /مجالات ريادة الأعمال	
.30	1.20	.84	2	1.69	بين المجموعات	إدراك الفرص* الجامعة
		.70	272	190.70	داخل المجموعات	
			274	192.39	الكلية	
.034	3.41	2.13	2	4.27	بين المجموعات	المقدرة على المنافسة الجامعة
		.62	272	170.05	داخل المجموعات	
			274	174.32	الكلية	
.07	2.63	2.09	2	4.19	بين المجموعات	المقدرة على الابتكار* الجامعة
		.79	272	216.55	داخل المجموعات	
			274	220.75	الكلية	
.17	1.73	1.12	2	2.24	بين المجموعات	ريادة الأعمال الكلية* الجامعة
		.64	272	175.63	داخل المجموعات	
			274	177.87	الكلية	

المصدر: من اعداد الباحثين باعتماد على مخرجات برنامج SPSS

ولبيان الفروق الزوجية الدالة إحصائياً بين المتوسطات الحسابية تم استخدام المقارنات البعدية بطريقة شيفيه ((Schaffer، وكانت النتائج للسؤال الثالث باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تشير إلى أن مستوى تقدير التنمية المستدامة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية قد جاء بمستوى متوسط. وكانت طريقة التحليل الإحصائي المتبعة في كلا من السؤال الثاني والسؤال الرابع هي نفسها للوصول إلى الإجابة على أسئلة البحث والتي أظهرت الفروق، وكانت نتائج السؤال الخامس كما في الجدول رقم (4)

الجدول (4): معامل ارتباط بيرسون بين مستوى ريادة الأعمال ومستوى التنمية المستدامة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية.

المجال	معامل الارتباط ر الدلالة الإحصائية العدد	البعد الاقتصادي	البعد الاجتماعي	البعد البيئي
إدراك الفرص	معامل الارتباط ر	.81**	.82**	.75**
	الدلالة الإحصائية العدد	.00	.00	.00
		275	275	275
المقدرة على المنافسة	معامل الارتباط ر	.83**	.79**	.79**
	الدلالة الإحصائية العدد	.00	.00	.00
		275	275	275
المقدرة على الابتكار	معامل الارتباط ر	.81**	.87**	.79**
	الدلالة الإحصائية العدد	.00	.00	.00
		275	275	275

** دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.01$).

* دالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

المصدر: من اعداد الباحثين باعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتبين من الجدول (4) وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين مستوى دور الجامعات الحكومية في ريادة الأعمال ومستوى دور الجامعات الحكومية في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية.

6. نتائج الدراسة:

- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) تعزى لمتغير اسم الجامعة في جميع المجالات والدرجة الكلية؛
- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين (اسم الجامعة (مؤتة)، و(الأردنية) في مجالات ريادة الأعمال وجاءت الفروق لصالح (الجامعة الأردنية)؛
- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين أستاذ مساعد وأستاذ مشارك وأستاذ وجاءت الفروق لصالح (أستاذ)؛
- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) تعزى لمتغير سنوات الخبرة العملية في جميع المجالات والدرجة الكلية باستثناء مجال (البعد البيئي)، وجاءت الفروق لصالح (10 سنوات فأكثر)؛
- ✓ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) تعزى لمتغير الرتبة الأكاديمية في جميع المجالات والدرجة الكلية جاءت الفروق لصالح الرتبة الأكاديمية أستاذ؛
- ✓ وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين مستوى دور الجامعات الحكومية في ريادة الأعمال ومستوى دور الجامعات الحكومية في تحقيق التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية.

7. خاتمة:

تحتل زيادة الأعمال أهمية بالغة في الجامعات الحكومية الأردنية والسبيل الأفضل لتحقيق التنمية المستدامة، من خلال جعل الجامعات خاصة الحكومية محل ابداع وابتكار حلول لمشاكل وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. مناقشة النتائج:

تعتبر زيادة الأعمال وسيلة لحل المشكلات الاجتماعية من خلال أبعادها إتاحة الفرص والمقدرة على المنافسة والمقدرة على الابتكار بالتنظيم والإدارة الصحيحة وتحقيق معايير التغيير الاجتماعي والتقدم المطلوب لحل الفروق التي وردت من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة والتي أظهرت الفارق الخاص والتي تعزى لخصائص كل منها. لرفع مستوى تحقيق التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية.

التوصيات: وجب على الجامعات الحكومية توفير التدريب المستمر وورش العمل لأعضاء هيئة التدريس بشأن زيادة الأعمال والتنمية المستدامة للمجتمعات المحلية.

8. قائمة المراجع:

1. أحمد عمر علي حمدي. (ابريل، 2022). نحو تحقيق التنمية المستدامة خلال لية زيادة الأعمال دراسة ميدانية على عينة المشاريع الريادية في محافظة سوهاج. المجلة العلمية لكلية الآاب(العدد 82).
 2. الجليلي بن عوالي، زينة عرايش، و بشرى بلمشري. (جوان، 2022). دور الجمعيات في إرساء دعائم التنمية المستدامة -دراسة حالة الجمعية الوطنية للعمل التطوعي في الجزائر. مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، 04(01)، الصفحات 72-91.
 3. بختة بطاهر. (2018). المؤسسات الريادية ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات -دراسة حالة مؤسسة متيجي ومؤسسة حليب فرعي مستغانم-. مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، 01(07).
 4. صابر الكتري، و محمد المهدي مصطفي. (2018). أثر حاضنات الأعمال في خفض التكلفة بدعم زيادة الأعمال للمشروعات الصغيرة- دراسة تطبيقية مقارنة. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، 02(02).
 5. صالح صالح. (2008). التنمية الشاملة المستدامة والكفاءة الاستخدامية للثروة البترولية في الجزائر. المؤتمر الدولي: التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة. سطيف: جامعة فرحات عباس: كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.
 6. موسى مسفر عبد الله العضاوي. (ديسمبر، 2022). دور مشروعات زيادة الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على منطقة عسير. مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، 03(02)، الصفحات 31-51.
7. Romain. A. (2015). transition systémique pour un développement durable: entre conception et territoire. thèse de doctorat. troyes, france: université de technologie de troyes.

9. الملاحق:

الملحق رقم (1): أداة الدراسة بصفتها النهائية

معلومات عامة:

يرجى وضع إشارة (√) في المربع المناسب:

الجنس: ذكر <input type="checkbox"/>		الجنس: أنثى <input type="checkbox"/>	
سنوات الخبرة العملية: أقل من 5 سنوات <input type="checkbox"/>	من 5 سنوات إلى 10 سنوات <input type="checkbox"/>	أكثر من 10 سنوات <input type="checkbox"/>	أكثر من 10 سنوات <input type="checkbox"/>
الرتبة الأكاديمية: أستاذ مساعد <input type="checkbox"/>	أستاذ مشارك <input type="checkbox"/>	أستاذ <input type="checkbox"/>	أستاذ <input type="checkbox"/>
اسم الجامعة: الجامعة الأردنية <input type="checkbox"/>	الجامعة الأردنية <input type="checkbox"/>	جامعة مؤتة <input type="checkbox"/>	جامعة مؤتة <input type="checkbox"/>

القسم الأول: زيادة الأعمال

الرقم	الفقرات			
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
1				
2				

الجامعة الريادية ودورها في ظل اقتصاد المعرفة – تجارب دولية رائدة-

The entrepreneurial university and its role in light of the knowledge economy - Pioneering international experiences -

نصيرة يعقوب¹، نعيمة غنام²

¹ جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي-(الجزائر)

² جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي_ (الجزائر)

ملخص: مع تزايد الاهتمام في الآونة الأخيرة بزيادة الأعمال داخل الجامعات في مختلف دول العالم، خاصة في ظل التطور التكنولوجي والمعرفي الكبير في مناخ الاقتصاد العالمي، استهدفت الدراسة الحالية تقديم إطار مفاهيمي حول الجامعة الريادية وأهم معاييرها إضافة إلى أدوارها الجديدة في ظل اقتصاد المعرفة ومتطلبات تحقيقها، كما تم استعراض تجارب دولية لجامعات ريادية رائدة، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في جمع البيانات والمعلومات حول الجانب النظري، وتوصلت إلى نتائج أهمها أن الجامعة الريادية هي النموذج الملائم لاقتصاد المعرفة، وأنه بات من الضروري على الجامعات أن تتبنى الريادية والابتكارية كوظيفة جديدة فضلا عن وظائفها التقليدية لرفع قدراتها التنافسية والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: الجامعة الريادية؛ الريادة؛ اقتصاد المعرفة؛ تجارب رائدة.

Abstract: With the recent increase in interest in entrepreneurship within universities in various countries of the world, especially in light of the great technological and knowledge development in the climate of the global economy, the current study aimed to provide a conceptual framework about the entrepreneurial university and its most important criteria in addition to its new roles in light of the knowledge economy and the requirements for achieving it. International experiences of pioneering universities were reviewed, where the study relied on the descriptive approach in collecting data and information on the theoretical side, and reached results, the most important of which is that the entrepreneurial university is the appropriate model for the knowledge economy, and that it has become necessary for universities to adopt entrepreneurship and innovation as a new job in addition to their functions to raise their competitiveness and contribute to economic and social development.

Keywords: Entrepreneurial University; Entrepreneurship; Knowledge Economy; Pioneering Experiences.

إن عملية التحول من الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد المعرفة القائم بالدرجة الأولى على المعرفة ورأس المال البشري فرضت على الجامعة أن تستجيب وتتماشى مع هذا التحول، باعتبارها الحاضنة الأولى للمعرفة، وذلك بإدخال وظائف جديدة فضلا عن وظائفها الكلاسيكية المتمثلة في التعليم والبحث العلمي، ولتحقيق ذلك تبنت الجامعة إستراتيجية زيادة الأعمال التي أنتجت مفهوما جديدا وهو الجامعة الريادية، التي أصبحت تمارس الأنشطة الريادية وتبحث عن الإبداع واستثمار الفرص الموجودة في بيئة الأعمال لتطبيق مخرجاتها وتحويلها لمنتجات قابلة للتسويق، الأمر الذي جعل منها فاعلا محوريا في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

تعد زيادة الأعمال النموذج الملائم في ظل التطور التكنولوجي والمعرفي الهائل الذي يشهده العالم، وهذا راجع لتركيزها على إطلاق روح المبادرة والإبداع لدى الأفراد لتشجيعهم على الابتكار، مما يؤدي إلى خلق قيمة مضافة ويحقق النمو المستدام، حيث تسعى الجامعة الريادية بدورها من خلال برامجها المختصة في التعليم الريادي إلى نشر الثقافة الريادية وسط الطلبة من أجل تحويل المعرفة إلى مشروعات تجارية تعود بالفائدة على جميع الأطراف وتشارك في تحقيق مداخيل للجامعة بدل الاعتماد التام على التمويل الحكومي.

تختلف خبرات وتجارب الدول في تطبيق نموذج الجامعة الريادية، حيث تعد جامعات الولايات المتحدة الأمريكية الأكثر نجاحا على اعتبار أنها كانت السبابة في تبني تعليم زيادة الأعمال، مما مكنتها من احتلال المركز الأول من حيث بيئة الابتكار التكنولوجي الأمتل في العالم، وأصبح النموذج الأمريكي مسيطرا وهذا راجع لاعتماده على ربط الجامعة ببيئة الأعمال، أيضا حظيت الجامعة الريادية باهتمام كبير في كل من أوروبا وآسيا ولكنها لا تزال في بداية مشوارها في الدول النامية.

وفي ذات السياق هناك جامعات ريادية رائدة في العالم نجحت إلى حد كبير في الاستثمار في المعرفة وخدمة المجتمع، من بينها جامعة كامبريدج ببريطانيا، التي تقوم بدعم تطوير الأفكار الريادية وتحويل جامعة كامبريدج إلى مركز معرفة عالمي لريادة الأعمال، جامعة ستانفورد الأمريكية التي بدأ منها وادي السليكون، أصبحت اليوم نموذجية في إنشاء الشركات المختصة في التكنولوجيا المتطورة التي تسجل أرقاما كبيرة في الإيرادات مما انعكس إيجابا على نمو الاقتصاد الأمريكي، أما في دول آسيا فنجد العديد من الجامعات الريادية الناجحة كجامعة طوكيو التي تنامت قدرتها التنافسية عالميا وتحولت إلى مركز للابتكار بامتياز كذلك نجد أن سنغافورة واكبت التغيير الحاصل فجامعتها الوطنية تطمح إلى تحقيق التميز في البحث والتدريس والمشروعات والتحول إلى جامعة مركزية في آسيا لها تأثير إيجابي في المستقبل، أيضا نجد أن تحول ماليزيا للاقتصاد المعرفي جعل جامعاتها ريادية، فجامعة مارا مثلا أصبحت واحدة من أهم الجامعات في آسيا وهذا جاء كنتيجة لتبنيها لاستراتيجية زيادة الأعمال.

وانطلاقا مما سبق جاءت هذه الورقة البحثية لتسليط الضوء على مفهوم الجامعة الريادية وأدوارها في ظل اقتصاد المعرفة، من خلال استعراض تجارب عالمية رائدة، ومنه يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما دور تطبيق نموذج الجامعة الريادية في ظل اقتصاد المعرفة؟

ومن أجل معالجة هذه الإشكالية يمكن الاستعانة بالأسئلة الفرعية الآتية:

- ما المقصود بالجامعة الريادية؟ وما هي أهم معاييرها؟
- ما المقصود باقتصاد المعرفة؟ وما هي أهم مؤشراتته؟
- فيما تتمثل إسهامات الجامعة الريادية في ظل مستجدات اقتصاد المعرفة؟
- كيف نجحت بعض الدول في تجربتها للتحول إلى الجامعة الريادية؟

1.1. فرضيات الدراسة: استنادا لإشكالية البحث والأسئلة الفرعية تم صياغة الفرضيات الآتية:

- الفرضية الأولى: تساهم الجامعة الريادية في تعزيز التحول لاقتصاد المعرفة؛
- الفرضية الثانية: تعتبر الجامعة الريادية النموذج الملائم لاقتصاد المعرفة؛

2.1. أهمية وأهداف الدراسة: تستمد أهمية هذا البحث من أهمية وحداثة موضوع الجامعة الريادية، التي باتت تلعب دورا كبيرا لدفع التنمية الاقتصادية في ظل التحول المعرفي والرقمي الكبير الذي بات يميز الاقتصاد العالمي، حيث أن هناك تجارب جد ناجحة للجامعة الريادية في ظل اقتصاد المعرفة، جعل الجامعة تشجع المشروعات الريادية وتولي أهمية كبيرة لتطوير المهارات الريادية لدى الطلبة لتحويل أفكارهم المبتكرة لمنتجات قابلة للتسويق. وعليه تكمن أهداف الدراسة في:

- الإحاطة بمفهوم الجامعة الريادية واقتصاد المعرفة؛
- التعرف على معايير ومؤشرات التحول للجامعة الريادية؛
- الوقوف على إسهامات وأدوار الجامعة الريادية في ظل اقتصاد المعرفة؛
- عرض تجارب دولية ناجحة للاستفادة منها؛
- الخروج بنتائج بحثية تكون بمثابة اقتراحات وتوصيات مستقبلا؛

3.1. منهج وأدوات الدراسة: من أجل الإلمام بمختلف الجوانب المرتبطة بدراستنا استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي، وهذا بغرض استعراض أهم الجوانب النظرية للدراسة والقيام بتحليلها.

4.1. الدراسات السابقة: قمنا بالاطلاع على دراسات تناولت الموضوع وكان أهمها:

- دراسة أشرف محمود أحمد محمود ومحمد جاد حسين أحمد 2016 حول "تحويل الجامعات المصرية إلى جامعات ريادية في ضوء الاستفادة من خبرات جامعتي كامبريدج وسنغافورة الوطنية" هدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتحويل الجامعات المصرية إلى جامعات ريادية من خلال الاستفادة من تجربتي جامعتي كامبريدج وسنغافورة، وتم استخدام مدخل حل المشكلات Problems Approach منهج براين هولمز المقارن، حيث أسفرت النتائج عن وضع هذا التصور.
- دراسة راضي عدلي كامل وحاتم فرغلي ضاحي 2021 حول "تصور مقترح لجامعة أسوان كجامعة ريادية في ضوء مستجدات اقتصاد المعرفة" هدفت الدراسة إلى وضع تصور لتحويل جامعة أسوان إلى جامعة ريادية في ظل اقتصاد المعرفة، وتم استخدام المنهج الوصفي بإعداد استبانة وتوصلت نتائج البحث إلى وضع التصور المقترح الذي يستند على أسس ومنطلقات وآليات وشروط و ضمانات وإجراءات تحقيق.

2. التوجه نحو الجامعة الريادية:

لا يوجد اتفاق حول أول من استعمل مصطلح الجامعة الريادية، إذ أنه يعد من المفاهيم الحديثة التي بدأت تتشكل علميا خلال بداية الألفية الجديدة، حيث انطلق من أمريكا وانتشر بعد ذلك في كل من أوروبا وآسيا، وظهر الاهتمام بالريادة في ميدان التعليم العالي في Harvard Business School سنة 1974، وذلك من خلال التعليم بإدخال برامج كان هدفها نشر الثقافة الريادية بين الطلبة.

1.2. تعريف الريادية: عرفت الريادة على أنها: "إنشاء شيء جديد ذي قيمة، وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطر المصاحبة، واستقبال المكافئة الناتجة" (جمعة و العلي، 2008، صفحة 5).

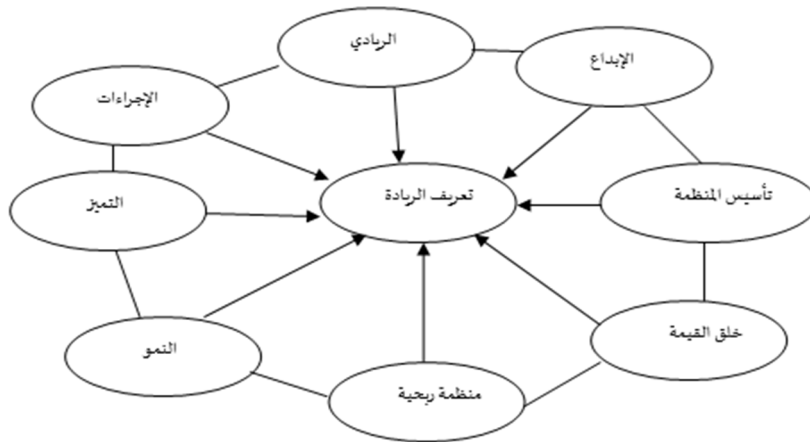
- الريادة هي: " تلك التي تنتج عن الابتكار سواء أكان لمنتجات جديدة أو طرق إنتاج جديدة أو أسواق جديدة أو نماذج جديدة من المنظمات، وأن الابتكار يأتي من الحاجات الجديدة للزبائن والذي ينتج عنه قيمة مضافة للزبائن تساعد في تحقيق وإشباع حاجاتهم" (السكران، 2009، صفحة 61).

-تعرف أيضا بأنها: " الأنشطة التي تعتمد على المؤسسات التعليمية (الجامعات)، لبناء المركز المناسب لها في سوق العمل وإيجاد الفرص واستثمار الموارد بطرق يصعب على الجامعات الأخرى فهمها أو تقليدها" (A.Hitt, R.Duane, & Hoskisson, 2001, p. 526).

- كما تعرف بأنها: "نوع من السلوك المتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية من أجل استغلال موارد وحالات معينة، تحمل المخاطرة وقبول الفشل، إنه مسار يعمل على خلق شيء ما مختلف والحصول على قيمة بتخصيص الوقت والعمل الضروري، مع تحمل الأخطار المالية النفسية والاجتماعية المصاحبة لذلك، والحصول على نتائج في شكل رضا مالي وشخصي" (قوجيل، 2015-2016، صفحة 55).

- "هي خصائص وسلوكيات تتعلق بالابتداء بعمل والتخطيط له وتنظيمه وتحمل المخاطرة والإبداع في إدارته" (Lussier, 2008, p. 20). لذلك يمكن القول إن الريادة هي عملية ديناميكية تقوم على المبادرة والمخاطرة ببدء مشروع جديد يتميز بالإبداع والابتكار، وهذا عن طريق استغلال الفرص الموجودة في السوق واستعمال الموارد المتاحة، وبشكل عام، يتكون تعريف الريادة من تفاعل مزيج العناصر الواردة في الشكل التالي:

الشكل 1: العناصر المكونة لتعريف الريادة



المصدر: (كافي، 2018، صفحة 20)

2.2. خصائص المؤسسات التعليمية الريادية: تمتاز المؤسسات التعليمية بمجموعة من الخصائص الريادية تتمثل في: (توفيق ومرسي، 2017، الصفحات 18-19)

- الإبداع: البحث عن طرق جديدة سواء بإدخال تكنولوجيا متطورة أو أساليب عمل مختلفة، وذلك بهدف تقديم خدمات ومخرجات تعليمية أكثر جودة.

- تحمل المخاطر: الإقبال على العمل وتحمل المسؤولية مع تقبل احتمالية النجاح أو الفشل.

- المبادرة: الرغبة في تحقيق النجاح والريادة.

- المنافسة: على المؤسسات التعليمية أن تكون قادرة على المنافسة.

- التمايز: يجب أن تكون الخدمات التعليمية مميزة.

- التكلفة: تقديم تعليم بتكلفة مناسبة مع المحافظة على جودة التعليم ونوعيته.
- التحالفات: عقد اتفاقيات وشراكة مع أطراف وجهات تعليمية مختلفة لبلوغ الأهداف المرجوة.
- 3.2. المفاهيم الأساسية للجامعة الريادية: يوجد عدة مفاهيم للجامعة الريادية وسنستعرض أهمها من خلال الجدول الآتي:

الجدول 1: تعاريف بعض الباحثين للجامعة الريادية

اسم الباحث والسنة	التعريف
Clark, 1998	الجامعة التي تبحث بفعالية عن الإبداع في أنشطتها وهي تبحث عن إحداث تغيير جوهري في شخصياتها التنظيمية من أجل الوصول إلى الحالة المستقبلية المرغوبة.
Nelson & Byers, 2005	انتقال الأفكار، الأدوات، والأفراد بين التعليم العالي (الجامعة) والقطاعين العام والخاص.
Gibb, 2005	الجامعة التي تقدم الفرص، الممارسات، الثقافة، والبيئات الراحية والمشجعة للطلبة المنتسبين. أي أنها جامعة تنظر للريادة بوصفها جزء من بنيتها.
Wong et al., 2007	الجامعة التي تضيف البعد الريادي إلى محتوى التعليم الجامعي.
Rothaermel et al., 2007	ممارسة الجامعة للأنشطة الريادية لاسيما الامتياز، الترخيص، خلق منظمات جديدة، تسهيل نقل التكنولوجيا من خلال الحاضنات، وتسهيل التطور الاقتصادي المحلي.
Burykhina, 2009	جامعة تؤدي وظائفها بطريقة ريادية من أجل بلوغ الاستدامة في ظل الظروف الجديدة للاقتصاد العالمي.
Peterka, 2010	الجامعة التي تدرك بينتها(الصناعة) كسوق لها وتستجيب لها وفقا لذلك.
Bratianu & Stanciu, 2010	مكان يقوم فيه الأفراد بالإبداع في مجالات التعليم والبحث بقصد البقاء والنمو.
Arnaut, 2011	الجامعة التي تجسد الأفكار في أرض الواقع وتخلق القيمة في المجتمع ولا ترى في ذلك تهديد حقيقي للقيم الأكاديمية التي تؤمن بها.
Moroz, 2012	الجامعة التي تبحث للحصول على نتائج مبدعة في واحد من أربعة ميادين مترابطة هي: نظم المتاجرة، نظم التعليم الريادي، نظم البحث والتعليم، والنظم الإدارية.
Asgarimehr et al., 2012	الجامعة المنتجة للمعرفة الجديدة وتعمل على تطبيقها وتحويلها.
Guerrero & Urbano, 2012	جامعة تطور آليات مختلفة من أجل التطور وزيادة الدخل.
Astebro et al., 2012	الجامعة التي تساهم في تحويل الاختراعات العلمية إلى فرص تجارية.
Rohani, 2013	جامعة تركز على توليد المعرفة وتوسيع رعة المعرفة الإنسانية بقصد الاستجابة للاستشارات التعليمية والبحثية والتكنولوجية المطلوبة من قبل البيئة.

المصدر: (جلاب، حسن، جنة، و سبي، 2016، الصفحات 255-256)

أيضا تعرف الجامعة الريادية على أنها: "هي التي تتبنى النموذج الحلزوني الثلاثي (الجامعة- الحكومة- الصناعة) في إدارة عملياتها التي تتسم بالابتكارية والإبداع والمخاطرة، وتسعى لتنمية ريادة الأعمال الأكاديمية من خلال التربية وتسويق البحوث والتبرخيص وبراءات الاختراع وإنشاء الشركات التابعة لها لتحقيق الرسالة الثالثة للجامعة المتمثلة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فضلا عن وظائفها التقليدية والوصول للعالمية وامتلاك ميزة تنافسية لتحقيق مكانة مرموقة متقدمة بين الجامعات العالمية الرائدة" (محمود و أحمد، 2016، الصفحات 337-338)

بناء على ما سبق يمكن القول إن الجامعة الريادية هي الجامعة المنتجة التي تضيف ريادة الأعمال إلى وظائفها التقليدية وتسعى إلى تشجيع الإبداع والابتكار في مختلف ممارساتها رغبة منها في تحويل مخرجاتها المعرفية والبحثية إلى منتجات وخدمات قابلة للتسويق، وهذا من خلال ربط علاقات مع مختلف الفاعلين في البيئة المحيطة بها لتساهم بدورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

4.2. التعليم الريادي وأهميته في الجامعة: يعتبر من أهم التجارب الناجحة في مجال التعليم العالي، حيث كانت فكرة التعليم الريادي مجهولة بشكل كبير حتى عام 1970، ثم ظهر جزئيا في مكونات المناهج الجامعية، واستمر على هذه الحال خلال الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي ولكن مع بداية العقد الأول من القرن 21 انتشر بشكل واسع في معظم الجامعات العالمية وخاصة في الو.م.أ.

- يعرف التعليم الريادي بأنه: " التعليم الذي يقدم برامج ومقررات تخدم مجال ريادة الأعمال، فضلا عن إكساب الطلاب بعض المهارات القيادية كرواد الأعمال، وكذلك غرس بعض القيم والاتجاهات والسلوكيات التي تعزز ثقافة الفكر الريادي لديهم" (الدغدي و سليمان، 2022، صفحة 28).

- التعليم الريادي هو: " عملية منظمة لتطوير الصفات والقيم الريادية لدى الفرد، وتعزيز ثقافة الإبداع والابتكار والتطوير والاستكشاف، والاستفادة من الفرص، واكتساب المهارات الإدارية القائمة على الإدارة المنهجية لتلبية احتياجات تشغيل الأعمال التجارية بكفاءة وفعالية، وتحقيق الربحية والنمو المستدام" (Sanchez, 2011, p. 239).

- يعرف بأنه: " برامج تدريبية هدفها تحفيز دافعية الطلاب نحو تقمص العمل الحر وذلك من خلال تعليمهم إنتاج أفكار جديدة وتحديد الفرص واكتشافها، بالإضافة إلى تأصيل بعض الصفات والسمات والخصائص الشخصية مثل: المبادرة، المخاطرة تحمل المسؤولية" (علويط و فرعون، 2022، صفحة 120).

يحظى التعليم الريادي باهتمام كبير من طرف الهيئات الحكومية وأصحاب المشاريع الريادية، وذلك نظرا لأهميته الكبيرة والمتمثلة في: (ابراهيم، 2015، صفحة 36).

- تغيير ثقافة الأفراد والمجتمع ليصبحوا أكثر مبادرة وقدرة على تحويل أفكارهم وابتكاراتهم إلى مشاريع تجارية؛
- يساهم التعليم الريادي في نشر الثقافة الريادية وتنمية الروح الريادية لدى الطلبة مما ينعكس إيجابا على التنمية المستدامة؛
- إعداد رواد الأعمال الذين يساهمون في رفع مستوى التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتحقيق رفاهية الأفراد والمجتمع؛
- بناء مجتمع المعرفة من خلال زيادة توجه الطلبة الخريجين نحو الابتكار والمشاريع ذات التكنولوجيا العالية؛
- زيادة القيمة المضافة للمجتمع من خلال خلق المزيد من الفرص المرتبطة بإحداث تطور تكنولوجي يستند إلى المعرفة؛
- تعديل أنماط السلوك التقليدية ونمط التفكير التقليدي ونظام القيم والاتجاهات بما يناسب الطموحات التنموية للمجتمع.

الجدول 2: أهمية التعليم الريادي بالنسبة للفرد ومؤسسة العمل والمجتمع

المكونات	الأفراد	مؤسسات العمل	المجتمع
فرص عمل	أكثر الأفراد بحاجة للرغبة والقدرة على خلق ونمو الوظائف	خلق وظائف أكثر	ريادة الأعمال والابتكار وسائل رئيسية للنمو وخلق فرص العمل
تحقيق النجاح الاقتصادي	تحقيق النجاح الشخصي والنمو المهني	التجديد والتنوع للمؤسسات	تحقيق التنمية المستدامة
انعكاسات العولمة والابتكار والتجديد	تطوير مهارات المستقبل وتحقيق مهارات الازدهار	المساهمة في تغيير هيكل السوق	تتطلب الأسواق المرنة مهارات عالية الأداء
المشاركة والإبداع	خلق قيمة مضافة وتحقيق الفخر بالإنجاز	تطوير أداء المنظمات، تغيير وتجديد أساليب العمل	تحقيق السعادة المجتمعية
التحديات المجتمعية	تمكين الأفراد المهمشين وتحقيق الفعالية الاقتصادية	إمكانية تعاون الشركات للاستفادة من مبادرة ريادة الأعمال وتحقيق قيمة اجتماعية واقتصادية	التجديد لأسواق العمل ومعالجة المشكلات الاقتصادية في المجتمع

المصدر: (المطيري، 2019، صفحة 7)

2. 5. متطلبات الجامعة الريادية: تتمثل متطلبات بناء نموذج الجامعة الريادية، والتي كانت محل اتفاق أغلب الباحثين والمختصين في: (اسماعيل و الشيباني، 2022، الصفحات 115-119)

- الثقافة الريادية: يعرفها الباحثون على أنها مجموعة القيم والافتراضات والمعتقدات التي تحدد السلوك والممارسات المشتركة بين أفراد المؤسسة والتي تركز على اقتناص الفرص ودعم التطور والتعليم من خلال إيجاد الحماس والتماسك بين أفراد

المؤسسة (الطراونة، المجالي، و الحواجرة، 2021، صفحة 188)، وبالتالي فإن المؤسسات ذات الثقافة الريادية تختلف عن المؤسسات ذات الثقافة التقليدية بأن لديها الجرأة على تحمل المخاطر والإبداع، حيث تقوم الثقافة الريادية على تبني روح المبادرة ودعم القيم الإيجابية التي تساعد على التوجه نحو الابتكار والعمل على مواكبة التطورات التكنولوجية والمتغيرات البيئية المتسارعة مما يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية.

- التوجه الاستراتيجي الريادي: يعبر التوجه الاستراتيجي الريادي للجامعة عن مدى امتلاكها لسمات ريادية تجعلها أكثر إقبالا على الإبداع، تحمل المخاطر، الاستباقية، تبني الأفكار الجديدة، استغلال الفرص. حيث تشير بعض الدراسات أن التوجهات الاستراتيجية الواضحة للريادة الجامعية تضمن النجاح في تنفيذ مراحل التحول المهيجي نحو نموذج الجامعة الريادية.

- القيادة الريادية: تعتبر القيادة الريادية أحد أهم عناصر بناء الجامعة الريادية حيث يرى (Kimuli, 2011) أنها: "القدرة على التأثير في الآخرين لإدارة الموارد استراتيجيا"، كما أن القيادة الريادية يمكن أن تولد سلوكيات ريادية لمجموعات العمل المتماسكة معا وترتبط بهدف مشترك، وهذه السلوكيات تشجع وتعزز التغيير والابتكار بين المرؤوسين والقادة الاستراتيجيين الذين يجب أن يكون لديهم القدرة على المبادرة لأن دورهم الرئيس يتمثل بقدرتهم على تغليب المنطق، وتحتاج هذه القيادة إلى غرس المبادرة في عقلية المنظمات والثقافة الريادية، ودون هذا الدعم الاستراتيجي والثقافي سيكون هناك سبب للتقليد في وحدات الأعمال والمشاريع الحالية والأنشطة المستقبلية.

- التمويل الموجه والمتنوع: تتميز الجامعة الريادية عن الجامعة التقليدية بالاستقلال المالي وتنوع مصادر تمويلها بعيدا عن المصادر التقليدية المعتمدة بشكل أساسي على الدعم الحكومي، وذلك عن طريق استثمار وتسويق أبحاثها واختراعاتها والسعي إلى عقد شراكات من أجل إنجاز مشاريع ريادية تحقق لها التدفقات المالية المنشودة.

- التعليم الريادي القائم على الإبداع والابتكار: يعتبر التعليم الريادي من أهم مرتكزات التحول إلى نموذج الجامعة الريادية لما له من دور في ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال وتشجيع الطلبة على التوجه نحو خلق مؤسساتهم ومشاريعهم الابتكارية، كما أن التعليم الريادي يساهم في تكوين رواد الأعمال القادرين على تحويل أفكارهم المبدعة إلى أعمال ريادية تساهم في زيادة الدخل وتحقق النمو الاقتصادي المستدام ويخفف من أعباء الدولة تجاه الخريجين.

- التحالفات الاستراتيجية مع أصحاب المصلحة الخارجيين: يعتبر الانفتاح على المحيط الخارجي وعقد اتفاقيات شراكة وتعاون مع مختلف الشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين من أولويات الجامعة الريادية، وذلك من خلال العمل على تعزيز علاقاتها مع مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، منظمات الأعمال، القطاع الحكومي وغيرها لتلبية احتياجاتها وتحقيق الاندماج المطلوب في المجتمع للتعرف أكثر على مشكلاته ومتطلباته والسعي لحلها، الأمر الذي يمكنها من أداء دورها تجاهه بإمداده بالمعرفة والتكنولوجية المتطورة وجعله أكثر فعالية ونشاطا. كما أن هذه التحالفات تمكن الجامعة من المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة.

- تكنولوجيا المعلومات: إن من أبرز سمات الجامعات الريادية الاستعمال المكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فالجامعات التي تطمح للريادة عليها أن تستخدم التكنولوجيا الحديثة وتدخلها في مختلف المجالات والبرامج كالتعليم التدريب، التأهيل، العمل الأكاديمي والإداري، تنمية الموارد البشرية بما يسمح لها من تعزيز أدائها وتوجيهها الريادي ويحقق لها مركزا تنافسيا مناسباً بين الجامعات.

2.6. خصائص الجامعة الريادية: توجد خصائص عديدة للجامعة الريادية وفق نماذج مختلفة لعدة باحثين نوردها في الجدول الآتي:

الجدول 3: خصائص الجامعة الريادية وفق نماذج مختلفة لعدة باحثين

الخصائص	النموذج
<ul style="list-style-type: none"> - ميل قوي نحو إدارة المجموعات والأكاديميين. - توسيع دائرة التطور لتشمل نمو الوحدات التي تتجاوز الحدود التقليدية للجامعة. - التنوع في قاعدة التمويل وعدم الاعتماد الكلي على الحكومة. - تحفيز الولاء الأكاديمي لمفهوم الريادة. - ثقافة ريادية متكاملة تلتزم بالتغيير. 	<p>أنموذج Clark, 2004 في كتابه (استدامة التغيير في الجامعات: مجتمع البحث داخل التعليم العالي)</p>
<ul style="list-style-type: none"> -رسمة المعرفة. - الربط بين الجامعات والمؤسسات الأخرى والحكومة. - استقلالية مؤسساتية. - تنوع صيغ التنظيم من أجل الموازنة بين التبعية والاستقلالية. - قبول التغيير والفعل الانعكاسي من خلال تجديد هياكلها التنظيمية. 	<p>أنموذج Etzkowitz, 2004</p>
<ul style="list-style-type: none"> -الربط بين الروح الريادية والإبداع. - الحصول على الأموال. - الانسجام بين الرادة الداخلية والخارجية. 	<p>أنموذج Gjerding et al., 2006</p>
<ul style="list-style-type: none"> -قيادة قوية تطور قابليات الريادة لجميع الطلبة والملاك. - روابط قوية مع أصحاب المصالح الخارجيين تساهم في إضافة القيمة. - تقديم مخرجات ريادية ذات تأثير على الأفراد والمنظمات. - اعتماد أساليب تعلم إبداعية تحفز على السلوك الريادي. - فتح أسوارها وبما يساهم في انسياب المعرفة بين المنظمات. - اعتماد مداخل متعددة للتعلم تحاكي الخبرات المطلوبة في أرض الواقع وتركز على حل المشكلات العالمية المعقدة. - تشجيع تطبيقات القيادة الريادية والتفكير الريادي. 	<p>أنموذج Robertson, 2008</p>
<ul style="list-style-type: none"> - جوهر الجامعة الريادية (البحث والتعليم). - امتلاك مراكز ووحدات بحثية تنقل المعرفة إلى الجهات الخارجية. - قيادة قوية. - المسؤولية والاستقلالية. - ثقافة ريادية متكاملة. 	<p>أنموذج Peterka, 2008</p>
<ul style="list-style-type: none"> - الخروج عن أسوار الجامعة. - توسيع نشاطات الصناعة والجامعة. - خدمات الضمان. - عرض خدمات ذات صلة بالاعتماد. - نشاطات الأعمال. 	<p>أنموذج Salehi and Amiri, 2009</p>
<ul style="list-style-type: none"> - هيكل تنظيمي يناسب الأهداف الجديدة للجامعة. - ثقافة تنظيمية ريادية. - امتلاك قنوات تمويل متعددة. - انجاز الأنشطة العلمية بطريقة ريادية. - انجاز الأنشطة التعليمية بطريقة ريادية. 	<p>أنموذج Burykhina, 2009</p>
<ul style="list-style-type: none"> - العوامل الرسمية: هيكل تنظيمي ريادي يربط بين البحث والتعليم والوظائف الإدارية، مقاييس داعمة للريادة، التعليم الريادي. - العوامل غير الرسمية: توجهات مجتمع الجامعة نحو الريادة، منهجيات التعليم الريادي، نماذج ونظم المكافأة. - الموارد: رأس المال البشري، الموارد المالية، الموارد المادية، الموارد التجارية. - القابليات: المكانة، التحالفات، التمركز. 	<p>أنموذج Guerrero & Urbano, 2012 حسب الباحثين: الجامعة الريادية هي محصلة لتكامل نوعين من العوامل هما: العوامل البيئية (رسمية وغير رسمية) وعوامل داخلية (الموارد والقابليات).</p>

المصدر: (جلاب، حسن، جنة، و سبتي، 2016)

3. اقتصاد المعرفة:

استخدمت عدة تسميات لتدل على اقتصاد المعرفة مثل اقتصاد الانترنت، الاقتصاد الرقمي، اقتصاد المعلومات الاقتصادي الالكتروني، الاقتصاد الشبكي، الاقتصاد المبني على المعرفة، حيث أنه نمط جديد من الاقتصاد يختلف في كثير من سماته عن الاقتصاد التقليدي، وتلعب فيه المعرفة دورا محوريا في توليد الثروة وهي تمثل الشكل الأساسي لرأس المال كما أن تراكمها هو المحرك والدافع لتحقيق التنمية الاقتصادية.

3.1. مفهوم اقتصاد المعرفة:

يرى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي سنة 2003 أن: "اقتصاد المعرفة هو نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها في جميع مجالات النشاط المجتمعي: الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة وصولا لترقية الحالة الإنسانية، ويتطلب ذلك بناء القدرات البشرية الممكنة والتوزيع الناجح للقدرات البشرية" (كامل و ضاحي، 2021، صفحة 3782).

- "الاقتصاد الذي يتم فيه إنتاج السلع والخدمات بالاعتماد على عمليات المعرفة وكذا القدرات الفكرية بدلا من الثروات المادية والطبيعية مع دمج جهود التحسين في كل مرحلة من مراحل العملية الإنتاجية عن طريق البحث والتطوير بما ينعكس إيجابا على تزايد حجم الناتج المحلي الإجمالي" (زليخة و بوقوم، 2018، صفحة 514).

- عرفه بعض الاقتصاديين بأنه إحداث مجموعة من التغييرات الاستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة وانسجاما مع تحديات العولمة، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعالمية المعرفة والتنمية المستدامة بمفهومها الشمولي التكاملي، فالمجتمع المبني على امتلاك زمام المعرفة وعلى المساهمة في خلقها وتعميقها وتطوير فروعها المختلفة يكون مؤهلا أكثر من غيره للسير في ركب التقدم ودخول عالم العولمة من أوسع أبوابها وعلى كافة الأصعدة (مؤتمن، 2003، صفحة 2). من خلال ما سبق يمكن القول إن اقتصاد المعرفة هو اقتصاد متطور قائم على الاستخدام الكبير والواسع للمعرفة التي تشكل المورد الأساسي للعملية الإنتاجية في الأنشطة الاقتصادية مما يؤدي إلى خلق قيمة مضافة.

3.2. خصائص اقتصاد المعرفة: لاقتصاد المعرفة سمات عديدة أهمها: (بوالقمح، 2019، صفحة 311)

- يعتمد اقتصاد المعرفة على الاستخدام الكثيف للمعرفة في أداء مختلف الأنشطة الاقتصادية.
- خضوع اقتصاد المعرفة لقانون تزايد العوائد وانخفاض التكاليف على اعتبار أن المعرفة تراكمية.
- يتميز بتغيرات متسارعة وهائلة خاصة في مجال التقنيات الحديثة التي تتطور بشكل كبير ومستمر.
- انتقال النشاط الاقتصادي من إنتاج السلع إلى إنتاج وصناعة الخدمات المعرفية.
- الاعتماد على الجهد الفكري وعلى الأصول البشرية واللاملموس بدرجة أساسية في عمل اقتصاد المعرفة.
- الدور الكبير الذي تلعبه الرقمنة في سياق اقتصاد المعرفة، نظرا لقدرتها على نقل المعلومات وتخزينها ومعالجتها.
- ظهور أسواق جديدة تتميز بتوفير المعلومات بسرعة حول المنتجات خاصة فيما يتعلق بالأسعار.
- اقتصاد مبني على إنتاج المعرفة، نشرها واستخدامها كمحرك أساسي للتطور وتحصيل الثروات والعمالة عبر مختلف القطاعات.
- تغير في هيكل العمالة وبروز دور بعض الوظائف مثل التعليم، التدريب والإرشاد كركيزة ضرورية للتراكم المعرفي.
- بروز هيكل المعرفة العنقودية كشركات هندسة السيارات في ألمانيا، شركات تقنيات المعلومات في "وادي السيلكون" في الو.م.أ وصناعة الالكترونيات في كوريا الجنوبية. (بابكر، 2021، صفحة 11)
- يعتبر اقتصاد المعرفة لا يعاني من مشكلة الندرة على اعتبار أن موارده تتمثل في المعرفة والمعلومات.
- ارتفاع الدخل بالنسبة لصناع المعرفة كلما زادت مؤهلاتهم وخبراتهم المعرفية والعلمية.

- يتميز اقتصاد المعرفة بكونه اقتصاد مفتوح قائم على التجديد والإبداع والتطوير ولا توجد حواجز للدخول إليه.
- 3. أهمية اقتصاد المعرفة: تكمن أهمية اقتصاد المعرفة في الآتي: (قرقاد و عيساني، 2022، صفحة 544)
 - رفع الإنتاج والناتج المحلي الإجمالي وزيادة مداخيل المشاريع؛ خفض تكاليف الإنتاج والعمل على تطوير الجودة؛
 - المساهمة في رفع الإنتاجية وتحسين الأداء وخلق القيم المضافة للاقتصاديات؛
 - توفير مناصب العمل في المجالات التي تطلب استخدام التقنيات والتكنولوجيا المتطورة؛
 - زيادة الاهتمام بالتعليم والبحث وتحويل تمركز العمالة من الصناعات التحويلية إلى الأنشطة المعرفية؛
 - العمل على توسيع الاستثمارات ونموها، مما يزيد الطلب على الموارد المعرفية محليا ودوليا؛
 - السعي من أجل تطوير مختلف الأنشطة الاقتصادية وتحديثها بما يتناسب مع التغيرات المعرفية المتسارعة؛
 - إيجاد نمط جديد للتخصيص والتقسيم الدولي للعمل بما يتماشى مع ظهور تقنيات متطورة وجديدة، كالتجارة الالكترونية، التسويق الالكتروني، الحكومة الالكترونية.
- 4. دوافع التوجه نحو اقتصاد المعرفة:
 - انتشار شبكة الانترنت والعولمة، مما جعل العالم يتحول إلى قرية صغيرة تلاشت فيها الحدود؛
 - ظهور مفهوم رأس المال الفكري الذي يعتمد على التعلم والمعرفة؛
 - تحرير التجارة الدولية، الأمر الذي شجع على الاستثمار الأجنبي المباشر؛
 - تحول المعرفة إلى مصدر هام لخلق الثروة والقيم المضافة؛
 - الاعتماد على المعرفة والمعلومات كموردين هامين في الإنتاج؛
 - اشتداد المنافسة في الأسواق العالمية مما جعل شركات الأعمال تبحث عن حلول جديدة لزيادة كفاءتها وبأقل التكاليف.
- 3. 5. مؤشرات اقتصاد المعرفة: هناك العديد من مؤشرات المعرفة العالمية تابعة لمختلف الهيئات الدولية، من بينها مؤشر المعرفة العالمي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة. (وضاح، 2022، صفحة 191)
 - 3. 5. 1. مؤشر البنك العالمي لاقتصاد المعرفة: قام البنك العالمي بقياس قدرة الدول على إنتاج واستخدام ونشر المعرفة من خلال تطوير منهجية تقييم المعرفة (Knowledge Assessment Methodology)، حيث تم الاعتماد على مؤشرين فرعيين هما:
 - مؤشر المعرفة (Knowledge Index – KI): يقيس مدى قدرة الدول على إنتاج المعرفة ونشرها يتكون من ثلاث مؤشرات فرعية: التعليم والتدريب، تكنولوجيا المعلومات والاتصال والابتكار.
 - مؤشر اقتصاد المعرفة (Knowledge Economy Index-KEI): هو مؤشر يجمع بين المتغيرات الاقتصادية ومتغيرات المعرفة، ويتكون من أربعة مؤشرات فرعية هي: نظام الحافز الاقتصادي والمؤسسي، التعليم والتدريب، نظام الابتكار وتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
 - 3. 5. 2. مؤشر المعرفة العالمي (UNDP): هو مؤشر مشترك بين برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، حيث يقيس مؤشرات 154 دولة ويتكون من: التعليم التقني والتدريب المهني 15%، التعليم العالي 15%، البحث والتطوير والابتكار 15%، الاقتصاد 15%، التعليم قبل الجامعي 15%، البيئات التمكينية 10%، وتكنولوجيا المعلومات والاتصال 15%.
- 3. 6. دور الحكومات في تشجيع التحول نحو اقتصاد المعرفة: يعتبر الانتقال إلى الاقتصاد المعرفي الهدف الاستراتيجي الذي تسعى الدول إلى تحقيقه من خلال اعتماد جملة من البرامج والسياسات، نذكر منها الآتي: (بابكر، 2021، الصفحات 18-19)

- الاهتمام بالتعليم وتطويره باعتباره بوابة الولوج إلى اقتصاد المعرفة؛
 - زيادة الإنفاق على أنشطة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي في موازنة الدولة؛
 - السهر على تشجيع التراكم المعرفي من خلال توفير البيئة الداعمة للمعرفة والإبداع؛
 - توفير المرافقة والدعم اللازمين لأنشطة الابتكار إضافة إلى تنوع مصادر التمويل لتجسيد الأفكار الخلاقة في الواقع؛
 - الحرص على وجود شراكة وتعاون مستمر بين المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحث العلمي ومؤسسات الأعمال لزيادة القيمة المضافة للقطاعات الاقتصادية المختلفة؛
 - تطوير البنية التحتية الرقمية وخاصة الاهتمام أكثر بأنشطة قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات وشبكة الانترنت؛
 - إنشاء صناديق تعنى بتمويل مشاريع البحث العلمي والتطور المعرفي.
4. وظائف الجامعة الريادية في ظل اقتصاد المعرفة:

في بداية القرن العشرين استقرت الجامعة على أداء ثلاث وظائف هي: التعليم أو نقل المعرفة، البحث العلمي وإنتاج المعرفة وخدمة المجتمع، حيث ركزت جامعات الجيل الأول التي نشأت في القرون الوسطى على التدريس وارتبطت بالتوجهات الدينية، في حين ظهرت جامعات الجيل الثاني في عصر النهضة وظهور الحركات العلمية في أوروبا وأضافت إلى اهتمامها بنقل المعرفة وظيفه البحث العلمي وكانت مرتبطة بالتوجهات العلمية، أما جامعات الجيل الثالث فقد ركزت أكثر على الشراكة مع القطاعات التنموية بالمجتمع، بعدها جاءت جامعات الجيل الرابع وظهرت الجامعات الذكية القادرة على الاستفادة من البحث العلمي في محيط تنموي، وكنتيجة حتمية للتحوّل الرقمي الهائل الذي ميز النصف الثاني من القرن العشرين وأوائل القرن الواحد والعشرين ظهرت جامعات الجيل الخامس التي ركزت على الابتكار ومن هنا كانت الانطلاقة الحقيقية للجامعات الريادية التي تعتبر أحد أهم مصادر إنتاج المعرفة والقوة الداعمة لاقتصاد المعرفة، تتضمن الجامعة الريادية نفس وظائف الجامعة التقليدية لكن هذه الوظائف جاءت بصورة جديدة وفق مفهوم ريادة الأعمال. (العزیز، 2020، الصفحات 248-249)

وظيفة التعليم: يعتبر من الوظائف المهمة التي تؤديها الجامعة لنشر المعرفة ونقلها عبر مختلف الأجيال، ولقد أضيف إلى التعليم مفهوم الريادة ليصبح التعليم الريادي وظيفه أساسية للجامعة الريادية، والذي تسعى من خلاله إلى غرس روح ريادة الأعمال لدى الطلبة وتوجيههم نحو العمل الحر وإنشاء مشاريعهم ومؤسساتهم الخاصة وتشجيعهم على الإبداع والابتكار.

- وظيفة البحث العلمي وإنتاج المعرفة: تعد الجامعات الألمانية أول الجامعات التي اهتمت بالبحث العلمي نهاية القرن 18 وبداية القرن 19، بالنسبة للجامعات الريادية فقد أولت أهمية كبيرة لوظيفتها البحثية من خلال العمل المستمر على تكثيف إنتاجها من البحث العلمي والتكنولوجي ورفع أداء مراكزها البحثية وزيادة فعاليتها بما يحقق لها التميز على المستوى المحلي والدولي.

- وظيفة خدمة المجتمع وفكرة الجامعة المنتجة (الريادية): الجامعة المنتجة هي المؤسسة التعليمية التي تكون أكثر قربا من المجتمع، حيث تقوم بالعمل على التطوير والابتكار، توسيع برنامج التعليم المستمر والتدريب بالإضافة إلى الاهتمام بالبحوث، وبالتالي يمكن القول إن هناك ثلاثة جوانب رئيسية تميز الوظيفة الثالثة وهي: اجتماعية، ابتكارية وريادية. وتتمثل أبرز نشاطات الجامعات الريادية في: (كامل و ضاحي، 2021، الصفحات 3797-3799)

- تعزيز حوكمة الجامعة؛ تقاسم وتشارك المعرفة.
- تعزيز التفاعل مع المؤسسات الخارجية؛ غرس روح الفكر الريادي لدى الطلبة.
- تنوع المصادر المالية؛ تكوين طلاب رياديين لديهم القدرة على إيجاد حلول للمشكلات التي تواجه مجتمعاتهم.

1.4. مبررات التوجه نحو الجامعة الريادية في ظل اقتصاد المعرفة:

تعتبر الجامعة الريادية جامعة ابتكارية، تحاول الدمج بين النموذج التقليدي للجامعة وما يتطلبه الواقع، وهي بذلك تعد ملائمة لاقتصاد المعرفة والتطور الهائل الذي يشهده العالم في التكنولوجيا الرقمية، حيث هناك العديد من الأسباب التي تفرض التحول إلى نموذج الجامعة الريادية تتمثل أبرزها في: (كامل و ضاحي، 2021، الصفحات 3805-3806)

- الثورة المعرفية الكبيرة التي يشهدها العالم جعلت من الاستثمار في المعرفة المصدر الرئيسي للتنمية الاقتصادية، وعلى اعتبار أن الجامعة هي مركزا لنقل المعرفة ونشرها وإنتاجها بات لزاما عليها البحث عن كيفية استخدام وتطبيق هذه المعرفة لخلق قيمة للمجتمع.
- اشتداد المنافسة بين الجامعات، حيث أصبحت جودة المخرجات العلمية والبحثية أولوية الجامعات التي تبحث عن التميز والريادة عالميا.
- ممارسة الجامعة لوظائفها التقليدية انعكس سلبا على خدمة المجتمع وهذا مقارنة بإمكانياتها المعرفية، لذا أصبح لزاما عليها أن تضيف إلى نشاطها التعليمي والبحثي وظيفة قيادة الأعمال، التي ستجعلها تستغل مواردها المتاحة بشكل أمثل للمساهمة في التنمية المنشودة.
- يعتبر التمويل من أهم ركائز العملية التعليمية والبحثية، لذا بات من الضروري البحث عن تنوع مصادره وهذا ما تحاول الجامعات المعاصرة أن تحققه من خلال التوجه نحو الريادية.

4.2. معايير الجامعة الريادية:

- حسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بالتنسيق مع المفوضية الأوروبية (OECD)، تتمثل المؤشرات اللازمة لتصبح الجامعة ريادية في: (كامل و ضاحي، 2021، الصفحات 3823-3825)
- القيادة والحوكمة: لبناء الجامعة الريادية لابد من وجود إدارة وقيادة مهتمة بريادة الأعمال وواعية بضرورة دعم التوجه الريادي ونشر ثقافة إنشاء المشاريع الريادية وسط الطلبة.
 - القدرة التنظيمية: من المهم أن تعمل الجامعة الريادية على الالتزام بتطبيق استراتيجيتها المتعلقة بريادة الأعمال وذلك من خلا ل تطوير قدراتها التنظيمية، حيث تركز الجامعة الريادية على البحث عن مصادر تمويل مختلفة بدل الاكتفاء بالتمويل الحكومي مما يمنحها استقلالية وحرية أكبر في دعم وتعزيز ثقافة ريادة الأعمال داخل الجامعة.
 - التعليم الريادي: إن إقبال الطلبة على إنشاء المشاريع الناشئة وتحويل أفكارهم المبتكرة إلى مؤسسات قائمة هو نتاج التعليم الريادي، حيث أن تدريس ريادة الأعمال تنمي المهارات الريادية لدى الطلبة وتحفز أفكارهم الريادية لتنفيذها في شكل مشروعات تساهم في خلق مناصب عمل وتعمل على المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة.
 - توفير مسارات لرواد الأعمال: تدعم الجامعة الريادية الطلبة ليكونوا رواد أعمال ناجحين من خلال مساعدتهم ومرافقتهم في إنشاء مشروعاتهم الخاصة، حيث تقوم بربطهم بمختلف الفاعلين في بيئة الأعمال المحيطة بهم، فضلا على دعمهم في الحصول على التمويل اللازم لتجسيد أفكارهم.
 - العلاقات الخارجية للجامعة لتبادل ومشاركة المعرفة: لنجاح الجامعة الريادية لابد من عقد اتفاقيات شراكة وتعاون مع مختلف الأطراف الخارجية لنقل وتبادل المعرفة والخبرات.

-التدويل: لا يمكن أن تكون الجامعة ريادة دون أن تكون دولية وهذا ما تقتضيه المنافسة في السوق الدولية، والمقصود بجعل الجامعة مؤسسة دولية هو دمج البعد العالمي في تدريس ريادة الأعمال من خلال تبادل الخبرات التعليمية والبحثية مع دول العالم، إضافة إلى عقد تحالفات استراتيجية في مجال التعليم الريادي الدولي وجذب الخبراء والعلماء وتبادل المعرفة عالمياً.

- قياس أثر الجامعة الريادية: بمعنى قياس المردود الإيجابي للعملية الريادية على الجامعة والمجتمع والمساهمة في التنمية المستدامة، حيث تقوم الجامعة بتقييم نتائج التعليم الريادي من خلال قياس رضا المشاركين في الأنشطة الريادية وقياس مدى تطور مهاراتهم الريادية ويتم هذا القياس بإحصاء عدد المشروعات التي تم إنشاؤها، براءات الاختراع، الشركات الدولية، أنشطة البحث العلمي، جودة رواد الأعمال وغيرها.

5. تجارب دولية رائدة في مجال الجامعات الريادية:

هناك العديد من الجامعات الريادية الناجحة عبر العالم، والتي يمكن أن يقتدى بتجربتها ومسار تحولها من جامعات كلاسيكية إلى جامعات ريادية تلعب دوراً بارزاً في النمو الاقتصادي، ومن بينها:

1.5. جامعة كامبريدج بالمملكة المتحدة: (محمود و أحمد، 2016، الصفحات 377-394)

تأسست سنة 1209م وهي رابع أقدم جامعة على قيد الحياة في العالم، وقد عرفت توسعاً سريعاً في أعداد الطلبة والأماكن المتاحة للدراسة بعد الحرب العالمية الثانية حيث تم إنشاء المختبرات والمعاهد البحثية منذ سنة (1945-1950)، إنشاء مكتب لنقل التكنولوجيا في التسعينات من القرن العشرين، إنشاء مركز رواد أعمال جامعة كامبريدج سنة 1999، إنشاء مركز التعليم الريادي عام 2001، تأسيس مشروع ريادي مسؤول عن تسويق منتجات الجامعة سنة 2002، إنشاء نادي للمشروعات والتكنولوجيا سنة 2005، تأسيس حاضنة أعمال سانت جون للابتكار John's College Incubator، إنشاء عدد كبير من المختبرات البحثية منذ عام 2001.

-رسالة جامعة كامبريدج: "المساهمة في بناء المجتمع عن طريق السعي وراء التعليم والتعلم والبحث العلمي، على أعلى المستويات الدولية للتميز".

-منطقة كامبريدج: هي منطقة مساحتها حوالي 150 هكتار من الأراضي تتضمن جامعة كامبريدج، وتعتبر رائدة في مجال التكنولوجيا والمعرفة، حيث أنها توجد بها 1500 شركة عاملة في مجال التقنيات المتطورة وثلاث هذه الشركات هي مخرجات لأنشطة الجامعة، الأمر الذي سمح بتعزيز التعاون بين جامعة كامبريدج وبيئة الأعمال التي تتواجد بها، مما جعلها مركزاً تكنولوجياً متفوقاً على المستوى الأوروبي.

- رواد أعمال جامعة كامبريدج: تم تأسيسه سنة 1999، وهو عبارة عن بطولة لإنشاء الأعمال التجارية وتشجيع الابتكار وروح المبادرة لدى طلبة جامعة كامبريدج من خلال تنظيم منافسات للأنشطة الريادية، ويدير هذه المسابقة طلبة الجامعة، والهدف هو تشجيع ريادة الأعمال وتقديم الدعم لحملة الأفكار ذات الجودة وتحويلها إلى أعمال في أقل من سنة.

- نادي جامعة كامبريدج للتكنولوجيا والمشروع الريادي: يشرف على النادي الطلبة الجامعيين ويتلقى الدعم من مجتمع الأعمال المحلي، حيث يستقبل النادي شركات مختصة في التكنولوجيا المتفوقة في مجال الالكترونيات والبرمجيات والتكنولوجيا الحيوية الهدف الرئيسي من تأسيس النادي هو تعزيز الاتصال والتعاون بين الطلبة ورجال الأعمال والمنظمات، من أجل دعم ثقافة الأعمال في مجال التكنولوجيا وتقوية الشبكات والعمل الجماعي، وتتمثل أهم أنشطة النادي في: تدريس ريادة الأعمال، تقديم محاضرات من قبل رجال أعمال ذوي خبرة، إقامة جلسات العصف الذهني لمناقشة مستجدات التكنولوجيا الحديثة وجودة الأفكار المقدمة وغيرها.

- مركز تعليم ريادة الأعمال: يهدف المركز إلى تحويل جامعة كامبريدج إلى مركز معرفة عالمي لريادة الأعمال، حيث يسعى إلى دعم رواد الأعمال الطموحين والاستجابة لاحتياجات الطلاب داخل الجامعة لإطلاق طاقاتهم في تنظيم وإنشاء المشاريع الريادية بالإضافة إلى تشجيع البحث في مجال الريادية وإنشاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها خاصة في مراحلها الأولى، حيث سجل أكثر من 200 مشروع تجاري تم إنشاؤه منذ سنة 2003 في التقنيات الحديثة، كما تم إقامة أكثر من 18 مسابقة خطة أعمال بالتعاون مع رجال الأعمال.

- المشروع الريادي لجامعة كامبريدج: يعمل المشروع الريادي على مساعدة الطلاب وأعضاء هيئة التدريس للتوجه نحو السوق، من خلال دعم الابتكار الأكاديمي، حيث يتم من خلاله الحصول على تراخيص وعقود الخدمات الاستشارية، الحصول على التمويل والموارد لتطوير الأعمال التجارية، إدارة العقود وإيجاد شركاء الأعمال، حماية الملكية الفكرية، توفير شبكات التواصل الدولي والتعاون في مجال الابتكار.

- الحاضنات ونوادي العلوم وحدائق التكنولوجيا: من أهم الحاضنات بالجامعة الحاضنة الاجتماعية شرق Social Incubator East المختصة في دعم تطور ونمو المشروعات الاجتماعية شرق إنجلترا، حيث توفر مساحات وأماكن لاحتضان الأعمال وتقديم استشارات في مجال التجارة والتمويل من خلال خبراء ومختصين، كما تشرف على وضع برامج تدريب لمدة سنة.

2.5. جامعة ستانفورد Stanford University: هي جامعة أمريكية بحثية خاصة تأسست سنة 1880م، تقع في سان فرانسيسكو، اهتمت الجامعة بريادة الأعمال من خلال إنشاء مركز الدراسات الريادية سنة 1996 الذي يقدم عدة برامج في ريادة الأعمال وفي مجالات مختلفة كالإدارة، التكنولوجيا، المالية، القانون وغيرها، تعمل جامعة ستانفورد على مساعدة الطلبة لإنشاء مشاريعهم الريادية خاصة في مجال التكنولوجيا المتطورة، حيث نجد أن العديد من خريجي الجامعة أسسوا الآلاف من الشركات منها Google و Nike، في ذات السياق أصدرت شركة رأس المال الاستثماري Sequoia Capital تقريراً سنة 2011 جاء فيه أن 40000 شركة في الولايات المتحدة الأمريكية تعود أصولها لجامعة ستانفورد (كامل و ضاحي، 2021، الصفحات 3852-3853).

- برامج تعليم ريادة الأعمال في جامعة ستانفورد: هناك عدة برامج تهتم بتعليم ونشر ثقافة ريادة الأعمال منها:
-برنامج القيادة التنفيذية العليا في ستانفورد: مدته تسعة أشهر وهو برنامج مشترك بين كليتي الحقوق وإدارة الأعمال بجامعة ستانفورد، يعمل على تقديم التدريب اللازم للمسؤولين ومديري الشركات من أجل تولي أدوار قيادية داخل المنظمة.
- مركز ستانفورد للمشروعات التقنية: تأسس في كلية الهندسة سنة 1995 يهتم بتقديم التدريب للطلاب في مجال المشروعات التقنية.

-برنامج مايفيلد للمشروعات التقنية بستانفورد: مدة البرنامج تسعة أشهر، يقدم دورات مكثفة لتعليم ريادة الأعمال متخصصة في مجال المشروعات التكنولوجية يهتم بالقيادة، الابتكار والإبداع، ويشرف عليه أساتذة متخصصين وأصحاب شركات وممولين.

-برنامج أكسيل للطلاب المبتكرين: يهتم ببناء المهارات الريادية للطلبة المبتكرين بجامعة ستانفورد من خلال تقديم ورشات عمل ودراسات الحالة والتجارب الميدانية.

3.5. جامعة طوكيو اليابانية: تأسست سنة 1877م تعد من أعرق الجامعات في اليابان يدرس بها حوالي 30 ألف طالب تتضمن 10 كليات تخرج منها أهم المسؤولين الحكوميين في اليابان، تعتبر ريادة الأعمال أولوية الجامعة للتحويل إلى مركز للابتكار، حيث حققت الجامعة معايير الريادة في مجالات مختلفة كالقيادة، التمويل والمرونة، كما أن جامعة طوكيو اهتمت كثيراً بتطوير

علاقتها مع القطاع الصناعي مما جعلها من تحقق مزايا تنافسية خاصة في مجالات البحث العلمي (كامل و ضاحي، 2021، الصفحات 3860-3862).

- أهم إنجازات جامعة طوكيو نتيجة تحولها لجامعة ريادية: حققت الجامعة العديد من النتائج الإيجابية حيث بلغت عائدات براءات الاختراع المعتمدة من قبل الجامعة حوالي 4 ملايين دولار سنة 2014، كما أنها تمتلك علاقات مع 240 شركة ناشئة، في حين بلغ رأس المال المغامر في اليابان نحو 940 مليون دولار سنة 2019، ومن أبرز الشركات الناشئة في جامعة طوكيو شركة Pepti Dream المختصة في التقنية الحيوية، حيث عقدت العديد من الاتفاقيات الدولية مع أكبر الشركات في ال.و.م.أ وأوروبا لاكتشاف الأدوية، أيضا تعد شركة يوجولينا Eugelena التي تأسست سنة 2005 واحدة من أبرز الشركات الناجحة التي تعتمد على تطوير مادة الیوجولینا واستخدامها في الصناعات الغذائية ومستحضرات التجميل، حيث حققت الشركة مبيعات قدرت بحوالي 2,3 بليون ين ياباني، كما أن الشركة الناشئة Schaft للروبوتات فازت بمسابقة دولية نظمتها وزارة الدفاع الأمريكية، واستحوذت عليها شركة Google.

4.5. جامعة سنغافورة الوطنية: (محمود و أحمد، 2016، الصفحات 402-413)

يعد انتقال سنغافورة إلى اقتصاد المعرفة أحد العوامل الرئيسية التي قادت جامعة سنغافورة الوطنية للتحول إلى جامعة ريادية، حيث أنها تأسست سنة 1905م كمدرسة للطب ثم تم دمجها مع جامعة نانيانغ في جامعة وطنية سنة 1980م، وبدأ اهتمام جامعة سنغافورة الوطنية بريادة الأعمال في التسعينات من خلال إقامة مركز لإدارة الابتكار والريادة التكنولوجية سنة 1988م والذي تغير ليصبح سنة 2001م مركز جامعة سنغافورة الوطنية لريادة الأعمال، سنة 1999م أصبحت الجامعة مركزا للمشاريع التقنية الريادية بالتعاون مع شركات التكنولوجيا ورجال أعمال، ولقد ساهم تعيين نائب رئيس جامعة جديد تدريب في هارفارد في تجسيد نموذج الجامعة الريادية، حيث أنشأ أول شركة تديرها الجامعة لتسويق الابتكارات، واهتم الرئيس التنفيذي بتسويق تكنولوجيا الجامعة من خلال جملة من السياسات، كما أنه عمل على عولمة الجامعة وجعلها مركزا للتعليم الريادي عالميا.

رؤية جامعة سنغافورة الوطنية: " جامعة سنغافورة جامعة عالمية رائدة ومركزية في آسيا تطمح للتأثير في المستقبل وتحقيق التميز في البحث والتدريس والمشروعات".

- مجهودات جامعة سنغافورة للتحول إلى جامعة ريادية: قامت جامعة سنغافورة بوضع جملة من السياسات والبرامج في إطار سعيها للتحول إلى جامعة ريادية من أبرزها:

- وضع استراتيجية لضمان وتطوير جودة التعليم والتعلم: إنشاء أكاديمية التدريس سنة 2009م لتحقيق التميز في التعليم والتعلم والابتكار من خلال جذب أفضل الطلاب من مختلف أنحاء العالم، إضافة إلى إنشاء صندوق ابتكار التعلم-التكنولوجيا سنة 2012م يهتم بالتعليم المرتكز على التكنولوجيا، وكذا العمل على تشجيع التدريس المتميز من خلال تقديم الجوائز والمكافآت.

- ضمان جودة البحث العلمي وحماية الملكية الفكرية: وذلك من خلال وضع استراتيجية للبحث العلمي تهتم بتعزيز ودعم التعاون بين الجامعة والقطاع الصناعي ومختلف الهيئات الحكومية، إضافة إلى العمل على إنشاء المراكز البحثية وتوسيع تمويل البحوث ومنح جوائز للباحثين المتميزين، وذلك يدخل في إطار مساعيها لتحقيق دور رائد وقيادي في آسيا.

- إنشاء المشروع الريادي لجامعة سنغافورة الوطنية: تم إنشاؤه سنة 2001م بهدف هذا المشروع إلى تقديم الدعم والمساعدة للطلاب وأعضاء هيئة التدريس لإنشاء شركاتهم الريادية، كما يسعى إلى نشر ثقافة ريادة الأعمال العالمية في الجامعة، كما يعمل المشروع على تنظيم مشروعات الأعمال وعقد الشراكات مع قطاع الصناعة لتسهيل نقل التكنولوجيا والمعرفة للعالم الخارجي.

5.5. جامعة مارا بماليزيا: تعتبر من أفضل الجامعات في مجال البحث العلمي في ماليزيا، حيث تضم 8 ملحقات جامعية موزعة عبر أنحاء البلاد تابعة لها، صارت جامعة ريادية سنة 2018 وواصلت اهتمامها بالتعليم الريادي حتى أصبحت واحدة من الجامعات الرائدة في ماليزيا مع بداية سنة 2020، تقدم الجامعة تحفيزات للطلبة وأعضاء هيئة التدريس بمنح جوائز لأفضل المشروعات الريادية وهذا بغرض تشجيعهم على البحث والابتكار، عملت الجامعة على تعزيز ونشر الثقافة الريادية من خلال مجموعة من البرامج المختصة في التعليم الريادي أبرزها: (كامل و ضاحي، 2021)

- برنامج البكالوريوس مع مرتبة الشرف في ريادة الأعمال: يمكن البرنامج الطلبة من الحصول على درجة البكالوريوس في ريادة الأعمال من خلال تقديم برنامج تعليمي يتضمن 13 مقررا بحجم ساعي قدره 47 ساعة، حيث ينمي هذا البرنامج روح المبادرة لدى الطلبة ويشجعهم على استغلال الفرص والمخاطرة لتحويل أفكارهم إلى مشروعات ريادية، كما يعزز القدرات الريادية لديهم ويحفزهم على الابتكار من أجل المساهمة في التنمية الاقتصادية وخلق قيمة مضافة للمجتمع.

- برنامج الماجستير في ريادة الأعمال التطبيقية: يستهدف البرنامج رواد الأعمال والقائمين على المشروعات الريادية، حيث يقدم لهم ما يحتاجون له لإدارة شركاتهم ومواجهة التحديات التي قد تعترض نجاحهم في بيئة الأعمال، وذلك من خلال تقديم 10 مقررات في ريادة الأعمال بحجم ساعي قدره 48 ساعة.

- برنامج دكتوراه إدارة أعمال: هو برنامج يهتم أكثر بالبحث في المجال الصناعي، ويتضمن 4 مقررات في ريادة الأعمال بحجم ساعي قدره 12 ساعة، ويقدم العديد من الدورات.

- مقرر ريادة الأعمال الأساسية في مستوى ما قبل الدبلوم: هذا البرنامج موجه خصيصا للطلبة الذين لم يقبلوا في برامج الدبلوم بجامعة مارا للتكنولوجيا، يهتم البرنامج بتنمية قدرات الطلبة في التخطيط لمشروعاتهم الريادية وتنمية المهارات التسويقية والتجارية لديهم.

6. خاتمة:

من خلال ما سبق حاولنا تسليط الضوء على مفهوم الجامعة الريادية على اعتبار أنه من المفاهيم الحديثة الذي بات يحظى باهتمام العديد من الباحثين والمختصين في الآونة الأخيرة، حيث أصبح التحول إلى هذا النموذج الشغل الشاغل لصناع القرار في الدول، خاصة في ظل التحديات الكبيرة التي فرضها التحول إلى اقتصاد المعرفة وما يتطلبه من توفير للقدرات والمهارات البشرية ذات القدرة على الإبداع والابتكار، الأمر الذي جعل الجامعة تبني أدوارا جديدة إضافة إلى وظائفها التقليدية لتصبح جامعة منتجة تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتواكب التحول المعرفي والرقمي الحاصل، في ذات السياق قمنا باستعراض تجارب رائدة لجامعات ريادية في أمريكا، أوروبا وآسيا نجحت في استراتيجيتها الريادية.

- ما يمكن استنتاجه:

- ✓ تعد الجامعة الريادية النموذج الملائم لاقتصاد المعرفة على اعتبار أنها تهتم بالبحوث التطبيقية ونقل التكنولوجيا.
- ✓ للجامعة الريادية رؤية ورسالة واضحة تتبنى من خلالها ريادة الأعمال كاستراتيجية للمساهمة في التنمية الاقتصادية.
- ✓ تستهدف الجامعة الريادية من خلال استراتيجيتها تشجيع الطلبة لإنشاء مشروعاتهم الريادية والتوجه نحو السوق.
- ✓ تحفز الجامعة الريادية الطلبة وأعضاء هيئة التدريس لتحويل أفكارهم إلى ابتكارات وأعمال تجارية.

- ✓ تعتمد الجامعة الريادية في نجاحها في أداء أدوارها في ظل اقتصاد المعرفة على مدى قدرة القيادة الجامعية على تبني استراتيجية الريادة ودمجها في الجامعة.
- ✓ توفر الجامعة الهياكل الضرورية التي تساعد الطلبة على المبادرة والعمل الحر كحاضنات الأعمال، دور المقاولاتية.
- ✓ الجامعة الريادية تبحث عن مصادر متنوعة للتمويل بعيدا عن الاعتماد على التمويل الحكومي.
- ✓ تضع الجامعة مقررات دراسية تهتم بتعليم ريادة الأعمال وتقوم بدمجها في جميع المستويات.
- ✓ تحرص الجامعة على الاستعانة بالمختصين ورجال الأعمال في تقديم برامجها الخاصة بالتعليم الريادي.
- ✓ تنظم الجامعة الريادية ورشات تدريبية تعتمد من خلالها على دراسات الحالة وعرض التجارب لتنمية المهارات الريادية للطلبة.
- ✓ تقام العديد من الندوات والأيام الدراسية والملتقيات بمشاركة أصحاب الشركات ورواد الأعمال بغرض تبادل المعرفة والخبرات في مجال مشروعات الأعمال.
- ✓ تسعى الجامعة الريادية إلى بناء علاقات تعاون مع القطاع الخاص والصناعة وأصحاب الشركات والأموال وربطهم بالطلبة من أجل دعمهم وتسهيل عملية دخولهم لبيئة الأعمال.
- ✓ تهتم الجامعة الريادية بالتعاون الدولي من أجل تنمية قدراتها التنافسية عالميا، من خلال عقد اتفاقيات شراكة مع جامعات عالمية لتسهيل حركية انتقال الطلبة لكسب المزيد من المعرفة الريادية.

- التوصيات:

- وضع استراتيجية تعمل على تبني ريادة الأعمال في الجامعات؛
- صياغة الآليات والإجراءات اللازمة لتحويل الجامعة إلى جامعة ريادية؛
- تحفيز الابتكار وتنمية روح المبادرة لدى الطلبة وأعضاء هيئة التدريس من خلال توفير الموارد والهياكل الضرورية؛
- تعيين القيادات ذات الكفاءة والقادرة على دعم الطلبة ومرافقتهم ليصبحوا رواد أعمال مستقبلا؛
- تفعيل اتفاقيات الشراكة والتعاون مع جميع الأطراف الخارجية في بيئة الأعمال كأصحاب الشركات وأصحاب رؤوس الأموال ورواد الأعمال؛ سن التشريعات والقوانين الحكومية الداعمة والمحفزة على ممارسة النشاط الريادي؛
- إعادة هيكلة النظام التعليمي بإدخال مقررات ومناهج التعليم الريادي ودمجها في جميع المستويات؛
- إعطاء الأولوية لتحديث برامج التدريس والتعليم الريادي بالاعتماد على مختصين أكفاء وذوي خبرة؛
- استحداث جوائز ومكافآت لصالح الطلبة وأعضاء هيئة التدريس لحثهم على العمل الحر؛
- جعل الجامعة فاعلا محوريا في بيئة الأعمال من خلال تقديمها لمنتجات وخدمات تساهم في رفع النمو الاقتصادي؛
- إنشاء مراكز لريادة الأعمال وحاضنات أعمال جامعية تقدم ورشات تدريبية للطلبة لمساعدتهم على إنشاء مشاريعهم؛
- لا بد من نشر ثقافة ريادة الأعمال رقميا من خلال إنشاء صفحة الكترونية لريادة الأعمال بموقع الجامعة، كذلك إنشاء مجتمع افتراضي لريادة الأعمال يضم أساتذة، طلبة، رجال أعمال، مختصين وكل من لديه اهتمام بالريادية؛
- تحديث البنية التحتية للجامعة للاستجابة لمتطلبات العمل الريادي؛
- إنشاء مراكز بحثية تكنولوجية وحدائق علمية في الجامعة تهتم بالابتكار والتقنيات الحديثة؛
- البحث عن مصادر تمويل جديدة للجامعة عن طريق تسويق البحوث العلمية وبراءات الاختراع؛
- تخصيص صندوق لتمويل الأعمال الريادية؛
- ضرورة الاستفادة من تجارب الجامعات الريادية الناجحة في العالم، وذلك من خلال عقد اتفاقيات شراكة وتعاون؛

- المشاركة في المؤتمرات والملتقيات الدولية، من أجل كسب المزيد من الخبرة والوعي حول أهمية زيادة الأعمال؛
- العمل على تشجيع برامج تبادل حركية الطلاب بين الجامعات بغرض نقل وتبادل المعارف.

7. قائمة المراجع:

1. احسان دهش جلاب، فلاح حسن حسن، طيبة فارس جنة، و يوسف موسى سبتي. (2016). قراءات في الفكر الريادي (الإصدار 1). عمان، الأردن: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
2. بلال خلف السكارنة. (2009)، دراسات إدارية معاصرة. عمان: دار المسيرة.
3. سامر بابكر. (2021). اقتصاد المعرفة (الإصدار 13). صندوق النقد العربي.
4. صفاء المطيري. (2019). التعلم الريادي، جسر التنمية. معهد التخطيط العربي.
5. النجار فايز جمعة، وعبد الستار العلي. (2008). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة (الإصدار 2). عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
6. أحمد رفعت علي الدغدي، و عادل محمد حسن سليمان. (2022). تطوير مركز الابتكار وريادة الأعمال بجامعة عين شمس على ضوء خبرتي كل من جامعة كامبريدج وجامعة لوند. مجلة كلية التربية .
7. أحمد محمد محمد عبد العزيز. (أفريل، 2020). النمذجة باستخدام CIM لدور الجامعة الريادية في تحقيق متطلبات الإبداع الاستراتيجي لمنظومة الاستثمار بالجامعات المصرية. مجلة كلية التربية .
8. أشرف محمود أحمد محمود، و محمد جاد حسين أحمد. (ديسمبر، 2016). تحويل الجامعات المصرية إلى جامعات ريادية في ضوء الاستفادة من خبرات جامعتي كامبريدج وسنغافورة الوطنية. مجلة التربية المقارنة والدولية ، الصفحات 317-501.
9. أميرة علويط، و امحمد فرعون. (2022). التعليم الريادي لعينة من الجامعات الجزائرية (سطيف، المسيلة، بسكرة) نموذج مقترح لتدريب برامج زيادة الأعمال. مجلة الاقتصاد والمالية JEF، 8، الصفحات 116-133.
10. راضي عدلي كامل، و حاتم فرغلي ضاحي. (نوفمبر، 2021). تصور مقترح لجامعة أسوان كجامعة ريادية في ضوء مستجدات اقتصاد المعرفة. المجلة التربوية، 9.
11. صلاح الدين محمود توفيق، و شرين عيد مرسي. (جانفي، 2017). الجامعة الريادية ودورها في دعم وتحقيق المزايا التنافسية المستدامة (تصور مقترح). مجلة كلية التربية بينها، 1.
12. عادل قرقاد، و ربيع عيساني. (2022). دراسة واقع اقتصاد المعرفة في الجزائر وفقا لأهم مؤشرات منهجية تقييم المعرفة KAM. مجلة الاقتصاد الصناعي (خزارتك)، 12، الصفحات 539-562.
13. عبد الرحمن حسان منصور اسماعيل، و حلبي علي محمد الشيباني. (مارس، 2022). متطلبات تطبيق الجامعة الريادية في جامعة تعز. مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية .
14. عصام سيد أحمد السعيد ابراهيم. (جوان 2015). التعليم الريادي: مدخل لدعم توجه طلاب الجامعة نحو الريادة والعمل الحر. مجلة كلية التربية، ص 132-177.
15. فواز وضاح. (2022). دور الجامعة في دعم مجتمع المعرفة وفق متطلبات التوجه نحو الاقتصاد المعرفي -إشارة إلى بعض التجارب-. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، 7، الصفحات 187-204.
16. كنيذة زليخة، و محمد بوقوموم. (جوان، 2018). الاندماج في اقتصاد المعرفة: بين المتطلبات ومؤشرات القياس. اقتصاديات المال والأعمال .
17. مصطفى يوسف كافي. (2018). زيادة الأعمال في المنشآت السياحية. قسنطينة، الجزائر: منشورات ألفا للوثائق.
18. منى مؤتمن. (سبتمبر، 2003). بحث مقدم لإدارة البحث والتطوير. نحو رؤية جديدة للبحث التربوي في مجتمع الاقتصاد المعرفي. المملكة الأردنية الهاشمية.
19. نضال خليف الطراونة، محمد عبد الوهاب المجالي، و كامل محمد الحواجرة. (2021). الثقافة الريادية ودورها في فاعلية التنفيذ الاستراتيجي في البنوك التجارية الأردنية. مؤتمن للبحوث والدراسات، 36.
20. هدى بوالقمح. (2019). تفعيل الإبداع كمدخل لتعزيز اقتصاد المعرفة. الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي، 13.
21. محمد قوجيل. (2016-2015). دراسة وتحليل سياسات دعم الماوالاتية في الجزائر (مذكرة دكتوراه). علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة ورقلة، الجزائر.
22. A.Hitt, M., R.Duane, I., & Hoskisson, R. E. (2001). Strategic Management: Competitiveness and Globalization (éd. 4). New York: South-Western college.
23. Kimuli, S. N. (2011). Strategic entrepreneurship and performance of selected private secondary schools in wakiso district. (M. University, Éd.) Dissertation Submitted to Makerere University of Science in Entrepreneurship .
24. Lussier, R. N. (2008). Management Fundamentals: Concepts, Application, Skill Development. (TBS, Éd.) South-Western, USA.
25. Sanchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competences: its impact on intention of venture creation. (7, Éd.) international entrepreneurship and management journal , pp. 239-254.

دور الجامعات في ترسيخ ونشر ثقافة ريادة الأعمال

The role of universities in consolidating and spreading the culture of entrepreneurship

عدائكة أسماء¹، حديد إيمان²، سحوان علي³

¹ جامعة الوادي (الجزائر)

² جامعة خميس مليانة (الجزائر)

³ جامعة تونس (تونس)

ملخص: تلعب ريادة الأعمال دورا حيويًا في الاقتصادات العالمية حاليًا، إذ تعد واحدة من أهم محركات التنمية الاقتصادية، فهي تساهم في إنشاء مؤسسات رائدة تعين على تحقيق التطور المحلي وتوفير فرص العمل وزيادة العوائد المالية والاقتصادية. وتتمثل ريادة الأعمال في عملية خلق أنشطة اقتصادية جديدة من خلال البحث والتطوير والإنتاج والتوزيع للمنتجات أو الخدمات، بهدف تعزيز التنمية الاقتصادية بإنشاء شركات ناشئة في المجال التقني، مما يساهم في تحسين الوضع الاقتصادي، وتحمل الجامعات مسؤولية مهمة في التنمية وخدمة المجتمع، حيث تشجع طلابها على روح الريادة والإبداع والتطوير، وتعرفهم على مصادر وجهات التمويل للمشاريع الصغيرة، وتعرض لهم نماذج ناجحة من رواد الأعمال.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، ثقافة ريادة الأعمال، الجامعات.

Abstract: Entrepreneurship plays a vital role in global economies today, as it is considered one of the most important engines of economic development. It contributes to the establishment of pioneering institutions that help achieve local development, provide job opportunities, and increase financial and economic returns. Entrepreneurship is the process of creating new economic activities through research, development, production and distribution of products or services, with the aim of promoting economic development by creating emerging companies in the technical field, which contributes to improving the economic situation. Universities bear an important responsibility in development and community service, as they encourage their students to The spirit of leadership, creativity and development, introducing them to the sources and destinations of financing for small projects, and presenting them with successful models of entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurship culture, universities

اهتم الباحثون بمفهوم ريادة الأعمال نظرا لدورها الهام في عملية التنمية في المجتمعات، والتي تعتمد بشكل كبير على البحث العلمي لإيجاد حلول للمشكلات وتحقيق التقدم والتطور. ومع التطورات التكنولوجية الهائلة والعولمة والتواصل السهل عبر شبكة الإنترنت، ازداد الاهتمام بريادة الأعمال، وأصبحت تعتبر ظاهرة هامة في الاقتصاد العالمي، وتتوجه الدول المتقدمة نحو دعم ريادة الأعمال بشكل أكبر من غيرها من الدول النامية، حيث تعمل على توفير الدعم اللازم للأفراد الرياديين وتوفير البيئة المناسبة لهم لإنشاء مشاريعهم الخاصة. وبسبب ارتفاع نسبة البطالة بين خريجي الجامعات، بدأت الدول في مراجعة المنظومات التعليمية في جامعاتها لتأهيل الطلاب للقيام بدور نشر ثقافة ريادة الأعمال وتمكينهم من امتلاك مشاريعهم الخاصة، وبالتالي، فإن ريادة الأعمال تعتبر أحد الحلول الناجحة لمشكلة البطالة بين خريجي الجامعات، وتشكل فرصة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول. وتلعب الحكومات دورا هاما في دعم ريادة الأعمال وتوفير البيئة المناسبة لها، ويمكن للأفراد الرياديين وأصحاب المشاريع الصغيرة والناشئة أن يساهموا في تحقيق هذه الأهداف من خلال تحويل الأفكار إلى مشاريع ناجحة.

1.1. الإشكالية: من خلال ما تقدم يمكن لنا أن نطرح الإشكالية التالي:

كيف يمكن أن تساهم الجامعات في نشر ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب؟

2.1. أهداف الدراسة: ككل دراسة تهدف إلى تحقيق جملة من الأهداف نوردتها في النقاط التالية:

- إبراز دور الجامعات في نشر ثقافة ريادة الأعمال؛
- التعرف على واقع ريادة الأعمال في الجامعات؛
- توضيح مدى توفير الجامعات لمتطلبات التعليم الريادي؛
- توضيح سبل تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة الجامعات.

3.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في التأكيد على أن تنمية الإرادة لدى الشباب الريادي والتعامل مع المشروعات المتعثرة بمنهج مدروس يمكن أن يحول الفشل إلى نجاح باهر، حيث أن المرحلة المقبلة تستلزم تعزيز دور ريادة الأعمال في التنمية الاقتصادية ما يتطلب وجود قاعدة بيانات دقيقة ومفصلة يكون من شأنها تمكين صناعات القرار من الوصول إلى فهم أعمق للعلاقة بين واقع تسجيل المؤسسات الوليدة والتنمية الاقتصادية، ومن جانب آخر التأكيد على ضرورة مواكبة الجامعات العصرية التي لم يعد دورها يقتصر على التعليم والتربية بل هي التي تلعب دورا في بناء الناتج المحلي الوطني وتضع الخطط المستدامة لبناء مجتمع المعرفة، من خلال ما تقدم يمكن لنا أن نرحب الإشكالية التالي:

المحور الأول: الجامعة وثقافة ريادة الأعمال

1.2. مفهوم الجامعة ووظائفها:

تولي الأنظمة التربوية الحديثة اهتماما كاملا وشاملا بالإنسان، وتركز على تنمية شخصيته في جميع الجوانب وتربيته بشكل متكامل ومتواز ومستمر، سواء على المستوى العلمي أو النفسي أو الاجتماعي أو الأخلاقي، بهدف جعله إنسانا صالحا وعضوا نافعا في المجتمع الذي يعيش فيه. وتعتبر الجامعات والمعاهد والمراكز التابعة لها من أهم المؤسسات الاجتماعية المسؤولة عن إعداد أفراد المجتمع، والتي تتميز عن غيرها من المؤسسات التربوية بمميزات وخصائص تجعلها تتفاعل مع حضارات الشعوب الأخرى وتستفيد منها في ضوء حاجة المجتمع وتطلعاته، كما أنها تحترم فلسفة المجتمع وعاداته ومبادئه، وتسعى لإيجاد التوازن بين الإرث الحضاري والثقافي والعلمي الذي يمتلكه المجتمع وبين متطلبات التطور العلمي والتكنولوجي في العالم الحديث. وعلى هذا الأساس، تحرص هذه المؤسسات على توفير بيئة تعليمية متميزة، تعمل على تنمية مهارات الطلاب وتطوير قدراتهم العلمية والعملية، وتؤهلهم للمشاركة الفاعلة في حياة المجتمع والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة.

تعد كلمة "جامعة" مشتقة عربيا من كلمة "جمع"، وتعني الاجتماع حول هدف مشترك وهو التعليم والمعرفة، ومن المهم ملاحظة أنه لا يوجد تعريف موحد عالمي لمفهوم الجامعة، حيث ينشئ كل مجتمع جامعتة ويحدد أهدافها بناء على ما تملية عليه مشاكله وطموحاته، وتبعاً لتوجهات سياسية واقتصادية واجتماعية معينة. ومن هذا المنطلق، يمكننا الإشارة إلى بعض التعاريف التي تعبر نسبياً عن مفهوم الجامعة، ومن بين هذه التعاريف:

تعرف الجامعة على أنها: "مؤسسة للتعليم العالي والأبحاث وتمنح شهادات أو إجازات أكاديمية لخرجها، وهي توفر دراسة من المستوى الثالث والرابع (كاستكمال للدراسة المدرسة الابتدائية والثانوية)، وكلمة جامعة مشتقة من كلمة الجمع والاجتماع، كما كلمة جامع، ففيها يجتمع الناس للعلم"

كما أنها عبارة عن جماعة من الناس يبذلون جهداً مشتركاً في البحث عن الحقيقة، والسعي لاكتساب الحياة الفاضلة للأفراد والمجتمعات"، فنلاحظ أن هذا التعريف ربط الجامعة بالجماعة، ومنطلق من الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه ألا وهو البحث عن كذلك الجامعة مؤسسة تقوم بصفة رئيسية على توفير تعليم متقدم لأشخاص على درجة من النضج، يتصفون بالقدرة العقلية والاستعداد النفسي على متابعة دراسات متخصصة في المجال، أو أكثر من مجالات المعرفة".

ويرى فريد النجار الجامعة على أنها: "منظومة ديناميكية، تحقق التوازن والتكامل مع المجتمع للتنمية". من خلال التعاريف السابقة يمكن لنا أن نعطي التعريف التالي كتعريف إجرائي للجامعة على أنها: "الجامعة تعبر عن منظمة تعليمية تمثل أعلى مراحل التعليم بعد التعليم الابتدائي والمتوسط والثانوي، تعمل على تحقيق وظائفها الرئيسية كالتعليم والتكوين والبحث العلمي كما يجب لها ان توفر مختلف قطاعات الحياة برأس المال البشري المكون".

وتتمثل وظائف الجامعة في كل من التدريس والبحث العلمي باعتبارهما وظيفتين أساسيتين إضافة إلى دورها في خدمة وتنمية المجتمع حيث نتطرق إليها فيما يلي: (بن عياد، 2020، الصفحات 282-287)

1.1.2. التدريس:

إن أساتذة الجامعة هم القاطرة العقلية والعلمية والثقافية والتقدمية والإبداعية المهمة والقوية في المجتمع، وكلما كان الأستاذ الجامعي متميزاً خلال مراحل تواجده في الجامعة، وكلما وجد الطالب أستاذاً جامعياً قائداً علمياً خلقياً فاعلاً وواعياً وإيجابياً وحيادياً في معاملة طلبته وفي أبناء وطنه كان قدوة لهم، فالخريج الجامعي بحاجة ماسة لتحضيره لدخول سوق العمل وإعطائه نظرة عامة حول ما يدور في السوق من النشاطات والتغيرات وعدم تركه يصطدم بمفاجأة سوق العمل فالتدريس يتمثل في نقل المعرفة والمحافظة عليها واسترجاعها وتحليلها بما يحقق تنمية الكوادر البشرية وتعزيز قدراتها البحثية والتكنولوجية بما يتماشى و متطلبات مجتمع المعرفة عبر زرع ثقافة البحث والتطوير في أذهان الطلبة، حيث يتضمن التدريس الجوانب التالية:

- التخطيط لإعداد الدروس وإلقائها من خلال ضرورة تحديد الأهداف من التدريس وكذا الوضعية المعرفية للطلبة وعلى ضوء ذلك يتم إعداد مضمون الدرس والأنشطة المرافقة له وكذا أساليب التقييم المعتمدة؛
- تأليف الكتب في التخصص الذي يدرس، بما يتضمن ذلك من بحوث علمية ودراسات ومقالات؛
- تطوير مناهج التدريس في التخصص الذي يدرس والعمل في اللجان البيداغوجية؛
- متابعة التطور التكنولوجي والمساهمة فيه بما ينعكس على البرامج التعليمية وإعداد الموارد البشرية علمياً وفنياً وإدارياً.

من هذا المنطلق يمكن القول بأن الأستاذ الجامعي لعب دورا هاما جدا في غرس التوجه المقاولاتي لدى الطالب الجامعي ويقصد بذلك بروز الإرادة الفردية والاستعداد الفكري لدى الطالب الجامعي في إنشاء مشروعه الخاص أو مؤسسة خاصة وذلك في ظل ظروف معينة (أي تطوير الاستعدادات ومؤهلات وسلوكيات المقاولاتية عند الطلبة)، ولا يتوقف دور الأستاذ عند هذا الحد بل يتعداه في مرافقة الطالب الجامعي صاحب التوجه المقاولاتي لتحقيق مشروعه، فنجاح الأستاذ الجامعي في مهمته النبيلة لا يتوقف في تقديم الدروس وإنما تتعداها في غرس روح المقاولاتية لدى الطالب ومصاحبته لتحقيق مشروعه .

2.1.2. البحث العلمي:

تعتبر وظيفة البحث العلمي واحدة من أهم وظائف الجامعة حيث يعرف بأنه عملية فكرية منظمة يقوم بها شخص يسمى "الباحث" من أجل تقصي الحقائق بشأن مسألة أو مشكلة معينة تسمى "مشكلة البحث" بإتباع طريقة علمية منظمة تسمى "منهج البحث" بغية الوصول إلى حلول ملائمة للعلاج أو إلى نتائج صالحة للتعميم على المشاكل المماثلة تسمى "نتائج البحث" ويحظى البحث العلمي بأهمية كبيرة لدى الدول والمجتمعات، فهو المعيار الذي يمكن تصنيف هذه الأخيرة من خلاله، والبحث العلمي هو استقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف يمكن توصيلها والتحقق من صحتها عن طريق الاختبار العلمي، فالبحث العلمي هو بمثابة الوسيلة التي تمكننا من المعرفة وتوجه بحوثنا من خلال المنهج المستخدم أو النظرية المتبعة، كما أن البحث العلمي سبيل الوصول إلى الحقائق العلمية وهو اختبار للمناهج والطرق المستخدمة وللفروض والبحث العلمي يعيننا على إزالة اللبس والغموض الذين يحيطان بالظواهر، فالبحث العلمي أصبح واحدا من المجالات الهامة التي تجعل الدول تتطور بسرعة هائلة وتغلب على جميع المشكلات التي تواجهها بطرق علمية، فهو حجر الزاوية في مسيرة تنمية المجتمعات والأساس لكل الخطط والاستراتيجيات وما ينبثق عنها من برامج تنموية تطبيقية، لذلك لا بد على الجامعة:

- تكوين الإطارات الضرورية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للبلاد؛
- تلقين الطلبة مناهج البحث وترقية التكوين بالبحث في سبيل البحث؛
- المساهمة في إنتاج ونشر معمم للعلم والمعارف وتحصيلها وتطويرها؛
- المشاركة في التكوين المتواصل.

وتجدر الإشارة إلى أن علاقة الجامعة ومؤسسات البحث والمقاولات ليست مجرد علاقة تكوين عمل وإنما تكوين بحث وروح مقاولات وابتكار، ذلك ان هناك تفاعلية المؤسسات الجامعية والبحثية عموما مع المقاولات يشكل الأساس لتحقيق تنمية بشرية مستدامة، حيث تبرز أهمية المقاولات والعمل المستقل في خلق مناصب شغل وفي تمويل المنتجات والخدمات التي تقدمها، كما أن المقاولات لدى الشباب تساهم في تشجيع الإبداع من خلال دفعهم إلى تبني أفكار وحلول ووسائل عمل جديدة.

3.1.2. خدمة المجتمع وتنميته:

لا شك أن وظيفة خدمة الجامعة للمجتمع تكمن في ذلك النشاط المنجز لحل مشكلات المجتمع أو لتحقيق التنمية الشاملة في المجالات المتعددة، كما أن خدمة الجامعة للمجتمع تعني قيام الجامعة بنشر وإشاعة الفكر العلمي المرتبط ببيئة الكليات، وتقوم بتبصير الرأي العام بما يجري في مجال التعليم فكريا وممارسة، وعلمها يقع تقويم مؤسسات المجتمع وتقديم المقترحات لحل قضايا ومشكلاته، وكذا الإدلاء بتصورات وبدائل تثير وتشجع فكريا تربويا داخل المجتمع، وتعد خدمة المجتمع من ابرز وظائف الجامعة في الوقت الحالي، بما توفره من مناخ يتيح ممارسة الديمقراطية والمشاركة الفعالة في الرأي والعمل، كما تنمي لدى المتعلمين القدرة على المشاركة والإسهام في بناء المجتمع وحل مشكلاته، كما تنمي لديهم الرغبة الجادة في البحث عن المعرفة، وتحدي الواقع واستمرار المستقبل في إطار منهج علمي دقيق يراعي الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمع.

بالرغم من أهمية دوري الجامعة في التدريس والبحث العلمي، غير أنهما يبقيان قاصرين طالما بقيا غائبتين في حد ذاتهما دون أن يكونا وسيلتين تهدفان لتنمية المجتمع، وعليه فإن رسالة المنظومة الجامعية ينبغي لها أن تمتد لتشمل كل نواحي الحياة العلمية والتكنولوجية، وهذا من أجل ترسيخ العلاقة بين الجامعة والمجتمع عبر البحث في حاجياته وحل مشكلاته وتوفير متطلباته، وهذا ما يحتم ضرورة الربط بين سياسات التعليم العالي والبحث العلمي مع الخطط التنموية للمجتمع، بحكم المساهمة التنموية للدورين السابقين للجامعة، فمن جهة أولى تساهم البحوث العلمية والدراسات التطبيقية في حل المشكلات المجتمعية، ومن جهة ثانية فإن المهمة التدريسية تساهم في إعداد القوى البشرية المؤهلة المتخصصة ذات النوعية والكفاءة. إضافة إلى ذلك:

- نقل المعرفة ونشر الوعي الثقافي؛
- إعداد المهنيين والاختصاصيين؛
- تدريب الباحثين على المهنة؛
- وظائف ثقافية وعلمية.

2.2. مفهوم وأهمية ثقافة ريادة الأعمال:

تعرف ريادة الأعمال بأنها عملية لخلق شيء مختلف وذو قيمة من خلال إنفاق الوقت والجهد وتحمل المخاطر المالية والنفسية والاجتماعية، وبالمقابل تلقي المكافأة والعوائد المالية والرضا الشخصي نتيجة ذلك. (عياد، 2021، الصفحات 261-262)

تعرف ريادة الأعمال بأنها العملية التي تعد الأفراد بمفاهيم ومهارات معينة تمكنها من إدراك الفرص التي يغفل عنها الآخرون، والتمتع برؤى جديدة وتقدير للذات وتزود الأفراد بالمعلومات المطلوبة لإدراك الفرص وجمع الموارد على قاعدة المخاطرة وتعزيز الرغبة للمبادرة بإطلاق وممارسة الأعمال التجارية. (حسن محمد، 2022، صفحة 10)

أما بالنسبة لثقافة ريادة الأعمال فتعرف بأنها نسق من القيم والمعتقدات والمعايير التي تحفز الجامعة على تدعيم مشروعات ومبادرات ريادة الأعمال في المجتمع الأكاديمي وتبني الأفكار الإبداعية لدى منتسبي الجامعة من أعضاء هيئة التدريس والطلبة وتوفير البيئة المحفزة والمناخ الملائم لتحويلها إلى مشروعات صغيرة منتجة، وهي المسئولة عن تكوين اتجاه اجتماعي إيجابي نحو المغامرة الشخصية ودعم النشاط الريادي وتحديد اتجاهات الأفراد نحو مبادرات ريادة الأعمال وتشجيع سلوكيات المبادرة، المبادرة، الإنجاز، الابتكار، الاستقلالية، التفرد والمخاطرة. (حلمي مصطفى و الفضلي، 2020، الصفحات 49-50)

1.2.2. أهمية ريادة الأعمال:

نظرا لأهمية ريادة الأعمال في النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل، لقد تبنت أهداف التنمية المستدامة التي اعتمدها الأمم المتحدة مؤخرا، تعزيز ريادة الأعمال كأحد أهدافها تحت بندي التعليم والنمو الاقتصادي، ولذا يعتبر هذا التقرير وثيق الصلة بالموضوع وفي الوقت المناسب لاستشراف سبل إدراج تعليم ريادة الأعمال ضمن التعليم بدءا بالمدارس الابتدائية، لقد تبنى المؤلفون والمساهمون في هذا التقرير رؤية شاملة لتعليم الريادة باعتباره ممارسة "توفير وإيجاد وتجسيد فرص لخلق القيمة المضافة" يمكن تطبيقها أيضا في مجالات أخرى خارج قطاع الأعمال؛ وهم بذلك يشددون على أهمية غرس عقلية الريادة في نفوس الشباب وتزويدهم بخبرات حياتية ضرورية تكون لهم عوناً في مختلف الظروف والمواقف.

وتكمن أهمية ريادة الأعمال في أنها تعمل على مساعدة المجتمعات على التنمية، ومن ثم الخروج بأجيال يدركون الفرص، ويبادرون ويمتلكون روح الابتكار، والإبداع ويستثمرون الموارد المتاحة بطريقة منظمة من أجل الخروج بمشروعات ناجحة تحقق

لهم أهدافهم في تحقيق الريح والنمو، ومن هذا المنطلق تعد ريادة الأعمال مهمة في المجتمعات المعاصرة لما تحثه من آثار ايجابية تتمثل فيما يأتي: (حسن محمد، 2022، الصفحات 11-13)

- إحداث التغيير والتحول، إذ يعد الإبداع من أهم الخصائص المميزة للريادة، خاصة وأن المنظمات الريادية تعمل كوكيل لتغيير من خلال ممارسة الأنشطة الريادية.
- إيجاد العديد من المشروعات التي تعد مهمة لتطوير الاقتصاد وتنميته.
- إيجاد فرص العمل ذات الأهمية على المدى الطويل من أجل تحقيق النمو الاقتصادي.
- زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس.
- إحداث التغيير في هيكل السوق والعمل على زيادة تبني الإبداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثة.
- التنوع الكبير في الجودة، إذ أن المشروعات الجديدة تقدم أفكارا جديدة، وابداعا اقتصاديا.
- زيادة احتمالية إدخال ابتكار جديد يترك أثرا إيجابيا في الاقتصاد نتيجة البدء بإنشاء الشركات الجديدة.

إن الأشخاص يميلون إلى تجنب المهن والبيئات التي لا تتناسب مع كفاءاتهم، واختيار تلك التي تتناسب معهم، حيث إن الكفاءة الذاتية للفرد الريادي تشير إلى أن قدرات الفرد تلعب دورا مهما في أداء المهارات اللازمة لتحقيق فرصة استثمارية جديدة، كما أظهرت الأبحاث أن الكفاءة الذاتية تؤثر بشكل كبير على النزعة الريادية والسلوك الريادي التي يمكن تنميتها من خلال البيئة التعليمية الجامعية الداعمة، ومن ثم فإن هناك أهمية كبيرة لريادة الأعمال؛ حيث أنها تنمو بشكل مضطرب على نحو يشير إلى انتشار ثقافة رواد الأعمال بالمجتمع، ونتيجة لهذا النمو المضطرب ظهرت مؤسسات حكومية وغير حكومية تعمل على رعاية الرياديين ومساعدتهم، فالحكومات اليوم تقدم دعما للشباب حتى يتمكنوا من إقامة أعمالهم الخاصة بهم.

المحور الثاني: ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال بالجامعات

1.3. تدريس ريادة الأعمال في الجامعات:

يمكن تدريس ريادة الأعمال في الجامعات حيث هناك توجهات ومهارات ومعرفة ضرورية للتفكير والممارسة في نطاق ريادة الأعمال ولقد تم بالفعل على مدى سنوات تدريس مئات طلاب الجامعات والخريجين وأعضاء هيئة التدريس طرق التمكين من مهارات ريادة الأعمال من خلال: (خالدي، 2013، الصفحات 76-77)

- إرساء وغرس رسالة الجامعة والقيم والثقافة المرتبطة بالتعليم المنفتح، إضافة إلى أن هذه الدراسات تحظى بإقبال العدد الأكبر من الطلاب ما يعزز احتمال أن تتبع المؤسسة الجامعية بأكملها توجه تدريس ريادة الأعمال؛
- تكوين فريق مشترك من الأكاديميين ورواد الأعمال، فهذه الشراكة ضرورية لإرساء منهج دراسي متوازن، يجمع بين التطبيقات العملية والمرجعية الأكاديمية، ولقد تم تجريب هذا الأسلوب لسنوات عدة في جامعة هارفارد وكلية بابسون، وأثبتت التجربة أن فرصة تدريس طلاب مبدعين جعل من تدريس ريادة الأعمال تجربة ثرية للأكاديميين، ما جذب بعض الأكاديميين المشهورين إلى هذا البرنامج؛
- الاهتمام بتدريس الأساسيات، من خلال التركيز على ستة موضوعات: الابتكار، والاستراتيجية والتسويق والمالية والتنفيذ والأخلاقيات؛

- استخدام عدد متنوع من التقنيات؛ فتعتمد ريادة الأعمال على الاتصال ولا يمكن تدريسها فقط في الفصول الدراسية باستخدام الطرق التقليدية وإنما بطرقا مختلفة، تجمع بين الفصول الكبيرة، وشعب المناقشة الصغيرة، ودعوة محاضرين

خارجيين، وعقد ورش عمل متخصصة، وتنفيذ برامج تدريب، وغير ذلك من وسائل تيسر المشاركة والحوار واستخدام تقنيات التواصل الحديثة؛

- تأمين الأدوات العملية، فمن المهم تزويد الطلاب بمهارات عملية تتطور مع الممارسة، ومنها الإيجاز في شرح الأفكار وعرض المشاريع واستخدام تقنيات العرض المرئية والمسموعة؛

- تحديد حجم الالتزام بمستوى التدريس وجودة البرنامج يتأثران سلبا مع ازدياد عدد الطلاب، كما أن التكلفة لهذا البرنامج مرتفعة، واجتذاب المواهب القادرة على تطوير برنامج تدريس ريادة الأعمال تحمل الكثير من التحدي؛

- التواصل مع كليات خارج كليات الآداب والعلوم، فعلى الرغم من تأكيد المؤلفين على أن البداية المناسبة لبرنامج تدريس ريادة الأعمال، هي في كليات الآداب والعلوم، إلا أن الهدف هو تأسيس جامعة ريادة أعمال، ما يجعل من الضروري تدريس ريادة الأعمال في إطار البيئة الجامعية كلها.

2.3. أهداف ومتطلبات نشر ثقافة ريادة الأعمال بالجامعات:

يمكن تحديد الهدف الرئيس لنشر ثقافة ريادة الأعمال ودمجها في المقررات الدراسية بالجامعات هو إعداد جيلا جديدا من الرياديين والمبدعين في مجال الأعمال، وتطوير الصفات والمهارات الريادية لهم، وإكسابهم القدرة على بدء مشاريعهم الخاصة، وتوفير فرص العمل، والمساهمة بفاعلية في تحقيق الازدهار الاقتصادي. ومن الممكن تفصيل أهداف نشر ثقافة ريادة الأعمال داخل الجامعات فيما يأتي:

- تغيير نمط التفكير التقليدي إلى أنماط التفكير المبنية على الإبداع والتجديد؛
- بناء اتجاهات إيجابية للطلبة تجاه الريادة والعمل الحر؛
- تعزيز روح النزعة الريادية وإثارة الدافعية لدى الطلبة لبناء تصور أفضل لمهنة المستقبل؛
- تطوير السمات والمهارات الشخصية للطلبة التي تساعد على إنشاء القاعدة الرئيسة للتفكير والسلوك الريادي؛
- تعزيز مهارات بناء العلاقات والاتصال الإيجابي في بيئة تربوية مناسبة؛
- زيادة وعي الطلبة حول التوظيف الذاتي والريادة كبديل لمهنة المستقبل؛
- إحداث التغيير في هيكل سوق العمل والتحول نحو الإبداع التنظيمي والتكنولوجي؛
- زيادة التنوع الكبير في الجودة النوعية، إذ أن المشاريع الجديدة تقدم أفكارا جديدة؛
- تحديد وتشجيع وتمكين ومساعدة المشاريع داخل الجامعة.

وتعد الثقافة الريادية من أهم العوامل التي تحدد اتجاهات الأفراد نحو مبادرات الأعمال، حيث إن الثقافة التي تشجع وتقدر السلوكيات الريادية كالمخاطرة والاستقلالية والإنجاز، وغيرها، تساعد في الترويج لإمكانية تغييرات وابتكارات جذرية في المجتمع ويعد التعليم محورا أساسيا في تنمية الثقافة الريادية، ويمكن استثمار دور التعليم في تنمية ريادة الأعمال في سن مبكرة قد تصل إلى رياض الأطفال، ويمكن أن يمتد هذا الدور ليصل إلى المراحل المتقدمة من التعليم العالي، كما أن بناء فكرة الإبداع والابتكار وريادة الأعمال، وتطبيقاتها العملية يجب أن تدرج في صميم مناهج التعليم العام، بالإضافة إلى أنه ينبغي على الجامعات أن تدعم التعاون بينها وبين القطاع الخاص، وأن تسمح لأعضاء هيئة التدريس للعمل بعض الوقت في القطاع الخاص. (الطيب،

2020، الصفحات 325-326)

مما سبق يتضح أن تنمية ثقافة ريادة الأعمال ونشر ثقافتها بين طلاب الجامعة هو حجر الأساس في دفعهم نحو الريادة والمبادرة والابتكار، فاهتمام الجامعة بالتعليم الريادي وتقديرها لإبداع وابتكار الطلاب يزيد من دافعيتهم للتعلم، وتقديم أفكارهم الريادية التي من شأنها أن تتحول إلى مشروع استثماري يساهم في دفع عجلة الإنتاج والحد من ظاهرة البطالة.

3.3. دور الجامعة في نشر ثقافة ريادة الأعمال:

من أبرز الأدوار التي تلعبها الجامعات هي السعي للتنمية الاقتصادية وغرس ثقافة ريادة الأعمال ودعم الطلبة من خلال برامج تعليمية وتدريبية حول ريادة الأعمال وإدارة الأعمال الحرة، حيث اتجهت العديد من الجامعات في أنحاء العالم إلى تصميم بعض البرامج التعليمية والمقررات الدراسية في ريادة الأعمال، بجانب تصميم برامج تعليمية لمنح درجة الماجستير والدكتوراه في ريادة الأعمال، كما اتجهت الكثير من المؤسسات الحكومية والخاصة إلى إعداد برامج تدريبية ودراسات متخصصة في ريادة الأعمال، ويقع على عاتق هذه الجامعات مهمة تنمية الثقافة الريادية لدى الطلاب من خلال توفير العنصر البشري المؤهل للعمل الحر، والراغب في تحمل المخاطر، وتدريبهم على تحويل أفكارهم ومقترحاتهم المبتكرة إلى مشروعات هامة وإكسابهم مهارات إعداد وتنفيذ المشروعات، وتقديم كافة الاستشارات والدعم والتوجيه لهؤلاء الطلبة؛

حيث أن دعم التعليم الريادي في الجامعات قد يعطي الأفراد الثقة للبدء في مشروعاتهم التجارية الخاصة، وأن اكتساب الطلبة النزعة الريادية يأتي عن طريق تعليمهم وتدريبهم، فهناك شكلين للتعليم الريادي بالجامعة وهما:

- الأول: في دور التعليم الريادي فمن خلاله يمكن للجامعات التقييم من خلال تعليم الطلبة المعارف والمهارات اللازمة من أجل الشروع في مشروع جديد.

- الثاني: في الدور التجاري والذي يمكن للجامعات من خلاله توفير للطلبة دعماً محدداً لبدء شركاتهم الخاصة من خلال تقوية مفهوم التنمية وريادة الأعمال لديهم حيث يمكن ذلك من خلال توفير الوعي والتحفيز واحتضان الأفكار المبدعة، لتحويلها إلى مشروعات ريادية.

كذلك هناك بعض الجوانب الرئيسية التي ينبغي أن تأخذ بها الجامعة لزيادة دورها في نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلبة كما يلي:

- تحويل دور الجامعة من التركيز على التوظيف إلى التركيز على خلق فرص العمل، وذلك من خلال إعادة النظر في البرامج الأكاديمية والمقررات الدراسية الحالية، والعمل على إدخال برامج ومقررات دراسية مرتبطة بريادة الأعمال للتخريج طلاب قادرين على خلق فرص عمل؛
- عقد شراكات وعلاقات مع كافة القطاعات ذات العلاقة بالجامعة، سواء مؤسسات حكومية أو المجتمع المحلي أو الخريجين، وفتح قنوات تواصل مستمر فيما بينهم؛
- التعاون مع الجامعات العالمية والتميزة في مجال ريادة الأعمال لنقل التكنولوجيا والمعارف المتطورة؛
- تطبيق التعليم القائم على الإبداع والابتكار والابتعاد عن الحفظ والتلقين، وتشجيع الطلاب أن يكونوا منتجين للمعرفة بدلاً من تلقيها فقط، وإتاحة الفرصة لهم للتعبير عن آرائهم وأفكارهم، وتشجيعهم على الإبداع، ودعم أفكارهم ومقترحاتهم.
- توفير القيادة التي تؤمن بأهمية ريادة الأعمال، ولديها الرغبة في توفير الإمكانيات المادية والمالية لرواد الأعمال. (مدخل و طير،

4.3. معوقات تنمية ثقافة ريادة الأعمال:

يمكن تقسيم المعوقات التي تحد من نشر وترسيخ ثقافة ريادة الأعمال في الجامعات إلى قسمين معوقات داخلية وأخرى خارجية، حيث أن هذه المعوقات كقيلة بإعاقه عملية تحقيق ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب الجامعة وهي كالتالي: (ريباز، حسين، و جبرائيل، 2023، الصفحات 370-371)

1.4.3. المعوقات الداخلية:

- إن المعوقات الداخلية عادة تتمثل وتتعلق بالبيئة الداخلية للجامعات وطريقة عملها وأدائها ومن هذه المعوقات:
- هيكل وسياسة الجامعات الروتينية والاجراءات والانشطة التي تمارسها وكذلك ثقافتها التنظيمية ومتملك من موارد وقدر حضورها في المجتمع المحيط بها وطبيعة العلاقات التي تربطها بهذا المجتمع؛
- عملية التعليم والتعلم وتقليل من فرص ريادة الاعمال بالجامعات وضعف تلبية المناهج والمحتوى العلمي لاهتمامات الطلاب وكذلك ضعف الاهتمام بأساليب التعليم المبنية على الابداع وحل المشكلات وتجهيزات التعليم والمختبرات غير الملائمة وقلة الاهتمام بالتعليم العلمي وتنمية المهارات ونظم التقييم الغير المناسب؛
- عدم وجود مقررات خاصة بريادة الاعمال يدرسها جميع طلاب الجامعة وضعف الخدمات التوعوية والتثقيفية التي تقدمها الجامعة لنشر ثقافة ريادة الاعمال؛
- سياسات التمكين لنشر ثقافة ريادة الاعمال تعد معوقا اخر من المعوقات، مثلا لا زالت ريادة الأعمال في بعض الجامعات ليست وظيفة أساسية، وهناك نقص في الخبرة والدعم المالي المخصص من ميزانية الجامعات للأنشطة الريادية نتيجة قلة مصادر التمويل وضعف كفاية نظم المكافأة وتشجيع المتميزين وعدم وجود سياسات فعالة بشأن الملكية الفكرية لتعزيز نقل التكنولوجيا.

2.4.3. المعوقات الخارجية:

- أضافة إلى المعوقات الداخلية هناك مجموعة من المعوقات الخارجية أيضا التي تأتي من البيئة المحلية والعالمية المحيطة بالجامعات، باعتبار الجامعات تمثل نسق ايكولوجي تتبادل والتأثر مع المجتمع والبيئة المحيطة، ومنها ما يلي:
- ضعف الدعم الحكومي لأنشطة برامج ريادة الاعمال ونقص التمويل الحكومي اللازم لبدء واستمرار المشاريع الريادية. فعندما لا تحظى مثل هكذا نشاطات الى دعم مالي على مستوى وطني فان هذا لا يفضي الى اهتمام الطلاب؛
 - غياب الإطار القانوني والتشريعي الذي ينظم أنشطة ريادة الأعمال تعد معوقا آخر؛
 - غياب فهم المجتمع للوعي بطبيعة ومنافع التي تحققها المشاريع الريادية في المجتمع اصبحت من المعوقات التي تحد من دور الجامعات، ووجود موروثات ثقافية لدى بعض الطلاب تحثهم على التمسك بالوظائف الحكومية لأنها أكثر أمانا.

تلعب الجامعة دورا هاما وكبيرا في تنمية مهارات الطلاب العملية من خلال برامجها التدريبية التي تكمل التدريس النظري وتزود الطلاب بالمعلومات العملية والنظرية التي تساعدهم في تخصصاتهم وتنمي معرفتهم النظرية والعملية بشكل عام. ومن الضروري أن تواكب الجامعة التطور العلمي والتكنولوجي في العالم وتوفر أحدث المعدات التدريبية في مختلف التخصصات العلمية، وتضع خطط منظمة ودقيقة لتنمية مهارات الطلاب خلال فترة دراستهم. وعلى الرغم من التحديات المالية الناجمة عن الأزمة الاقتصادية، فإن الجامعة لا تزال تلعب دورا مهما في التنمية الاقتصادية، ويحتاج هذا الدور إلى عقلية ريادة الأعمال التي تتيح للجامعة إعادة ابتكار نفسها وتوفير الميزانيات اللازمة لتحقيق هذا الهدف. ومن الضروري تجاوز نطاق البيئة الأكاديمية والتواصل مع رواد الأعمال والاستفادة من خبراتهم في هذا المجال.

التوصيات: بناء على مخرجات الدراسة يمكننا تقديم التوصيات التالية:

- تعزيز ثقافة الاحترام للجامعة ونقاط قوتها التقليدية في المدينة الجامعية، مع تشجيع وتقبل طرق التفكير الجديدة التي قد لا تكون متوفرة في البيئة الأكاديمية التقليدية.
- الاهتمام بريادة الأعمال، حيث يمكن أن تكون هذه الفكرة المفقودة التي تحول الرؤية إلى واقع. يجب السماح لرواد الأعمال بالمشاركة في المؤسسة الجامعية وتوفير البيئة الداعمة لهم.
- تعزيز دور ريادة الأعمال في الجامعات وتوفير الدورات التدريبية اللازمة لتطوير هذه المهارات لدى أعضاء هيئة التدريس والطلاب.
- تعيين أشخاص لهم خلفية وخبرة في ريادة الأعمال في مواقع قيادية كأعضاء هيئة التدريس أو المتعاونين.
- تشجيع روح ريادة الأعمال في الجامعة، وتخصيص المساحات اللازمة لإطلاق الأفكار الجديدة والمشاريع الناشئة.

5. قائمة المراجع:

1. أميمة حلبي مصطفى، و عبد الله عبد الكريم دبي الفضلي. (2020). خبرة الجامعات الماليزية في مجال ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال وإمكانية الإفادة منها بجامعة الكويت. جامعة طنطا، 78(02)، كلية التربية جامعة طنطا، 41-106.
2. جلييلة بن عياد. (2020). دور الجامعة في دعم ريادة الأعمال الجزائر ومصر نموذجا. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 11(01)، 280-304.
3. خالد مدخل، و عبد الحق طير. (31 ديسمبر، 2021). مساهمة الجامعة في نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلبة دراسة ميدانية في كلية التكنولوجيا بجامعة الوادي. مجلة التنمية الاقتصادية، 06(02)، 190-208.
4. رشيدة خالدي. (جانفي، 2013). دور الجامعة في بناء ثقافة ريادة الأعمال. مجلة الاقتصاد والتنمية(01)، 64-79.
5. شيرين حسن محمد. (ديسمبر، 2022). تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة أسوان في ضوء استراتيجية التنمية المستدامة رؤية مصر 2030. مجلة العلوم التربوية، 05(04)، 1-45.
6. محمد إبراهيم عبد المولى الطيب. (سبتمبر، 2020). دور جامعة الملك خالد في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها دراسة ميدانية. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 14(1)، 319-347.
7. محمد عبد العزيز عياد. (2021). دراسة مقارنة لتعليم ريادة الأعمال بجامعتي كامبريدج البريطانية وأوتارا الماليزية وإمكانية الإفادة منها في الجامعات المصرية. مجلة التربية المقارنة والدولية(16)، 247-296.
8. نور الدين عزيز ريباز، أحمد مصطفى حسين، و أحمد إسماعيل جبرائيل. (06، 2023). تقييم دور الجامعات الخاصة في تحقيق ثقافة ريادة الأعمال دراسة تجريبية في الجامعات الخاصة في مدينة أربيل. المجلة العلمية لجامعة جيهان السليمانية، 7(1)، 358-387.

دعم نمو زيادة الاعمال في ظل الخدمات المالية الرقمية-تجارب من إندونيسيا-

Supporting the growth of entrepreneurship in light of digital financial services

- experiences from Indonesia-

بلقاسم قريشي¹، عبد الحق قنون²

¹ جامعة تامنغست (الجزائر)

² جامعة تامنغست (الجزائر)

ملخص: تهدف الورقة البحثية إلى تحليل دور الخدمات المالية الرقمية في دعم نمو زيادة الاعمال من خلال اقتناص الفرصة المتاحة وفق نموذج القرار التدريجي المتخذ من طرف رائد الاعمال للولوج الى اقتصاد المعرفة، مع التطرق الى دور زيادة الاعمال الرقمية وما توفره من البدائل المتاحة لمواجهة التحديات وتجاوز العراقيل، واعتمدنا على المنهج الوصفي الكيفي التحليلي الذي يركز على الجوانب النوعية للخدمات الرقمية لزيادة الاعمال والسبل الكفيلة لتحقيق النمو لزيادة الاعمال بموارد العمل وفق تجارب من إندونيسيا. خلصت الدراسة إلى أن للخدمات المالية الرقمية دور كبير في نمو زيادة الاعمال في إندونيسيا، وذلك بالاعتماد على زيادة الاعمال الرقمية لما توفره من بدائل للتمويل وأقل تكلفة بعيدا عن التمويل التقليدي عن طريق البنوك، بالإضافة الى تكوين رؤوس الأموال لدعم زيادة الاعمال في الزراعة المستدامة، وكذلك تسوية المعاملات المالية بسهولة وتنظيم في الإجراءات الدفع، وكل مما سبق يدخل ضمن الاستفادة من اقتصاد المعرفة لما توفره من الابتكار الرقمي، وأهم ما يميز الخدمات المالية الرقمية في دعم زيادة الاعمال هي العلاقة المباشرة بين المستثمر والمستفيد أو المنتج والمستهلك من خلال التحول الرقمي. وتبرز قيمة الدراسة في دور اقتصاد المعرفة في دعم وتشجع زيادة الاعمال عبر توفير وضبط القوانين المنظمة للتكنولوجيا المالية الموجبة لخدمة رواد الاعمال. الكلمات المفتاحية: خدمات مالية رقمية، زيادة اعمال رقمية، دعم، نمو، زيادة اعمال بموارد العمل.

Abstract: The research paper aims to analyze the role of digital financial services in supporting the growth of entrepreneurship by seizing the available opportunity according to the gradual decision model taken by the entrepreneur to enter the knowledge economy, while addressing the role of digital entrepreneurship and the available alternatives to face challenges and overcome obstacles. And we relied on the descriptive, qualitative, and analytical approach that focuses on the qualitative aspects of digital services for entrepreneurship and ways to achieve growth for entrepreneurship with labor resources, according to experiences from Indonesia.

The study concluded that digital financial services have a major role in the growth of entrepreneurship in Indonesia, by relying on digital entrepreneurship because it provides alternatives to financing at the lowest cost away from traditional financing through banks, in addition to the formation of capital to support entrepreneurship in sustainable agriculture, as well as Easily settle financial transactions and organize payment procedures, and all of the above is part of benefiting from the knowledge economy because of the digital innovation it provides, and the most important characteristic of digital financial services in supporting entrepreneurship is the direct relationship between the investor and the beneficiary or producer and consumer through digital transformation. The value of the study is highlighted in the role of the knowledge economy in supporting and encouraging entrepreneurship by providing and controlling the laws regulating financial technology aimed at serving entrepreneurs.

Keywords: digital financial services, digital entrepreneurship, support, growth, entrepreneurship with labor resources.

شهد العقد الماضي في ظل اقتصاد المعرفة ظهور مجموعة متنوعة من التقنيات الرقمية والمنصات والبنى التحتية التي غيرت الطريقة التي نعيش ونعمل بها، ولم يعد أمام كل من القطاعين العام والخاص خيار سوى تبني أحدث التقنيات وتطبيقاتها في العمليات التجارية والمالية الرئيسية، مما أدى إلى تغيير في الهياكل والمفاهيم الإدارية، وبالتبعية مفاهيم الابتكار وريادة الأعمال وغيرهما، والتي انجر عنها آثار تنظيمية وسياسية واسعة (Yoo, Henfridsson, & Lyytinen, 2010).

وتعد تأثيرات اقتصاد المعرفة على خلق القيمة مفتاحاً للتطورات في مجال ريادة الأعمال، لا سيما عند دراستها من خلال عدسة الخدمات المالية الرقمية التي تساعد في احتضان الابتكار الرقمي، لذلك تم إعداد هذه الورقة البحثية لدراسة الآثار التي قد يحدثها الخدمات المالية الرقمية على خلق القيمة لريادة الأعمال والتوسع في اقتصاد المعرفة.

أصبح استكشاف الخدمات المالية الرقمية الجديدة ودمجها واستغلالها أحد أكبر التحديات التي تواجه الشركات والمجتمع في اقتصاد المعرفة، مع عدم اعتبار أي قطاع أو منظمة محصنة ضد آثارها، ولا يقتصر آثارها على عمالقة التكنولوجيا أو الشركات الكبيرة الحجم أو حتى الشركات الناشئة، بل بشكل خاص ريادة الأعمال الصغيرة والمبتكرة والتي تعمل في أكثر الصناعات تنوعاً (Warner & Wager, 2019).

تعد الخدمات المالية الرقمية دور بارز في اقتصاد المعرفة خاصة في ظل سرعة نمو الاقتصاد العالمي، وتساهم هذه الخدمات في زيادة فرص رواد الأعمال في تجاوز التحديات التقليدية المادية، وعلى الرغم من أهمية الخدمات المالية الرقمية بالنسبة للباحثين، فإن مفهوم ريادة الأعمال والتطورات في مجال ريادة الأعمال فيما يتعلق بعلاقتها بالخدمات المالية الرقمية، قد حظي باهتمام محدود في الأدبيات (Sadraei, Jafari Sadeghi, & Sadraei, 2018). يحدد البحث العلاقة بين الخدمات المالية الرقمية وريادة الأعمال من خلال مفاهيم ريادة الأعمال، واستكشاف الخدمات المالية الرقمية مع السعي لتحليل الترابط بين هذه المفاهيم محل دراستنا.

1.1. طرح الإشكالية:

تركز هذه الدراسة على تحليل المؤشرات الرئيسية من خلال تحليل رواد الأعمال وضرورة اندماجهم في اقتصاد المعرفة، والعلاقات بين مفاهيم الخدمات المالية الرقمية وريادة الأعمال، مع ضرورة استكشاف تجارب دولية في العلاقة بين ريادة الأعمال واستغلال الخدمات المالية الرقمية في النمو. ومن خلال ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

الى أي مدى تساهم الخدمات المالية الرقمية في دعم نمو ريادة الأعمال في ظل اقتصاد المعرفة؟

وبغرض تبسيط الإشكالية الرئيسية نطرحها في إشكاليات فرعية وفق الآتي:

- ما مدى استفادة ريادة الأعمال في نموها على اقتصاد المعرفة؟

- ما واقع الخدمات المالية الرقمية في دعم ريادة الأعمال وفق تجارب دولية؟

2.1. فرضيات البحث:

في إطار موضوع الدراسة واستجابة لتحقيق أهدافها نصيغ الفرضية التالية:

- لا توجد أي استفادة لريادة الأعمال من مزايا اقتصاد المعرفة.

- لا توجد تجارب دولية تجسد دور الخدمات المالية الرقمية في نمو ريادة الأعمال.

3.1. أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في مساهمة الخدمات المالية الرقمية ليس فقط في دعم زيادة الاعمال بل في دعم نموها في ظل اقتصاد المعرفة، خصوصا قدرتها خلال العقد الماضي في تجاوزها العديد من الصعوبات المالية والتقنية وحتى الصناعية، وتكتسي أهمية الدراسة في إبراز أهم جوانب دعم نمو زيادة الاعمال وسبل الكفيلة لتحقيق النمو الداخلي ثم النمو الخارجي من خلال تجاوزها للتحديات التقليدية المادية مع استفادتها من الخدمات المالية الرقمية.

4.1. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى تحليل فرصة تكوين زيادة الاعمال، والسبل الكفيلة لأشكال زيادة الاعمال الرقمية، ثم نحاول تناول تجارب من إندونيسيا، وكيف تساهم الخدمات المالية الرقمية في نمو زيادة الاعمال من خلال الوصول الى الطبقات الهشة من المجتمع كالفلاحين وأصحاب المهن الحرة وغيرهم، مع تقديم الدعم المادي لتكوين رأس المال، بالإضافة الى قدرتهم في الوفاء بالتزاماتهم المالية والائتمانية، والوصول الى قطاع لم تتمكن الخدمات المالية التقليدية الوصول إليهم والاستفادة من منتجاتهم.

2. إنشاء زيادة الاعمال:

والتي نوجزها في النقاط التالية:

1.2. فرصة رائد الاعمال لزيادة الاعمال:

يقوم رواد الاعمال بملاحظة: "المواقف التي يمكن فيها إدخال سلع وخدمات ومواد خام وأسواق وأساليب تنظيم جديدة من خلال تكوين علاقات جديدة من الوسائل والغايات، ولا تحتاج هذه المواقف إلى تغيير شروط التبادل الاقتصادي لتكون فرصا لزيادة الأعمال، ولكنها تحتاج فقط إلى إمكانية التغيير من حيث التبادل الاقتصادي" (2003 Eckhardt JT, p336)، وهذا التعريف يدعم نظرية الاكتشاف التي تستند أن الفرص تتجلى في القدرة على رؤية الأشياء بشكل مختلف وتطوير رؤية مقنعة للمستقبل هي إحدى السمات المهمة لرجل الأعمال الناجح وتحديد الفرصة في ظل بيئة تعاني من عدم اليقين (Ardichvili, 2003 Cardozo and Sourav)، فعندما يكون المستقبل غير مؤكد وغامض، فإن أدوات اتخاذ القرار العقلاني، مثل نماذج اتخاذ القرار القائمة على المخاطر، تكون ذات قيمة محدودة (Wiltbank, Dew, Read, and Sarasvathy, 2006).

ومن خلال نظرية الخلق ترى أن القيام بتصرفات تشكل لهم فرصا لزيادة الأعمال (Sarasvathy, 2001; Baker and Nelson, 2005)، حيث تفترض أن رواد الأعمال يوظفون اثنين من التحيزات المعرفية المفيدة لأصحاب المشاريع الذين يتخذون القرارات في ظل ظروف تكون فيها البيئة غير مؤكدة، وأن رواد الأعمال يتخذون قرارات باستخدام مناهج مثل التحيزات والاستدلال (Busenitz and Barney; 1997, Wiltbank et al, 2006)، هذه التحيزات المعرفية كالتحيز المفرط في الثقة والتحيز التمثيلي (Busenitz and Barney, 1997) تحفزهم في الانخراط في أنشطة ريادية محددة، كما يرى (Schumpeter, 1961) أن الاختراعات التكنولوجية هي مصادر مهمة للمبتكرين بالإضافة الى التغييرات السياسية والاجتماعية والتغيرات الاقتصادية الكلية كمصادر محتملة للفرص.

إن اكتشاف الفرص واستغلالها يتطلبان رؤى جديدة في اكتشاف وتقييم واستغلال الفرص لتقديم سلع وخدمات جديدة، خاصة في ظل متطلبات زيادة الأعمال المتعلقة باقتصاد المعرفة وما تشهده الاقتصادات من التقدم التكنولوجي والأهمية المتزايدة للأسواق الناشئة، وطرق التنظيم، والأسواق، والعمليات، والمواد الخام، وما ترتب عنها من جهود تنظيمية.

2.2. اتخاذ القرار:

في عصر اقتصاد المعرفة نجد التحديات وجميع العوامل المؤثرة والمحتملة الموجودة في ساحة الأعمال المعقدة حيث لم يعد بإمكان الشركات الكبيرة والناشئة الوقت الكافي لدراسة وتطوير خطة في اتخاذ القرار، نظرا للتقدم في تكنولوجيا المعلومات يمكن تطبيق مجموعات مختلفة من أدوات صنع القرار جنبا إلى جنب مع التحيزات المعرفية أو كبديل لها، من خلال مراجعة أدبيات الإدارة وريادة الأعمال لصنع القرار في هذه التخصصات وغيرها بشكل مختلف لصنع القرار يعرف بالتأثير في الإدارة الإستراتيجية، ويشار إليه على أنه صياغة إستراتيجية ناشئة (Sarasvathy, 2001).

وهناك من يرى أن الطريقة المثلى لمواجهة التحديات اتباع طريقة Lindblom في اتخاذ القرار، التي تتضمن مجموعة معقدة من خيارات القرار التي تحدث عندما يواجه صانع القرار بديلا جديدا، ويقارنه بالوضع الراهن، وبعد ذلك بمعلومات محدودة، إما أن يقبل أو يرفض الخيار الجديد.

ونموذج اتخاذ القرار التدريجي طوره (Lindblom 1959, 1979)، حيث يعتمد صانع القرار بشكل كبير على الأسس النظرية، ويتم تقليل الاعتماد على النظرية بشكل كبير من خلال اختبار "السياسة الجيدة" دون الاتفاق على الطريقة أو الوسيلة المرغوبة لتحقيق هدف متفق عليه، باستخدام طريقة الجذر يتم اعتبار أن كل عامل مهم ذي صلة يؤخذ في الاعتبار، وبالتالي جميع العوامل التي تؤثر على الأعمال في وقت واحد كنموذج شامل لصنع القرار مع تحليل شامل، عادة ما يتم إضفاء الطابع الرسمي على صنع القرار كعلاقة الوسيلة والغاية، حيث يعتمد طريقة الجذر تقييما شاملا ومتعمقا لجميع الخيارات المتاحة لتلبية الأهداف المحددة.

3. أشكال ريادة الأعمال الرقمية:

الكيانات التي تمتلك المعرفة والقدرات للاستفادة من التقنيات الرقمية تعمل على تفعيل مساعي رواد الأعمال التي تهدف إلى التغلب على القيود وتسهيل الأعمال التجارية الصغيرة في المجتمعات النامية، وتركز في هذا المحور على عوامل ريادة الأعمال الرقمية جنبا إلى جنب على ريادة الأعمال التي تتطلب موارد للعمل، وبالتالي تحديد أوجه تشابه في تأثيرها من خلال قدرات المحاكاة والتجميع والمعادلة. ونحدد ثلاثة أشكال من أشكال ريادة الأعمال من خلال كل من محاكاة الخدمات، وتجميع الموارد وتكافؤ الفرص.

-محاكاة الخدمات الأساسية:

يمكن محاكاة الخدمات الأساسية التي يطلبها رواد الأعمال للأعمال التجارية التي تتطلب موارد العمل بالاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية من خلال التكنولوجيا المتاحة لهم، مثل الادخار، التمويل للمجتمعات الريفية وغير المصرفية وغيرها.

-تجميع الموارد:

بسبب ضعف البنية التحتية والمعرفة المحدودة، خاصة المشاكل البيروقراطية الناتجة عن التسلسل الهرمي الاجتماعي القائم على العمل قد لا تتمكن الشركات الصغيرة تحديد الموارد المناسبة دون مساعدة، وإن وجدت تكون بتكلفة عالية، حيث يمكن تجميع الموارد وبأقل تكلفة بالتعاون مع ريادة الأعمال الرقمية من خلال التجميع ومطابقة الشركات الصغيرة التي تبحث عن موارد لتلك التي تمتلكها.

-تكافؤ الفرصة:

يتم تحقيق فرص متكافئة لجميع الكيانات في اقتصاد المعرفة عن طريق تحديد معايير تنظيم خاصة في ظل الاختلاف في المشاريع من حيث الحجم، اختلاف الصناعة، المساواة في الوصول الى رأس المال والموارد والبنية التحتية لذا وجب توفر أداة تمكين رقمية لتحقيق وتكافؤ الفرص أو خلقها في الاقتصاد.

4. تجارب زيادة الاعمال من إندونيسيا:

نسعى إلى معالجة أهمية الخدمات المالية الرقمية، أي كيف يمكن لريادة الأعمال الرقمية في سياق التكنولوجيا المالية الناشئة في دولة نامية (إندونيسيا في دراستنا) أن تؤدي إلى نمو ريادة الاعمال التي تتطلب موارد العمل، والغرض من أجل استنباط إطار عمل موجز يوضح أهمية ريادة الأعمال الرقمية في اقتصاد المعرفة، مع الاستفادة من تجارب هذه الدول.

1.4 تقديم التمويل الأصغر للمجتمعات التي لا تتعامل مع البنوك (Kanopi Asia):

-الواقع التمويل قبل منصة Kanopi Asia:

تفرض الأعراف الدينية والعائلية أن يساهم أفراد الأسرة بنسبة كبيرة مما يكسبونه لدعم الأسرة المعيشية، حيث يدير رواد الاعمال شركات صغيرة لا يتعاملون مع البنوك في كثير من الأحيان بسبب الدور في الأسرة والقيم السائدة في المجتمع (I. Arsana, P. Gede, A.S. Alibhai, Women entrepreneurs in Indonesia: a pathway to increasing shared prosperity. World Bank Group Open Knowledge Repository [Online], 2016. Available: 'مما يدفع العديد من رواد الأعمال إلى تحويل دخلهم إلى الأسرة بدلا من إعادة استثمارها لتنمية أعمالهم بسبب أنه يطلب من المقرضين تقديم ضمانات لقروضهم، وعلى الرغم من كونها أساسية ومعتمدة على نطاق واسع في جميع اقتصادات النامية والناشئة والمتطورة، إلا أنها تمثل قيادا هاما آخر على ريادة الأعمال لأنه في إندونيسيا، هناك نسبة صغيرة جدا فقط 21٪ من رواد الأعمال لديهم أصول عائلية مسجلة باسمهم، كما أن معظم الأشخاص في القرى لم يكونوا موظفين بشكل رسمي، وبالتالي لم يكن لدى أي شخص حساب توفير، و 27٪ فقط من الأشخاص ادخروا في مؤسسة مالية.

-دور منصة Kanopi Asia:

أوضح رئيس المنصة (Benhil kampong) أن الغرض من منصة (Arisan) "لا يفهم كل شعبنا سبب حاجتنا إلى استخدام البنك، والغرض من الادخار، والإيداع، بالنسبة لهم، فإن الانضمام إلى (Arisan) هو شكل من أشكال الادخار، وبالتالي هو شكل من أشكال التمويل الأصغر يمارس في إندونيسيا لسنوات عديدة، وهو نشاط اجتماعي ورابطة ائتمانية غير رسمية بحيث يضع أعضاؤها المال في وعاء جماعي بانتظام، وفي كل شهر تحتفظ المجموعة بسحب ويأخذ الفائزون الوعاء" (H. Purnomo).

تقدم المنصة الهدايا عن طريق الاختيار العشوائي بهدف تشجيع الناس على توفير المال باستمرار، كما يحصل الموفرون لأموالهم على بعض الهدايا أو الهدايا التذكارية بمجرد بلوغهم مبلغ معين، ومن تشجيعهم على الانضمام كذلك يتم سحب اليانصيب للحصول على مطبخ أرز ومروحة بعد إيداعهم لأموالهم، تم تأسيس (Kanopi Asia) كمزود لحلول التمويل الأصغر الرقمي، ومحاكاة لنموذج الادخار والإقراض المجتمعي لمساعدة القرويين على بدء الأعمال التجارية من المنزل، والتي تمكنهم من ادخار أموالهم وإيداعها وسحبها نقدا بدون رسوم معاملات أو بدون رسوم إدارية، أو رسوم الإيداع، والهدف تحقيق الامن والاستقلالية في الشؤون المالية، واستغلال شريحة كبيرة من رواد الاعمال الريفيين كقطاع غير مستغل ومريح في السوق (J.E. Jennings, 2011).

-التمويل بعد الاستفادة من خدمات منصة Kanopi Asia:

من أهم الآثار المحققة هي أن الأشخاص الذين ليس لديهم بيانات (سجل ائتماني) قد ادخروا في النهاية ما يكفي من المال حتى يتمكنوا من فتح حساب. حيث وصف أحد مؤسسي (Kanopi Asia) أن الفلاحين القرويين تم إنقاذهم من رسوم الإدارة والودائع المرتبطة بالمؤسسات المالية النموذجية مثل البنوك والمؤسسات المالية، حيث اعتمدت العديد من النساء على أنظمة التوفير الدقيق (Arisan) التي تم إنشاؤها في القرى مما يمكنهم من الدخول في نوع من نظام أسلوب اليانصيب حيث يتم تجميع كل الفوائد، ثم يتم اختيار شخص ما للفوز بجائزة كل شهر، بدلا من كسب قدر ضئيل جدا من الفائدة على حساب التوفير. والملاحظ أيضا من خلال رأي رجل أعمال وعضو من المجتمع في قرية بنهيل: "إنهم قادرون على التحقق من توازنهم المالي في كل مرة يقومون فيها بإيداع الأموال، يتلقون أيضا رسائل نصية قصيرة من (Kanopi) كما يتم إبلاغ العميل عندما يحق له الحصول على أي هدية، هذا النوع من النظام غير المصرفي ليس معقدا، يكفي فقط الانضمام إلى (Kanopi) حتى يمتلك الناس المال لتمويل أعمالهم" (V. Rindova، 2009، P: 477- 491).

وبالنتيجة نلاحظ تغير عاداتهم في التعامل بالمال، وبالتالي أصبحت المنصة وسيلة بديلة للدخل والتمويل للمجتمع، كما مكنت منصة (Kanopi IT) رواد الأعمال من تفكيك الممارسات التقييدية وقواعد الصناعة التي جعلت من الصعب عليهم الحصول على قروض من خلال السماح لهم ببناء سجل ائتماني.

2.4. التمويل الجماعي عبر الإنترنت للزراعة المستدامة (iGrowPlatform):

- واقع الزراعة قبل (iGrowPlatform):

في ضواحي جاكرتا، عاصمة إندونيسيا توجد وفرة في الأراضي الصالحة للزراعة والكثير من الأراضي غير المزروعة وهي ضائعة لا يوجد من يستغلها، أو بها زراعة أشجار النخيل، والتي لها تأثيرا سيئا على صناعة زيت النخيل وعلى البيئة، مما يجعل إعادة زراعة الأرض صعبة للغاية. حيث أن الأولوية في زراعة أشجار الفاكهة حتى تتمكن من الحفاظ على الأرض لفترة أطول، من ناحية أخرى في العمالة نجد هناك العديد من المزارعين الذين يريدون الزراعة، لكن ليس لديهم أي رأس مال، بسبب التحديات الهائلة في الحصول على رأس المال اللازم لتطوير الأرض إلى حقول مناسبة للزراعة، بالإضافة إلى الصعوبات التي يواجهها المجتمع ليست في الافتقار إلى مقدمي أو مالكي الموارد التي يحتاجون إليها ولكن أيضا في نقص المعرفة والقدرة على الاتصال بهم (Arsana, P. Gede, A.S ., Alibhai, Women entrepreneurs in Indonesia: a pathway to increasing shared prosperity).

من العوامل التي تؤدي إلى الاعتماد على الزراعة بالطرق التقليدية هي الافتقار إلى التطور في ممارسات الأعمال (الزراعة) الحالية، حيث يتم الاعتماد على الزراعة بغرض الكفاف وليس الهدف التوسع في الزراعة والسعي للتجارة، كما نجد أن وضع المزارعين في مرتبة متدنية في التسلسل الهرمي الاجتماعي حيث أن التصور القائل بأن المزارعين هم عمال فقراء قد يكون غير موثوقين أو غير قادرين على خدمة قروضهم، مما لا يمكنهم من اكتساب رأس المال بسبب اعتمادهم على الطرق التقليدية في الممارسات التجارية والتي الغرض منها حد الكفاف مما يجعلها تحد من دخل المزارعين، ولا يشعر معظم المزارعين بالحاجة أو الرغبة في تحسين الإنتاج أو تحسين تقنياتهم الزراعية أو توسيع مزارعهم لتحقيق ربح.

- دور منصة (iGrowPlatform):

دور المنصة لدعم نمو الأراضي والحصول في نهاية المطاف على رأس المال للمجتمع يتجلى من خلال شرح الرئيس التنفيذي لمنصة (iGrow) من خلال التكنولوجيا، يمكن للمستثمرين رؤية تقدم المزرعة لمدة أربعة أشهر، أحتفظ بأكثر من 200 مصنع، ويعتمد مقدار الأموال التي يستثمرونها على السلعة" (J.E. Jennings, Living the dream? Assessing the

"Entrepreneurship as emancipation" ، 81 (2016) 40 (Theory Pract. 110–110)، (iGrow) هي عبارة عن منصة تمويل جماعي عبر الإنترنت تطلق عليها مجلة Forbes اسم "Farmville for real life" والتي تأسست لربط المزارعين وملاك الأراضي والعملاء والمستثمرين، بالإضافة إلى التمويل الجماعي لرأس المال من المستثمرين تعمل (iGrow) كوكيل يساعد ملاك الأراضي على إدارة الأراضي الزراعية، بالإضافة إلى وسيط لمساعدة المزارعين على حل مشكلة المبيعات (Guerrini, 2015) ، ويمكننا القول إنه مع (iGrow) أصبح المزارعون مرتبطين بالمستثمرين ويتم إرسالها مباشرة إلى المشترين، وبالتالي استبعاد الوسيط.

- الزراعة بعد العمل بالمنصة (iGrowPlatform):

أثرت على قطاع الزراعة في إندونيسيا بطريقتين أولهما سمحت (iGrow) تحويل تصور المزارعين من عمال الكفاف إلى أصحاب الأعمال الذين يمكنهم فيما بعد الحصول على رأس المال وبالتالي تحرر المزارعين من الأعراف المجتمعية التي تصنفهم كمدينين غير موثوقين في الوفاء بالتزاماتهم المالية، V. Rindova, D. Barry, D.J. Ketchen, Entrepreneurship as emancipation, Acad. Manag. Rev. 34 (2009) 477–491.

سمحت (iGrow) للمزارعين بمشاركة ونشر المعرفة والخبرة مع ملاك الأراضي والمزارعين الآخرين بشأن الزراعة المستدامة من خلال منصة تكنولوجيا المعلومات الخاصة بهم، حيث أوضح مزارع في مزرعة Jonggol: "في هذه المزرعة، نقوم بجميع أعمال الزراعة باستخدام التقنيات العضوية، ويمكننا تكييف ما تعلمناه على منصة (iGrow) في مزرعتنا، وهناك الكثير من الفوائد لبلدنا وكلما زاد استخدامنا للأسمدة العضوية، كانت حالة التربة أفضل، وبالتالي ستكون نتيجة الإنتاج أفضل". وهناك اختلافات كبيرة قبل وبعد (iGrow) الآن هنا في مزرعة Jonggol يوجد 30 مزارعا ويمكنهم كسب حوالي 113 دولارا أمريكيا، في حين كان المزارعين ينظر إليهم على أنهم عمال تقليديون في زراعتهم، ودخلهم غير مستقر، ويتم دفع حوالي 3.75 دولار أمريكي للمزارع عن يوم عمل.

والملاحظ من خلال ما سبق أصبحت المعرفة للمزارعين جزءا لا يتجزأ من تعزيز القدرة الإنتاجية وتحسين دخل المزارعين، مما يؤدي بدوره إلى تحسين تقنيات الزراعة التي تفيدهم في زراعتهم، بالإضافة إلى شرعيتهم ومصداقيتهم للمقرضين المحتملين، بما في ذلك مؤسسات التمويل الأصغر والبنوك الريفية.

3.4. تنظيم الدفع من شخص لآخر (Xendit):

- و اقع الدفع قبل منصة (Xendit):

في سياق الخدمات المالية تميل قواعد الصناعة الحالية بشأن المعاملات إلى أن تكون مقيدة ومرهقة ومكلفة وسط الافتقار إلى الهياكل والأنظمة الراسخة التي تميز الاقتصادات الناشئة، كما تتجلى هذه القواعد في المدفوعات غير الفعالة بين البنوك، والتي ترتبط برسوم الخدمة الباهظة وتمثل قيودا أخرى على ريادة الأعمال للأعمال التجارية الصغيرة (V. Rindova, D. Barry, D.J. Ketchen, Entrepreneurship as emancipation, Acad. Manag. Rev. 34 (2009) 477–491).

يواجه رواد الأعمال في إندونيسيا الذين يديرون أعمالا تجارية صغيرة تحديات متأصلة في الوصول إلى الخدمات المصرفية والشبكات والخدمات المالية المؤسسية، لا سيما في المناطق الريفية حيث الوصول إلى الخدمات المالية التي تتطلبها ريادة الأعمال، ولا يقتصر التحدي المتمثل في مطابقة أصحاب الأعمال الصغيرة مع مالكي الموارد الآخرين على إنشاء اتصال وتجميع الموارد، يلزم أيضا وجود وسيلة لتبادل الموارد، ولكن الأهم تجاوز التخلف في ممارسات الأعمال الحالية، لذا وجب وضع نظام تمويل مؤسسي يمثل فرصة لريادة الأعمال ويسمح للشركات الصغيرة بتبادل الموارد مع مزودي الخدمات الرقمية ومالكي الموارد الآخرين بطريقة فعالة من حيث الأداء والتكلفة.

- دور منصة (Xendit):

حسب وصف الرئيس التنفيذي لشركة (Xendit) الموقف الذي قدم الدافع لتأسيس المنصة: "كانت المجتمعات تتساءل عن قيمة أن تكون جزءا من عالم البنك إن إرسال الأموال إلى أي شخص يكلف المال، لذلك إذا كنت أعيش في عالم نقدي يعتمد عليه، فلماذا أرغب في خسارة المال؟ لماذا أأخذ النقود في آلة يجب السفر إليها بدلا من وضعها تحت وسادتي؟ كانت هذه بعض المشاعر التي كنا نسمعها"، وبسبب القيود التي تفرضها الخدمات المالية التقليدية تم إنشاء وسيلة للخدمات المالية الحديثة وهي منصة (Xendit) وطريقة عملها بسيط والشرح من طرف الرئيس التنفيذي وفق الآتي: "سنمنحك منصة يمكنك بواسطتها التعامل من خلال تطبيق WhatsApp فعندما يحين وقت إغلاق الصفقة يمكنك إرسال رابط إلى العملاء ويتم ملء جميع المعلومات، يتم أيضا تشغيل كل شيء آخر تلقائيا، وهناك إشعار للتجار عندما يكون هناك طلب يتم إصداره، وهناك إشعار للتاجر عند إجراء الدفع، ولم يعد هناك كل هذه الأشياء اليدوية لمحاولة تسجيل الدخول إلى حسابك، ومحاولة معرفة من قام بنقل ماذا، الأمر الذي قد يستغرق ساعات أو أيام".

من خلال (Xendit) سمحت لأصحاب الأعمال الصغيرة ورجال الأعمال بتجاوز الخدمات المالية التقليدية التي كانت تقيد قدرتهم على ممارسة الأعمال التجارية والوصول إلى الخدمات المالية الخدمات V. Rindova, D. Barry, D.J. Ketchen, Entrepreneurship as emancipation, Acad. Manag. Rev. 34 (2009) 477-491. خصوصا ما تتميز به من خلال الأتمتة وتكاملها مع نظام أساسي للمراسلة الفورية واعتمادها على نطاق واسع على تطبيقات مثل WhatsApp.

- واقع الدفع وفق (Xendit):

ساعدت هذه المنصة أصحاب المهن الحرة خاصة النساء اللائي يعملن كربة بيت في منازلهن ويمارسن التجارة غير الرسمية مثل صنع حقائب اليد وبيعها في قبول المدفوعات وبطاقات الائتمان، وبالتالي جعل الخدمة متاحة لقطاعات غير رسمية أكثر. كما مكنت المنصة الشركات الصغيرة الاستفادة من خدمات أكثر مرونة وبتكلفة معقولة لتلقي الأموال وإرسالها، وبالتالي تمكّنهم من إجراء أعمالهم واستكمال عمليات التبادل.

ومن هنا نستخلص أن منصة (Xendit) هي ببساطة أفضل بوابة دفع في إندونيسيا في الوقت الحالي، والسبب راجع الى دعم مذهل للعملاء وخدمات مالية حديثة تجعلك تشعر بالفرق عن خدمات مالية تقليدية، حيث تساعدك في جميع تعاملاتك المالية والوصول الى شريحة كبيرة من المجتمع لأصحاب المهن الحرة مع ضمان استمرار عملك دون عراقيل تنظيمية أو تحمل تكاليف كبيرة للمعاملات المالية.

لقد تغيرت ريادة الأعمال بشكل كبير خلال العقد الماضي، ومن أسباب هذا التغيير هي توفر المعلومات التكنولوجية والتي تتجلى في إنشاء القيمة في ظل اقتصاد المعرفة، خاصة دور التقنيات الرقمية في تحويل المنظمات والعلاقات الاجتماعية وعلى وجه الخصوص واستفادة رواد الأعمال من التحول الرقمي، وتهدف الورقة الى فهم واستكشاف دور الخدمات المالية الرقمية في نمو ريادة الأعمال في ظل اقتصاد المعرفة.

من خلال النتائج التي توصلنا إليها من البحث والتفكير في نماذج الأعمال لريادة الأعمال التي تواجه تحولا كبيرا في أولوياتها نتيجة للتحول الرقمي الحالي للشركات والمجتمعات، والملاحظ هي المرونة الاستراتيجية على المستويات التنظيمية والقطاعية والوطنية في المنافسة الجديدة، حيث تتفاعل ريادة الأعمال مع التحول الرقمي بشكل متزايد مما توفره من معلومات وتجاوز للعقبات والتحديات التقليدية، خاصة ريادة الأعمال الرقمية لما تتمتع به من فرص مع نموذج اتخاذ القرار التدريجي وفي ظل ما توفره اقتصادات المعرفة من التحول والابتكار الرقمي نتج عنه تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلك بل وحتى بين المستثمر المزارع، وكذلك تقليل التكلفة في حدودها الدنيا عن طريق محاكاة الخدمات الأساسية، تجميع الموارد وتكافؤ الفرص مما حقق لريادة الأعمال التي تتطلب موارد العمل النمو والاستقرار الداخلي بل والمساهمة في اقتصاد المعرفة، ومما سبق نؤكد على رفض الفرضية الصفرية بعدم وجود استفادة لريادة الأعمال من مزايا اقتصاد المعرفة وبالتالي قبول الفرضية البديلة بوجود استفادة لريادة الأعمال من مزايا اقتصاد المعرفة.

اقتصر البحث على تجارب من إندونيسيا باعتبارها تنتمي للاقتصادات الناشئة والتي يمكن اعتبارها عينة صغيرة ومحدودة. واقتصرنا على استخدام مجموعات البيانات الثانوية، حيث تم أخذ البيانات من عدة مصادر مثل قواعد بيانات البنك الدولي، حيث تجلي دور الخدمات المالية الرقمية في ريادة الأعمال الرقمية التي سعت جاهدة لتجاوز التمويل التقليدي وما يترتب عليه من فوائد وضمائم ائتمانية وغيرها الى تمويل العمال البسطاء والحرفيين وحتى المزارعين مما ساعدهم على الوفاء بالتزاماتهم المالية والحصول على القروض وبناء سجل ائتماني من خلال منصة (Arisan). وكذلك دعم الزراعة المستدامة والحصول على المعلومات وبالتالي تحسين تقنياتهم الزراعية وزيادة الإنتاجية، والاهم الحصول على رؤوس الأموال اللازمة لاستصلاح الأراضي الزراعية وكل ما سبق من خلال منصة (iGrow). وأخير تنظيم ومساعدة الأشخاص في تسديد مدفعاتهم وتسوية معاملاتهم المالية وبالتالي الوصول الى شريحة كبيرة من أصحاب المهن المنزلية والمزارعين وتجنب المعاملات التقليدية الباهظة التكلفة باستخدام فقط منصة (Xendit).

من خلال ما تم الوصول اليه تبين أهمية الخدمات المالية الرقمية ودورها الكبير في تجاوز رواد الأعمال التي تتطلب موارد العمل في إندونيسيا لأغلب التحديات والعراقيل التقليدية، والاهم الوصول الى شريحة كبيرة من المزارعين والحرفيين وأصحاب المهن الحرة من خلال سهولة التمويل، تحسين الإنتاجية وتنظيم المدفوعات المالية بين الموردين والمستهلكين، وكذلك الحصول على الدعم المالي وتكوين رأس المال بل والوفاء بالتزاماتهم الائتمانية، وبناء على ما سبق نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا توجد تجارب دولية تجسد دور الخدمات المالية الرقمية في نمو ريادة الأعمال، ونقبل الفرضية البديلة بأهمية الخدمات المالية الرقمية في نمو ريادة الأعمال.

1. Eckhardt JT, Shane SA. Opportunities and entrepreneurship. *J Manage* 2003;29(3): 333–49.
2. I. Arsana, P. Gede, A.S. Alibhai, Women entrepreneurs in Indonesia: a pathway to increasing shared prosperity. World Bank Group Open Knowledge Repository [Online], 2016. Available:
3. <http://documents.worldbank.org/curated/en/738881467782741648/Women-entrepreneurs-in-Indonesia-a-pathway-to-increasing-shared-prosperity> [Accessed Avril 04, 2023].
4. H. Purnomo, R. Irawati, A. Fauzan, M. Melati, Scenario-based actions to upgrade small-scale furniture producers and their impacts on women in Central Java, Indonesia, *Int. For. Rev.* 13 (2011) 152–162.
5. J.E. Jennings, P.D. Jennings, M. Sharifian, Living the dream? Assessing the “Entrepreneurship as emancipation” perspective in a developed region, *Entrep. Theory Pract.* 40 (2016) 81–110.
6. V. Rindova, D. Barry, D.J. Ketchen, Entrepreneurship as emancipation, *Acad. Manag. Rev.* 34 (2009) 477–491.
7. I. Arsana, P. Gede, A.S. Alibhai, Women entrepreneurs in Indonesia: a pathway to increasing shared prosperity. World Bank Group Open Knowledge Repository [Online], 2016. Available:
8. <http://documents.worldbank.org/curated/en/738881467782741648/Women-entrepreneurs-in-Indonesia-a-pathway-to-increasing-shared-prosperity> [Accessed Avril 04, 2023].
9. J.E. Jennings, P.D. Jennings, M. Sharifian, Living the dream? Assessing the “Entrepreneurship as emancipation” perspective in a developed region, *Entrep. Theory Pract.* 40 (2016) 81–110.
10. F. Guerrini, The future of agriculture? Smart farming. *Forbes Investing* [Online], 2015. Available:
11. <https://www.forbes.com/sites/federicoguerrini/2015/02/18/the-future-of-agriculture-smart-farming/> [Accessed Avril 03, 2023].
12. V. Rindova, D. Barry, D.J. Ketchen, Entrepreneurship as emancipation, *Acad. Manag. Rev.* 34 (2009) 477–491.
13. A. Banejee, E. Dufflo, The economic lives of the poor, *J. Econ. Perspect.* 21 (2007), 141–167.
14. V. Rindova, D. Barry, D.J. Ketchen, Entrepreneurship as emancipation, *Acad. Manag. Rev.* 34 (2009) 477–491.

المناولة الصناعية كاستراتيجية لتعزيز الريادة المؤسسية في بيئة الأعمال الجزائرية

- دراسة لعينة من المؤسسات بولاية أدرار -

Industrial handling as a strategy to promote institutional leadership in the Algerian business environment - a study of a sample of enterprises In Adrar-

بن الدين امحمد¹ ، عميري حفصة²

¹ جامعة أحمد درايعة - أدرار(الجزائر)

² جامعة أحمد درايعة - أدرار(الجزائر)

ملخص: تهدف الدراسة إلى محاولة إبراز دور المناولة كاستراتيجية تشاركية فاعلة في تعزيز الريادة المؤسسية. فبعد تسليط الضوء على مفهومي الريادة المؤسسية والمناولة الصناعية حاول الباحثان إعطاء تشخيص موجز لوضعية المناولة ووزنها في بيئة الأعمال الجزائرية، ثم الوقوف على واقع تطبيقها في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وكذا أثرها في تعزيز الريادة المؤسسية من خلال عينة تم اختيارها من بين القائمين على المؤسسات النشطة في قطاع الأعمال بولاية أدرار، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية ومتوسطة وكذا وجود أثر معنوي دال إحصائيا بين تطبيق المناولة وتعزيز الريادة المؤسسية في المؤسسات محل الدراسة. وتوصي الدراسة بضرورة التكيف أكثر مع المناولة ورفع درجة تحجيمها في بيئة الأعمال الجزائرية من أجل تخفيف الضغوطات في الميادين الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة إلى الاهتمام بمختلف الآليات الداعمة لها وتكييف المنظومة التشريعية لتنمية هذا النوع من أنواع الشراكة الاستراتيجية في المؤسسات، سعيا للرفع من تنافسيتهما وتحقيقها للريادة المؤسسية

الكلمات المفتاحية: المناولة الصناعية، ريادة المؤسسة، مؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

Abstract: The study aims to try to highlight the role of subcontracting as an effective participatory strategy in promoting institutional entrepreneurship. Institutional leadership through a sample selected from among those in charge of active institutions in the business sector in the state of Adrar. The study concluded that there is a direct and moderate relationship, as well as a statistically significant significant effect between the application of subcontracting and the promotion of institutional leadership in the institutions under study. The study recommends the need to adapt more to subcontracting and raise the degree of scaling it in the Algerian business environment in order to reduce pressures in the economic and social fields, in addition to paying attention to the various supportive mechanisms and adapting the legislative system to develop this type of strategic partnership in institutions, in an effort to raise their competitiveness and achieve institutional leadership.

Keywords: Industrial handling; leadership;

1. مقدمة:

تواجه المؤسسات اليوم بيئة اقتصادية تتميز بتداخل العديد من العوامل منها: قيود العمولة والتي أدت خاصة إلى ازدياد حدة المنافسة، تذبذب الطلب، شروط المساهمين المتمثلة في منطلق ارتفاع القيمة السهمية، اتساع نطاق الأسواق، والتطور المذهل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تحول المنافسة من المنافسة ما بين المؤسسات إلى منافسة ما بين الدول، إذ أصبح لزاما على الدول والمؤسسات تغيير استراتيجياتها بتبني طرق عمل جديدة تمكها من تحقيق الاستغلال الفعال لمواردها سعيا وراء تحقيق المزايا التنافسية.

فمنذ منتصف الثمانينات بدأت المؤسسات -لا سيما الكبرى منها، تحت تأثير هذه العوامل- تدير ظهرها لأساليب النمو عن طريق التنوع والتكامل العمودي التي انتهجتها من قبل لتتحرك في اتجاهين استراتيجيين متكاملين جديدين: الأول يتضمن تركيز مواردها وقدراتها على جملة من "الكفاءات الأساسية" التي تمنحها الريادة وتمكها من تزويد الزبائن بقيمة عليا، والثاني يتمثل في خفض نطاق نشاطاتها بـ"مناولة" أو إخراج باقي النشاطات الأخرى التي هي ليست بحاجة ماسة إليها ولا تمتلك فيها كفاءات عالية - بما في ذلك تلك التي جرت العادة على اعتبارها جزء لا ينفصل عن الشركة- لتوكل بها إلى مؤسسات أخرى متخصصة.

وضمن هذا الإطار ظهرت المناولة كإحدى أهم الاستراتيجيات التشاركية التي استطاعت بفعل المزايا الكبيرة التي تتيحها أن تقوم بدور المكمل والمغذي لمختلف الصناعات لا سيما الكبيرة منها، حيث أضحى من بين الأهداف الرئيسية للسياسة الصناعية اليوم في أي دولة، استحداث بنية تحتية مساعدة على مرافقة التطور الاقتصادي (تحسين الانتاجية، ترقية الصادرات، تخفيض نسبة الواردات...) ولا يحدث ذلك إلا من خلال تشجيع علاقات المناولة الصناعية لتعزيز الترابط والتكامل بين الصناعات والمؤسسات، لا سيما الشراكة بين الصناعات الصغيرة والمتوسطة وبين المؤسسات الكبيرة الأمرة سعيا وراء تحقيق وفورات الحجم وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات وتحقيق الريادة المؤسسية.

غير أن ما يلاحظ عمليا، من خلال الوقوف على بيئة الأعمال الجزائرية، أنه ما زال تطبيق أسلوب المناولة، يواجه بعض الصعوبات، منها ما يتعلق بمفهومه وخصائصه وآلياته ومنها ما هو مرتبط بكيفية التعاطي معه بشكل نظامي، ويظهر ذلك من خلال ضعف الانتشار والاستخدام المحكم لهذا الأسلوب في المؤسسات، الأمر الذي انعكس سلبا على مستوى أدائها الاقتصادي والمالي وبالتالي ضعف معدلات نموها وطاقاتها الإنتاجية وقدراتها التنافسية.

ومن هذا المنطلق تحاول الدراسة إبراز أهمية المناولة الصناعية كاستراتيجية تشاركية في تعزيز الريادة في المؤسسات لا سيما الصغيرة والمتوسطة منها في ظل مختلف التحديات التي تواجهها الأخيرة، مع البحث في السبل الكفيلة بتفعيل هذا الأسلوب في الظرف الحالي والمستقبلي بما من شأنه تحقيق الريادة المؤسسية، ولمعالجة هذا الإشكال، تم تقسيم الدراسة إلى العناصر التالية:

- الإطار المفهومي للريادة المؤسسية؛

- ماهية المناولة وأهميتها في الرفع من تنافسية المؤسسات وتعزيز الريادة المؤسسية؛

- تشخيص وضعية المناولة في بيئة الأعمال بالجزائر؛

- الدراسة الميدانية لواقع تطبيق المناولة وأثرها في تعزيز الريادة المؤسسية في بيئة الأعمال الجزائرية.

2. الإطار المفهومي للريادة المؤسسية:

1.2. تعريف الريادة والمؤسسة الرائدة:

- تعرف الريادة على أنها القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال ذات الصلة بها. حيث يعتبر المشروع الريادي الأساس في بناء وتطوير منظمات الأعمال القادرة على المنافسة والدخول إلى الأسواق الخارجية. (زايد، 2010، ص 7)
- ونقول على المشروع أنه ريادي إذا كان يركز على الإبداع والقيادة من حيث خلق منتج جديد، طريقة تقديم خدمة، تقديم خدمة جديدة، واستعمال ابعاد تكنولوجية أي ادخال طرق جديدة. (سكارنة، 2007، ص 10)
- وعرف هيستريش وآخرون (Histrich and others 2005) المنظمة الريادية بأنها "تلك المنظمة التي تكون قادرة على إيجاد شيء جديد ذي قيمة في الوقت المناسب، مع الأخذ بعين الاعتبار الموارد المالية، الموارد المعنوية، المخاطر الاجتماعية، وتوفير الحوافز واستقلالية العاملين لكسب قناعاتهم (سكارنة، 2007، ص 24)
- وتعتبر الريادة تفرد وليس عادة، تفرد باعتماد على نماذج جديدة من أجل الحصول على منتجات وخدمات متميزة بطرق فريدة من نوعها.
- وأشار دافيدسون (Davidson, 2000, P15) إلى ان المنظمة الريادية هي تلك التي تعمل على إيجاد مخاطرة جديدة وتنفيذ تكنولوجية جديدة. وقسمها الى نوعين هما:
 - منظمات ترتبط بالابتكار والنمو؛
 - منظمات ترتبط بالمرجات وهي الربحية والقيمة المضافة. (سكارنة، 2007، ص 25)

2.2. أهداف ريادة الأعمال:

- هنالك عدة أهداف لريادة الأعمال نذكر لكم أبرزها في النقاط التالية ((عيد، ماهي ريادة الاعمال، اهمية ريادة الاعمال وأهدافها، 2020)):
- تحريك عجلة الاقتصاد: حيث تقوم مشاريع ريادة الأعمال على تنشيط الوضع الاقتصادي وتحريك عجلة الاقتصاد ومن خلال تفعيل عدة قطاعات ودمجها وتحقيق تعاون في مجالات متنوعة لنجاح المشاريع التي تنجزها تلك الشركات الناشئة والأفكار الريادية؛
- التخطيط الجيد للمشاريع: فالتخطيط الجيد للمشاريع يقوم على دراسة المشروع والظروف المحيطة والاحتياجات والمعوقات والتحديات وطرق التعامل مع كل الظروف للوصول لمرحلة النجاح وإنجاز المشروع على أكمل وجه حسب الخطة المرسومة بدراسة وعناية؛
- توظيف وتدريب المبدعين: ريادة الأعمال تركز بشدة على الإبداع والتميز والأفكار الخلاقة والجاذبة والتي تلبى احتياجات الجمهور المستهدف والمستهلكين على أفضل صورة وبجودة عالية، لذلك تقوم المشاريع والشركات الريادية بتعيين موظفين مبدعين قادرين على التميز بعملهم وإنتاجهم.
- الاستقرار المالي وتحقيق عائد استثمار اقتصادي عال: الحديث عن الإبداع والتميز والتفكير خارج الصندوق لا ينفصل عن الحديث عن الربح المادي وتحقيق العائد الاستثماري المالي الجيد الذي يمكن ريادي الأعمال من الاستمرار في مشاريعهم بل وتطويرها وتحسينها للخروج بمنتجات وخدمات أفضل وبجودة وكفاءة عاليتين؛

- التوفيق بين المبيعات والتسويق: في ريادة الأعمال يكون العمل ضمن فريق العمل الواحد بنفس وتيرة الشغف والإخلاص لنجاح المشروع ويتم التوفيق بين تحقيق مبيعات بشكل عال ومريح ماديا وبين التسويق المدروس والناجح لضمان استمرار نجاح المشروع والعمل الريادي وعدم التعرض للمشاكل المالية؛
- تحقيق النمو والتميز في قطاع العمل: ريادة الأعمال تقوم على المنافسة بين جميع الأفكار من حيث الفكرة ومن حيث التنفيذ، لذا يجب يهدف رياديو الأعمال دائما للتميز والإبداع والتطوير من مهارات الموظفين والعاملين للارتقاء والتميز على كل المنافسين من حيث طبيعة الخدمة والمنتج وخدمات ما قبل وبعد البيع للمنتج أو للخدمة؛
- تقديم الخدمة للمجتمع والبيئة المحيطة: ما يميز ريادة الأعمال اهتمامها أيضا بالجانب المجتمعي فهي تقوم على تقديم خدمة يحتاج لها المجتمع أو تطوير طرق تقديم خدمة متاحة لتصبح أسهل وأفضل وتلبي احتياجات الجمهور بنسب أعلى.

3. ماهية المناولة وأهميتها في الرفع من تنافسية المؤسسات وتعزيز الريادة المؤسسية

1.3. مفهوم المناولة الصناعية ومبررات اللجوء إليها

❖ تعريف المناولة الصناعية: رغم زيادة الاهتمام بالمناولة كأحد الأساليب المهمة في تنفيذ عقود المقاوله وإثبات أهميتها كمحرك لعلاقات التعاون والاستخدام الأمثل للطاقت الإنتاجية ورفع القدرة التنافسية للمنشآت من قبل الاقتصاديين فإنهم لم يتوصلوا إلى إجماع حول تعريف موحد لها.

فحسب المنظمة الفرنسية (AFNOR) Association Française de Normalisation المنظمة الفرنسية للتقييس) فإن "المناولة هي عملية أو عدة عمليات لخلق إعداد، إنتاج والقيام بخدمات أو صيانة مفتوحة من قبل مؤسسة يقال لها منفذة للعمل لصالح مؤسسة أخرى يقال لها أمرة بالعمل، بحيث تكون الأولى ملزمة بتطبيق التوجيهات حسب الخصوصيات التقنية المعطاة من طرف المؤسسة الأمرة بالعمل (بوعلي، 2005).

ويمكن تعريفها بأنها "جميع العلاقات التعاونية التكاملية التي تنشأ بين مؤسستين أو أكثر خلال مراحل العملية الإنتاجية بموجبها تقوم منشأة مقدمة للأعمال بتكليف منشأة أو أكثر (تسمى منفذة للأعمال أو مناولة أو مجهزة) متخصصة لإنجاز مرحلة أو أكثر من عمليات الإنتاج طبقا لعقد محدد مسبقا وملزم للطرفين (المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، 2009).

ويمكن أن يأخذ عقد المناولة شكل عقد مناولة من الباطن، هذا الأخير يمكن تعريفه بأنه "اقتناء مقاول رئيسي لالتزام يتعهد من خلاله مقاول آخر من الباطن بتقديم عناصر أو انجاز خدمة معينة مع التزام المقاول الرئيسي بتوفير كافة العناصر المتعاقد عليها. (KAMIEN, LODE LI, 1990, P1352)

وحسب الدكتور محمد طه إبراهيم فإن المقاوله من الباطن هي "ذلك العقد الذي يبرمه متعاقد أو مؤسسة مشتركة، مع مؤسسة أخرى أو شخص أجنبي يدعى المقاول من الباطن بغية تنفيذ العمل الأصلي أو الحصول على منفعة ناشئة عن العقد الأصلي والذي يستند في وجوده ونطاقه ومدته إلى العقد الأصلي باعتباره سبب وجوده" (أسامة طه إبراهيم، 2008، ص 37) ومن خلال التعريف يبرز لنا وجود ثلاثة عناصر هي: صاحب الأشغال (مالك المشروع)، صاحب العقد الرئيسي (الأمر بالعمل)، المتعاقد من الباطن (المنفذ أو المناول)، إضافة إلى وجود عقدين، الأول رئيسي يربط بين صاحب المشروع والشخص الحاصل على العقد الرئيسي من جهة، وعقد ثان من الباطن يربط الأخير مع المتعاقد من الباطن من جهة أخرى.

❖ مبررات اللجوء إلى المناولة: لقد برهنت الوقائع الصناعية على أهمية المناولة التي أصبحت تشكل أهم أبرز الاستراتيجيات الحديثة وأكثرها قدرة على تحقيق التنمية الصناعية بجميع البلدان المتقدمة، حيث مكنت المؤسسات التي أخذت بها، من

تنظيم نشاطها وتحقيق التخصص وتقسيم العمل، الحد من النفقات، زيادة الكفاءة، تعظيم المكاسب ورفع القدرة التنافسية، كما أصبحت مساهمتها في الإنتاج الصناعي تمثل نسبة مهمة في البلدان المتقدمة، تزيد على 15% في الاتحاد الأوروبي و35% في الولايات المتحدة الأمريكية، و56% في اليابان. (بن جدو، 2005، ص 05)

ولقد كان لعديد السلبات التي عرفها الاعتماد على نظام الإنتاج المدمج الأثر الكبير في التعجيل باللجوء إلى نظام الإنتاج المتخصص سواء بعقد شراكة أو تعاون بين المؤسسات من خلال إبرام عقود شراكة أو مقابلة أو حتى القيام بتحالفات إستراتيجية.

ولقد تطورت المناولة تاريخيا بإبرام الصفقات بين الأشخاص الاعتبارية الإقليمية العامة لإقامة المنشآت الهامة كإنشاء الطرق والموانئ والصاروخ الأوربي أريان "La Fusee Ariane" وسفينة الفضاء الأمريكية وغيرها من التكنولوجيا الرائدة والتي تفوق تكاليفها الإمكانيات المادية أو الفنية لمشروع واحد. (بوجمعة سعدي، 1992، ص 95)

ومع مطلع القرن العشرين وبظهور الشركات الكبرى في مجال الإنتاج امتدت المناولة إلى القطاع الخاص، كما أصبحت تشكل حيزا هاما من نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحتل اليوم أكثر فأكثر مكانة ذات أهمية خاصة في اقتصاد البلدان الصناعية مما يفسر تحقيق دول كالولايات المتحدة وألمانيا واليابان وإيطاليا وحثيا اسبانيا، تطورا منقطع النظير في هذا المجال، فعلى الرغم من وجود درجة عالية من التكامل الرأسي والأفقي بين المؤسسات الكبيرة فإنها لم تحقق الاكتفاء الذاتي في جميع أنشطتها. وبذلك فهي تعتمد على منتجين آخرين لإنجاز العديد من الأعمال والخدمات مما يبين الدور المهم جدا الذي يلعبه التعاقد من الباطن في الصناعة ولا سيما أن العديد من المراقبين أمثال ("Williamson" عام 1985، و Piore و Sable 1984) يشيرون إلى أن المناولة أو التعاقد من الباطن أصبح يستحوذ على نطاق واسع خاصة في الصناعات أو المناطق الصناعية (الصناعة اليابانية: شركات الغزل والنسيج الإيطالية، الخ) حيث أن تقنيات التصنيع تشهد فيها مرونة عالية. (KAMIEN, LODÉ, 1990, P1352)

وإذا اعتبرنا أن هذا الأسلوب يعد من أحد أنواع الشراكة فإن هناك العديد من الأسباب تجعل من هذا النوع من أشكال التعاون ضرورة حتمية سواء بالنسبة للمؤسسة الأمرة (الكبيرة) أو بالنسبة للمؤسسات المنفذة (الصغيرة والمتوسطة)، وقد ذكر هايترز ومولينكوف (1998) عديد الأسباب لعل أهمها (العوضي، بسيوني، 2007، ص 205):

- تخفيض تكلفة التبادل والمخاطرة،
- التغلب على القصور الموجود لدى بعض الشركات في بعض الموارد الإستراتيجية، اكتساب المعرفة،
- التسويق عن طريق تكوين علاقات قوية مع العملاء والموردين،
- تنمي الشركات الأمرة وكذا المناولة من خلالها، علاقات تعاونية تمكنها من تحقيق أهدافها الإستراتيجية بطريقة أفضل، وبالتالي تحقيق مزيد من الأرباح في الأجل الطويل.

كما أن هناك أسباب أخرى دفعت الشركات إلى الاستعانة بهذا الشكل من أشكال التعاون نذكر منها: (زايري، 2007،

ص 176)

- تحقيق الاستقرار في سوق السلع: من خلال إنتاج بعض السلع المتميزة بعدم الانتظام في الطلب، بسبب التذبذبات الموسمية والدورية.

- تكنولوجيا الإنتاج ونظم العمل: والتي شجعت على التعاقد من الباطن خاصة في حالة اختلاف الحجم وفقا لمراحل الإنتاج المختلفة.

- هيكل سوق العمل: وذلك بتفضيل الشركات الكبرى للعمال الرخيصة المتواجدة في المؤسسات الصغرى، والتي يمكن الحصول عليها عن طريق التعاقد من الباطن.

2.3. دور إستراتيجية المناولة في الرفع من تنافسية المؤسسات وتعزيز الريادة المؤسسية:

تعتبر المناولة أحد العناصر الأساسية لأي تنمية صناعية وتعد مقياسا للتطور الاقتصادي من خلال دورها في تحسين وزيادة الإنتاجية وإسناد المؤسسات لا سيما الصغيرة والمتوسطة منها في تحقيق برامجها، سواء فيما بينها، أو مع المؤسسات الكبرى باعتبارها وحدات إنتاجية للمناولة الصناعية أو كمورد مختص.

وباعتبار القدرة التنافسية متمثلة في: "مختلف الجهود والإجراءات والابتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الإدارية والتسويقية والإنتاجية والابتكارية والتطويرية التي تمارسها المؤسسة من أجل الحصول على شريحة أكبر ورقعة أكثر اتساعا في الأسواق التي تهتم بها" (السلي، 2001، 101). فإن المناولة تعد أحد أهم الوسائل والأساليب في تحقيق التخصص والتميز في الأعمال بما يمكن من الوصول إلى الريادة المؤسسية، انطلاقا من تحقيق مجموعة من المزايا لعل أهمها:

- التخصص والتركيز: حيث أن تنازل المؤسسة عن بعض الأعمال وإنتاج بعض المنتجات الجزئية في مؤسسات أخرى أكثر كفاءة وتخصصا، سيجعل المؤسسة تركز جهودها على الأنشطة الأساسية التي تحوز فيها على خبرة وكفاءة عاليتين،

- التخفيض في التكلفة: حيث أن تفويض بعض المهام لمؤسسات أخرى لها ميزة نسبية مقارنة بالمؤسسة الأمرة، سيؤدي إلى تخفيض الأعباء الناتجة عن المراقبة والتسيير وهو ما يؤدي إلى انخفاض التكلفة النهائية للمنتج،

كما يلاحظ في البلدان المتطورة والمصنعة أن الوزن الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهم جدا بحيث تمثل من 50% إلى 70% من المنتج الوطني الخام و70% من نسب التشغيل و30% من الصادرات المباشرة، وباعتماد هاته المؤسسات بشكل كبير على نظام التقاويل الباطني فإن ذلك سيساهم بشكل كبير في رفع معدلات النمو لهاته الدول، ومن خلال الأرقام فإن المناولة تبقى في المقام الأول للاقتصاديات المتطورة، فمثلا في دراسة قامت بها لجنة من الاتحاد الأوروبي تبين أن 70% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مختصة في مجال المناولة مما يبين مدى مساهمة هذا الأسلوب في الناتج المحلي ومدى مساهمته في الرفع من معدلات النمو لهذه البلدان.

4. تشخيص وضعية المناولة وأهميتها في بيئة الأعمال بالجزائر:

1.4. ظهور نظام المناولة في الجزائر:

طوال الفترة الممتدة من الاستقلال إلى غاية نهاية الثمانينيات من القرن الماضي، لم تعر السلطات العمومية بالجزائر اهتماما كبيرا للمناولة، بعدها أدركت الجزائر أهمية هذا الأسلوب فشرعت في إعادة هيكلة المؤسسات الوطنية والقيام بإصلاحات اقتصادية، أعادت الاعتبار للاستثمارات الخاصة وتقليص دور الدولة في النشاط الاقتصادي من خلال صدور قانون رقم 88-25 المؤرخ في 19/07/1988 والمتعلق بالاستثمار، ليتعزز مع بداية التسعينيات بصدور قانون الصفقات العمومية في 09/11/1991 المعدل و المتمم بموجب المرسوم رقم 03-301 الصادر في 11/08/2003 والذي خصص قسم منه للمقاول الفرعية باعتبارها وسيلة من وسائل تنفيذ المشاريع الكبرى، وإدراكا منها بضرورة تفعيل هذا الأسلوب وترقيته فقد تم الاتفاق على إنشاء شبكة لبورصات المناولة والشراكة¹ بمساعدة من برنامج الأمم المتحدة للتنمية (PNUD) في إطار مشروعين هما:

- مشروع ALG/PNUD-DP/90/001 الموقع في سبتمبر 1990 والمخصص لإنشاء بورصة المناولة والشراكة الجزائرية؛
- مشروع ALG/PNUD/95/004 الموقع في 9 أكتوبر 1996 والمخصص لإنشاء بورصة المناولة والشراكة للشرق ومقرها بقسنطينة وبورصة المناولة والشراكة للغرب ومقرها وهران.

كما تم إنشاء بورصة المناولة والشراكة للجنوب بغرداية بمبادرة من وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ثم أدمجت في مشروع ALG/PNUD/95/004، وتم بالفعل إنشاء هذه البورصات وأعطت دفعا قويا في مجال إقامة علاقات مناولة. هذا وتخضع البورصات للقانون رقم 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، ويتجلى دورها من خلال:

- أنها تعد بنك معلومات يوفر دليل لفرص المناولة؛

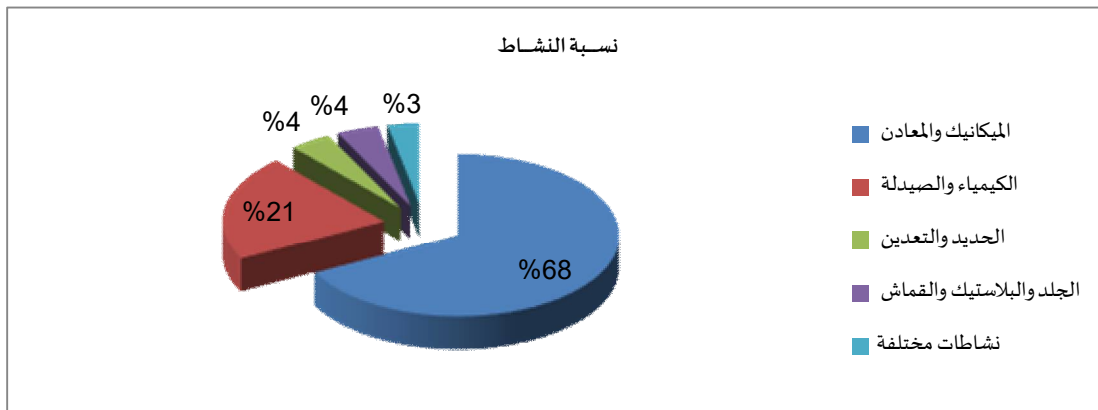
- تقديم المساعدة التقنية والاستشارات في التسيير، للمؤسسات الصغيرة التي لا تكتسب هذه الوسائل والمعارف؛
- تعمل على ترقية المناولة والشراكة على الصعيد الجهوي والوطني والدولي؛
- تعمل على ترقية المنتج الوطني والمساهمة في تغطية الأسواق الداخلية، بواسطة تطوير نسبة النوعية/السعر.

2.4. وضعية النشاط الفعلي للمناولة واهمية اعتمادها كاستراتيجية في بيئة الأعمال الجزائرية:

تحصي الجزائر وفقا لمعطيات بورصات المناولة والشراكة حوالي 1000 مؤسسة تنشط في مجال المناولة الصناعية أي ما يمثل 10% من النسيج الصناعي، بينما تقدر تلك النسبة بـ20% في تونس و28% في المغرب. ويشير تقرير حول آفاق تطوير المناولة في الجزائر إلى أن غالبية شركات المناولة هي شركات صغيرة الحجم إذ يتراوح متوسط العمال فيها بين 1 و10 أشخاص، ويتركز 51% من المناولين في المنطقة الشمالية تليها منطقة الهضاب العليا بـ31% ثم منطقة الجنوب بـ18%، وهناك نوعين من المؤسسات المناولة: مؤسسات من الدرجة الأولى وتتكون غالبا من مؤسسات معنوية (EURL, SPA, SARL) ومؤسسات ذات الشخص الطبيعي وغالبا ما تكون مؤسسات مناولة من الدرجة الثانية والثالثة. (تونسي، 2022، ص150-152)

وعلى خلفية ضعف اهتمام المتعاملين الجزائريين بقطاع المناولة، واتجاههم إلى الاستثمار في قطاعات اقتصادية أخرى تشير الاحصائيات إلى أن أهم مؤسسات المناولة في غالبيتها هي مؤسسات تزاوّل نشاطها في مجال (الميكانيك والمعادن) وتقدر نسبتها بحوالي 66,67% ونسبة 20,83% تنتمي لقطاع الكيمياء والصيدلة، نسبة 4,14% خاصة بقطاع الحديد والتعدين، ونسبة معادلة كذلك 4,17% تجمع بين نشاطات الجلد والبلاستيك والقماش والباقي أي 3,17% في نشاطات مختلفة، وسنحاول ترجمة هذه المعطيات من خلال الشكل التالي:

الشكل 1: تصنيف مؤسسات المناولة في الجزائر حسب النشاط



المصدر: إعداد الباحثين استنادا إلى احصائيات المنظمة العربية للصناعة والتعدين

أما عن تصنيف هذه المؤسسات حسب الحجم وبالتحديد على أساس عدد العمال فإن أغلب المؤسسات المناولة في الجزائر هي مؤسسات مصغرة (Micro-entreprise) فتشكل حوالي 45,83% وتشغل ما بين 01 إلى 19 عامل، ونسبة 41,61% من المؤسسات المناولة من الباطن تشغل ما بين 20 إلى 99 عامل و 12,50% من المؤسسات تشغل ما بين 100 إلى 499 عامل (مؤسسات متوسطة).

إن تمكين وتشجيع المؤسسات على المنافسة من خلال التحكم في نسبة الإدماج الوطني لشركات المنافسة الجزائرية سيساهم في إعادة بعث النشاط الصناعي الجزائري، ويحافظ على السيادة الوطنية، ويغنيها عن التبعية للخارج لاسيما في مجال قطع الغيار، حيث أن خلق نسيج من شركات المنافسة الجزائرية في هذا مجال الميكانيك على سبيل المثال سيسمح بتخفيض فاتورة الاستيراد إلى النصف علما أنها تناهز حاليا الـ 8 ملايين دولار.

ولقد أدركت الجزائر مؤخرا أهمية ودور هذا القطاع تزامنا مع إطلاق العديد من المشاريع الكبرى، خاصة تركيب السيارات وصناعة الاسمنت والصلب وغيرها... لكن رغم ذلك لم يصل نشاط المنافسة بعد إلى الحركة المنشودة بسبب انعدام رؤية واضحة خاصة التنمية الصناعية، إذ يرى بعض المختصين أن الخلل يكمن في أن وزارة الصناعة لم تحضر الشركات المنافسة قبل أن تقرر إطلاق مشاريع الصناعة الميكانيكية. (تونسي، 2022، ص 150-151)

3.4. معوقات ترقية المنافسة في الجزائر:

تعرض المنافسة في سبيل انتشارها واستخدامها في الجزائر كغيرها من الدول النامية عديد المعوقات لعل أهمها (بن الدين، 2013، ص 274):

- ضعف الوعي العام بأهمية المنافسة وآلياتها ودورها؛
- عدم وضوح المفهوم في الأوساط الصناعية صاحبة القرار؛
- عدم وجود قوانين واضحة منظمة للمنافسة والمنافسة من الباطن؛
- عدم وجود إحصاءات دقيقة لحجم المنافسة في الهيكل الصناعي الجزائري؛
- صعوبة الحصول على بيانات دقيقة حول الأنشطة القابلة للتخريج لدى المؤسسات الكبيرة واعتماد أسلوب دمج مراحل العملية الإنتاجية؛
- نقص في الموارد المتاحة لدى الأجهزة العاملة في قطاع المنافسة.

5. الدراسة الميدانية لواقع تطبيق المنافسة وأثرها في تعزيز الريادة المؤسسية في بيئة الأعمال الجزائرية:

1.5. منهج الدراسة:

من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة واختبار فرضياتها، سنحاول في هذا الجانب إسقاط المعارف النظرية التي تم التعرض لها على عينة مختارة من مؤسسات قطاع الأعمال بولاية ادرار من خلال تحليل استبانة تم اعدادها بهدف التعرف على مدى تطبيق المؤسسات لاستراتيجية المنافسة ومدى تأثير هذه الاستراتيجية التشاركية في تعزيز الريادة المؤسسية.

2.5. تقديم مجتمع الدراسة وأداتها:

❖ مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة مؤسسات قطاع الأعمال بالجزائر ولضرورة الدراسة تم أخذ عينة من القائمين على الوظائف والأعمال الإدارية وبعض المؤسسات بعينة من المؤسسات تم استقصاؤها بطريقة عشوائية متواجدة على مستوى ولاية ادرار، وتتمثل هذه الأخيرة في: مؤسسة إيباش (Ibache) للأشغال العامة والبناءات المعدنية، مؤسسة ايكوميس ECOMES للبناءات المعدنية بالجنوب، مؤسسة أونقال ONGAL لألواح الطاقة الشمسية، مقاوله أشغال البناء عبود فاطمة، مؤسسة سونلغاز بأدرار، مؤسسة فلاكسي GALXY للشقق الفندقية، مؤسسة أشغال البناء دحماني مصطفى، مؤسسة بوانجي لأشغال البناء بمختلف مراحل مرابطي أحمد، مؤسسة زكور لأشغال الطرق والخرسانة، مؤسسة عبد الرسول لتجارة الألومنيوم والمواد البلاستيكية، مقاوله يوسف لأشغال البناء، شركة الفتح الأخضر للتجارة والخدمات العامة، شركة إنشاء كومباني لأشغال

البناء، وقد تم اتباع أسلوب العينة المقصودة لإجراء الدراسة حيث تم توزيع 50 استبانة على المدراء والقائمين على بعض الوظائف الإدارية في المؤسسات المذكورة، وتم بالمقابل استرداد 35 استبانة أي بنسبة 70% من حجم العينة المقصودة.

❖ تقديم أداة الدراسة:

لغرض إجراء الدراسة تم تصميم استبانة بناء على المعطيات النظرية بالإضافة إلى دراسات أخرى شبيهة، وقد تضمنت الإستبانة جزئين كما يلي:

-الجزء الأول: يتضمن استبيان الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة؛

-الجزء الثاني: يتضمن استبانة الدراسة ويتكون بدوره من محورين؛

-المحور الأول: يتضمن مجموعة الأسئلة حول المتغير المستقل وهو مدى تطبيق المناولة في المؤسسة؛

-المحور الثاني: يتكون من مجموعة الاسئلة حول المتغير التابع وهو الريادة المؤسسية.

وبغرض التحليل الاحصائي واختبار فرضيات الدراسة تم اللجوء الى تفرغ إجابات الأفراد الموجودة في الاستبيان وفق

مقياس ليكرت ذو الخمس درجات كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول 1: مقياس الدراسة

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق
الدرجة	5	4	3	2	1

مصدر: من اعداد الباحثين.

إن قاعدة اتخاذ القرار تمثلت في اعتماد الوسط الفرضي هي 3 (5/15)، لذلك اذا كان الوسط الحسابي للفرضية يساوي

أو أكبر من 3 فهذا يعني أن عينة الدراسة يميلون إلى قبول الفرضية أما إذا كان الوسط الحسابي للفرضية أقل من 3 فهذا يعني أن عينة الدراسة يميلون إلى رفض الفرضية.

ولقد تم استخدام برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS-22) (Statistical package for Sciences Spss) في

تحليل البيانات التي تم جمعها في هذه الدراسة واستخدم من أجل ذلك الاساليب المناسبة في التحليل، كالوسط الحسابي لقياس درجة الموافقة على فقرات الاستبيان لدى العينة المبحوثة، وكذا الانحراف المعياري ومعاملات الاختلاف لمعرفة مدى تشتت القيم عن وسطها الحسابي، بالإضافة معامل الارتباط لاختبار شدة واتجاه العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع بالإضافة إلى معادلة الانحدار لتقدير الاتجاه العام بين المتغيرين.

ولغرض اختبار ثبات الاستبيان تم استخراج معامل الاتساق الداخلي الفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لجميع فقرات

الاستبيان، حيث بلغت نسبته 93.7% وهي نسبة عالية جدا لثبات الاتساق الداخلي، تدل على موثوقية كبيرة للاستبيان.

3.5. التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول محاور الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة:

❖ التحليل الوصفي لإجابات المبحوثين حول مكونات الاستبيان:

- التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة: الجدول التالي يعطي الخصائص العامة لأفراد العينة:

الجدول 2: الخصائص العامة لأفراد العينة

النسبة المئوية (%)	التكرار	المتغير	
85.7	30	ذكر	الجنس
14.3	5	أنثى	
11.4	4	أقل من 30 سنة	الفئات العمرية
40.0	14	من 30 سنة إلى 40 سنة	
28.6	10	من 41 إلى 50 سنة	
20.0	7	أكثر من 50 سنة	
17.1	6	مستوى تعليم متوسط	المستوى الدراسي
54.3	19	مستوى ثانوي	
22.9	8	مستوى جامعي (تدرج)	
5.7	2	مستوى ما بعد التدرج	
20.0	20	أقل من 5	سنوات الخبرة
25.7	16	من 5 إلى 10 سنوات	
45.7	10	من 11 إلى 20 سنة	
8.6	7	أكثر من 20 سنة	

مصدر: من اعداد الباحثين.

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 85.7% من الأفراد الذين تم استجوابهم ذكورا أما النسبة المتبقية والتي تمثل 14.3% فهي إناث، مما يوضح سيطرة الذكور على أغلب الوظائف الإشرافية والتسييرية في مؤسسات قطاع الأعمال، ويظهر الجدول أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 30 إلى 40 سنة أي بنسبة 40% تليها فئة الأعمار من 41 إلى 50 سنة بنسبة مئوية 28.6%، ما يبين سيطرة الفئات الشبانية على أغلب الوظائف القيادية والتسييرية بمؤسسات قطاع الأعمال وبشركات المقاولات بولاية أدرار.

كما أن هذه النسبة المعتبرة تتناسب والمستوى الدراسي لغالبية هؤلاء الشبان بمختلف المؤسسات حيث سيطر المستوى التعليمي الثانوي على الفئة المستجوبة بنسبة 54.3% في المؤسسات محل الدراسة، ويتضح من خلال الجدول أن غالبية الأفراد لهم مستوى خبرة بين 11 و 20 سنة وبنسبة 45.7%، تليها الفئة من 5 إلى 10 سنوات بنسبة 25.7%، وهو ما يدعم التحليل الخاص بالسن كون أن غالبية الأفراد وبنسبة 68.6% هم من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و 50 سنة.

❖ التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة على محاور الاستبيان:

- التحليل الوصفي لإجابات العينة حول المتغير المستقل (مدى تطبيق المنافسة في المؤسسة):

تم معالجة هذا المتغير في استبانة الدراسة في المحور الأول، وسنتطرق فيما يلي الى التحليل الوصفي للمتغير:

الجدول 03: نتائج التحليل الاحصائي للمتغير المستقل (مدى تطبيق المناولة)

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
مدى تطبيق المناولة					
01	يوجد إدراك لدى القائمين على مؤسستنا بأهمية المناولة في تحسين أداء المؤسسة	3.8000	1.05161	0.2767	8
02	تهتم مؤسستنا بإبرام عقود في إطار المناولة	3.4857	1.01087	0.2900	10
03	تمتلك مؤسستنا قسم خاص بمتابعة عقود المناولة	3.0000	1.08465	0.3615	15
04	تبرم مؤسستنا عقود المناولة مع مؤسسات وطنية	3.6000	0.77460	0.2151	1
05	تقوم المؤسسة بإبرام عقود مناولة مع مؤسسات من خارج الوطن	2.7429	1.19663	0.4362	16
06	تدخل مؤسستنا كأمره بالعمل (طالبة للعمل) في إطار عقود المناولة المبرمة	3.5143	0.85307	0.2427	2
07	يمكن لمؤسستنا أن تدخل في عقود المناولة كمزودة بالعمل (مناولة)	3.3714	1.03144	0.3059	13
08	تلجأ مؤسستنا أحيانا للتعاقد مع المناولين من الباطن لضمان الوفاء بالتزاماتها مع المؤسسات الطالبة للعمل	3.7429	0.91853	0.2454	3
09	تلجأ مؤسستنا لعقود المناولة بغرض الرفع من مستوى الإنتاجية والتحكم في التكاليف	4.0000	1.00000	0.2500	4
10	تساهم المناولة بمؤسستنا في كسب ثقة الزبون وذلك من خلال ضمان تقديم المنتج أو الخدمة في الأجل المتفق عليها.	3.8857	1.13167	0.2912	11
11	تعد المناولة في نظر مؤسستنا آلية فعالة لمواجهة تقلبات الطلب في السوق	3.7429	0.98048	0.2619	6
12	تناول مؤسستنا بعض أنشطتها بسبب عدم توفر التجهيزات، الموارد والكفاءات اللازمة	3.0857	0.95090	0.3081	14
13	يعد مشكل التمويل أحد أهم أسباب دخول المؤسسة في إطار عقود المناولة	3.2286	0.97274	0.3012	12
14	هناك عوامل أخرى تدفع المؤسسة لإبرام عقود في إطار المناولة	3.5143	0.88688	0.2523	5
15	هناك العديد من العوامل المؤثرة على اتخاذ قرار المؤسسة بالدخول في المناولة	3.5143	1.01087	0.2876	9
16	لمخاطر المناولة كانهائية الشرك المتعاقد، وعدم الثقة دورا مهما في عدم إبرام مؤسستنا لعقود في إطار المناولة	3.7714	1.03144	0.2734	7
	متغير مدى تطبيق المناولة	3.5000	0.59583	0.1702	

المصدر: اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج Spss

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان الوسط الحسابي لكل فقرات متغير "مدى تطبيق المناولة" فاق المتوسط الحسابي النظري (3.00)، ما عدا الفقرة 05 التي تنص على لجوء المؤسسات للمناولة مع مؤسسات من خارج الوطن، كما بلغت قيمته لمتغير مدى تطبيق المناولة ما مقداره 3.5، ما يبين وجود اتفاق مرتفع نسبيا حول فقرات المتغير ويزداد هذا الاتفاق حول الفقرة رقم 04 والتي تنص على إبرام المؤسسات لعقود المناولة مع مؤسسات وطنية، حيث احتلت المرتبة الأولى وذلك بمعامل اختلاف 21.5%، تليها في الترتيب العام الفقرة 06 التي تنص على: دخول المؤسسات محل الدراسة في إطار عقود المناولة المبرمة كأمره بالعمل (طالبة للعمل)، وذلك بمعامل اختلاف 24.27%، أما المرتبة الثالثة فكانت للفقرة 08 والتي تقر من خلالها المؤسسات بلجوها أحيانا للتعاقد مع المناولين من الباطن لضمان الوفاء بالتزاماتها مع المؤسسات الطالبة للعمل، تليها في الترتيب الفقرة 09 التي تنص على أن لجوء المؤسسات لعقود المناولة هو بغرض الرفع من مستوى الإنتاجية والتحكم في التكاليف، في حين انخفضت درجة التوافق حول الفقرة 05 والتي تنص على قيام المؤسسة بإبرام عقود مناولة مع مؤسسات من خارج الوطن محتلة الترتيب الأخير من حيث درجة التجانس وانخفاض في المتوسط الحسابي (2.74) وعلى هذا الأساس يمكن القول اجمالا أن هناك شبه اتفاق على اعتماد المؤسسات محل الدراسة على المناولة في عملياتها الانتاجية من وجهة نظر العينة المبحوثة.

- التحليل الوصفي لإجابات العينة حول المتغير التابع (أداء الموارد البشرية)

الجدول 04: نتائج التحليل الإحصائي للمتغير التابع (الريادة المؤسسية)

الترتيب	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
المحور الثاني: الريادة المؤسسية					
				أولاً: مدى توافر المؤسسة على نظام للريادة المؤسسية	
7	0.3058	1.09237	3.5714	تقاس الريادة المؤسسية بقدرة المؤسسة على التميز بالتنوع، والتكلفة المنخفضة لمنتجاتها، مع ضمان توفيره لمستهلكيه في الوقت المحدد	17
6	0.2815	0.98134	3.4857	تتوافر مؤسستنا على نظام لرصد ومتابعة تطور الريادة المؤسسية	18
5	0.2794	1.00587	3.6000	تعتمد مؤسستنا على وضع المؤشرات لقياس وتقييم الأداء ومدى تحقيق الريادة المؤسسية	19
4	0.2694	0.99325	3.6857	مؤسستنا قدرة على التحكم في العوامل المؤثرة على أدائها بما من شأنه تحقيق الريادة المؤسسية	20
1	0.2125	0.83817	3.9429	تهدف مؤسستنا من الريادة تحقيق الاستقرار المالي وتحقيق عائد استثمار اقتصادي عال	21
3	0.2492	0.95442	3.8286	تهدف مؤسستنا من الريادة تحقيق النمو والتميز في قطاع العمل	22
2	0.2238	0.85700	3.8286	يعد هدف تقديم الخدمة للمجتمع والبيئة المحيطة من أهم مساعي تحقيق مؤسستنا للريادة	23
ثانياً: مدى توافر أبعاد الريادة المؤسسية					
1	0.1646	0.60221	3.6571	1/ القيادة والمرونة الريادية	
5	0.3125	1.06274	3.4000	لدى مؤسستنا نظام لاكتشاف الأنشطة والأعمال الجديدة	24
3	0.2316	0.90005	3.8857	تمتلك مؤسستنا خطة استراتيجية واضحة ومحددة الأهداف	25
2	0.1977	0.80231	4.0571	تعمل مؤسستنا على الاستغلال الأمثل للفرص لإدارة التغيير	26
6	0.3414	1.13167	3.3143	لدى مؤسستنا قدرة على الأخذ بالمخاطرة في تقديم الخدمات غير المعروفة لدى المنافسين	27
1	0.1880	0.74698	3.9714	تقوم مؤسستنا بتشخيص الامكانيات وتوفير الموارد المطلوبة للإدارة لتحقيق أعلى عائد من الفائدة والربحية.	28
4	0.2996	0.99325	3.3143	مؤسستنا قدرة على توقع متغيرات البيئة الداخلية والخارجية والاستجابة السريعة لها	29
3	0.2148	0.77257	3.5952	2/ الثقافة الريادية	
3	0.2327	0.81787	3.5143	هناك ثقافة سائدة بين جميع الأفراد في مؤسستنا باتجاه الريادة.	30
4	0.3087	1.09391	3.5429	لدى القائمين على مؤسستنا ثقافة لتشجيع الأفراد على إجراء البحوث والتجارب وتقديم الخدمات وأخذ المبادرة في أداء مهامهم.	31
6	0.3264	1.14716	3.5143	لدى القائمين على مؤسستنا ثقافة تنظيمية قائمة على تقدير الأفكار الجديدة والإبداع ومشاركة كافة الأفراد في التطوير.	32
5	0.3156	1.19030	3.7714	تشجع مؤسستنا الأفراد على إنتاج المعارف والخدمات الجديدة التي تنمي التفكير الريادي.	33
2	0.2257	0.83213	3.6857	يتم تشجيع الأشخاص بمؤسستنا على تحمل المخاطر الموهونة بأفكار جديدة.	34
1	0.2201	0.78000	3.5429	تمتلك مؤسستنا ثقافة الاستجابة للمتغيرات البيئية ومرونة الاستجابة لها.	35
2	0.1790	0.66701	3.7257	3/ دعم الإبداع والابتكار	
1	0.2212	0.87255	3.9429	تعمل مؤسستنا على تبني الأفكار الجديدة وعمل تحسينات وابتكارات في تقديم الخدمات أو المنتجات	36
2	0.2265	0.88688	3.9143	تقوم مؤسستنا بالعمل على إجراء التحسينات والمراجعات على الخدمات الحالية وفي طرق أدائها	37
5	0.2958	1.03955	3.5143	غالبا ما تكون مؤسستنا هي أول من يقوم بتسويق الخدمات الجديدة	38
3	0.2351	0.86675	3.6857	يتم الربط بين البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسة في تقديم الأعمال والخدمات الابتكارية.	39
4	0.2566	0.91670	3.5714	تبنى مؤسستنا توجهها لتعزيز الابتكار في أنظمة الإدارة وأساليب الرقابة والبنية التنظيمية للعمل.	40

				4/ الميزة التنافسية	
4	0.2475	0.88303	3.5667		
6	0.4010	1.35225	3.3714	تعمل مؤسستنا باستمرار على رصد الفرص غير المتاحة للمنافسين	41
3	0.3024	1.03713	3.4286	يتم بمؤسستنا وضع مقارنات معيارية مع المنافسين في طرق تقديم المنتجات والخدمات إقليميا ودوليا.	42
5	0.3513	1.26491	3.6000	تحرص مؤسستنا على تقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية وبتكلفة منخفضة	43
1	0.2454	0.91853	3.7429	تعتمد مؤسستنا على تشجيع فلسفة العمل على الابتكار وإدارة الموارد استراتيجيا.	44
4	0.34137	1.23873	3.6286	يشكل الاهتمام برأس المال البشري مصدرا جوهريا للميزة التنافسية.	45
2	0.2680	0.97274	3.6286	تحوز مؤسستنا على حصة معتبرة من السوق بسبب تميز منتجها	46
	0.1590	0.58053	3.6495	متغير الريادة المؤسسية	

المصدر: اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج Spss

ويلاحظ من الجدول وجود شبه اتفاق بين آراء العينة حول هذا المتغير التابع "الريادة المؤسسية" حيث أن كل الفقرات فاق متوسطها الوسط المتوسط الحسابي النظري (03.00)، فبخصوص متغير مدى توافر المؤسسة على نظام للريادة المؤسسية فإن أفراد العينة يجمعون على سعي المؤسسة لوضع إطار تنظيمي للريادة المؤسسية كهدف تسعى إليه غالبية مؤسسات قطاع الأعمال بالجزائر عموما وولاية ادرار على وجه الخصوص، ويزداد الاتفاق عند الفقرة 21 التي تنص على أن المؤسسات تهدف من الريادة تحقيق الاستقرار المالي وتحقيق عائد استثمار اقتصادي عال، بمتوسط حسابي 3.94 وبمعامل اختلاف قدر بـ 21.25%، تلها في الترتيب الفقرة التي تنص أن هدف تقديم الخدمة للمجتمع والبيئة المحيطة يعد من أهم مساعي تحقيق المؤسسات للريادة

أما بخصوص أبعاد الريادة المؤسسية فيلاحظ وجود شبه اتفاق بين آراء العينة المبحوثة حول هذه الأبعاد حيث أن كل الفقرات كذلك فاق متوسطها المتوسط النظري، وارتفع الاتفاق نسبيا حول فقرات بعد "القيادة والمرونة الريادية" التي احتلت الترتيب الأول ضمن مجموع ابعاد الريادة المؤسسية بمعامل اختلاف 16.46% يليه بعد دعم الابداع والابتكار بمعامل اختلاف 17.90% ثم بعد الثقافة الريادية بمعامل اختلاف 17.48% في حين احتل بعد الميزة التنافسية الترتيب الرابع والأخير ضمن الأبعاد بمعامل اختلاف 24.75%

ولقد ازداد الاتفاق أكثر في بعد الريادة المؤسسية عند الفقرة 28 التي تنص على "قيام المؤسسات بتشخيص الامكانات وتوفير الموارد المطلوبة للإدارة لتحقيق أعلى عائد من الفائدة والربحية" بمعامل اختلاف 18.8% في حين احتلت الفقرة 27 المرتبة الأخيرة ضمن هذا البعد حيث لا تتفق العينة المبحوثة بشكل مطلق بوجود قدرة لدى المؤسسات على الأخذ بالمخاطرة في تقديم الخدمات غير المعروفة لدى المنافسين، وبخصوص البعد الثاني "الثقافة الريادية" فقد ازداد الاتفاق حول الفقرة 35 التي تنص على أن المؤسسات تمتلك ثقافة الاستجابة للمتغيرات البيئية ومرونة الاستجابة لها. في حين انخفضت درجة التوافق نوعا ما عند الفقرة 32، التي تنص على أن لدى القائمين على المؤسسة ثقافة تنظيمية قائمة على تقدير الأفكار الجديدة والابداع ومشاركة كافة الأفراد في التطوير.

وازداد الاتفاق أكثر بخصوص بعد "دعم الابداع والابتكار" حول الفقرة 36 التي تنص على أن المؤسسات تعمل على تبني الأفكار الجديدة وعمل تحسينات وابتكارات في تقديم الخدمات أو المنتجات، في حين انخفض الاتفاق ضمن هذا البعد حول الفقرة 38 التي تنص على أنه غالبا ما تكون المؤسسة هي أول من يقوم بتسويق الخدمات الجديدة. هذا الرأي الأخير تدعمه كذلك آراء العينة حول الفقرة 41 من فقرات بعد "الميزة التنافسية" التي انخفضت درجة التوافق عندها والتي تنص على قيام المؤسسات باستمرار برصد الفرص غير المتاحة للمنافسين رغم اعتماد المؤسسات على تشجيع فلسفة العمل على الابتكار وإدارة الموارد استراتيجيا التي ارتفعت درجة التوافق عنده ضمن ابعاد الميزة التنافسية

وعموما يمكن القول بأن هناك اتجاه يميل إلى التوافق بين آراء العينة المبحوثة حول أبعاد متغير " الريادة المؤسسية" في المؤسسات محل الدراسة وهو ما يبينه المتوسط الحسابي لهذا المتغير والذي قدر بـ 3.65 ويمعامل اختلاف قارب 15.90%.
4.5. اختبار فرضيات الدراسة واستخلاص النتائج:

❖ اختبار الفرضيات: من أجل تحليل البيانات واختبار الفرضيات تم الاستعانة ببعض المقاييس الإحصائية والتي تم حسابها باستخدام Spss مثل الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، ومعاملات الارتباط Pearson وكذا معادلات الانحدار لقياس شدة العلاقة واتجاهها بين المتغيرات.

- اختبار الفرضية الأولى: تنص الفرضية على أنه: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين تطبيق المناولة الصناعية والريادة المؤسسية في مؤسسات قطاع الأعمال بولاية أدرار، بالرجوع إلى النتائج المتحصل عليها باستعمال مخرجات Spss نحصل على الجدول التالي:

الجدول 05: معامل الارتباط ودرجة المعنوية للفرضية الأولى

Récapitulatif des modèles									
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Modifier les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	0.461a	0.212	0.188	0.52299	0.212	8.894	1	33	0.005

a. Prédicteurs : (Constante), soutr

المصدر: اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج Spss

* حيث: soutr: المناولة الصناعية.

وبما أن درجة المعنوية حسب الجدول هي 0.005 وهي أقل من المستوى المأخوذ 0.05 فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والمتمثلة في أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق المناولة الصناعية والريادة المؤسسية في مؤسسات قطاع الأعمال بولاية أدرار، وتدل قيمة معامل الارتباط 0.461 على وجود علاقة طردية ومتوسطة نوعا ما بين تطبيق المناولة الصناعية والريادة المؤسسية. كما يوضح الجدول أن قيمة معامل التحديد (R-deux) قد بلغت 0.212، وهي تبين أن 21.2% من التغير في الريادة المؤسسية يمكن تفسيرها باستخدام المؤسسات لأسلوب المناولة الصناعية. كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل بأخذ الخطأ العشوائي بما مقداره 18.8%.

- ب/ اختبار الفرضية الثانية: تنص الفرضية على أنه: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين تطبيق المناولة الصناعية والريادة المؤسسية في مؤسسات قطاع الأعمال بولاية أدرار، بالرجوع إلى معادلة الانحدار الخطي البسيط: $Y = ax + b$ وباستعمال مخرجات Spss نحصل على الجدول التالي:

الجدول 06: نتائج الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل "تطبيق المناولة الصناعية" والمتغير التابع "الريادة المؤسسية"

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardizes		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	2.078	0.534		3.890	0.000
	soutr	0.449	0.151	0.461	2.982	0.005

a. Variable dépendante : Novinst

المصدر: اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج Spss

Novinst: الريادة المؤسسية.

من خلال الجدول أعلاه يظهر اتجاه العلاقة بين المتغيرين " تطبيق المناولة الصناعية " و " الريادة المؤسسية "، حيث أن هناك تأثير طردي ومتوسط لاستخدام المناولة الصناعية في المؤسسات محل الدراسة على تعزيز الريادة المؤسسية وهذا ما تظهره القيمة الموجبة لمعامل الانحدار والتي بلغت 0.449، وهذا يعني أن المناولة الصناعية تساهم بنسبة 45% تقريبا في تعزيز الريادة المؤسسية في المؤسسات محل الدراسة، وهذا الأثر ذو دلالة معنوية عند مستوى معنوية 5% أو أقل، وهذا ما أوضحه اختبار t حيث بلغت قيمة t المحسوبة 2.982، أما القيمة (2.078) فتمثل مساهمة العوامل الأخرى مجتمعة في تعزيز الريادة المؤسسية. مع الأخذ بعين الاعتبار قيمة الخطأ المعياري (0.52299) والتي تمثل نسبة الخطأ في استخراج معادلة نموذج الانحدار. وعليه يمكن صياغة نموذج معادلة الانحدار على النحو التالي:

$$Y = 0.449x + 2.078 + \varepsilon$$

وبذلك يمكن رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أن هناك تأثير طردي ومتوسط بين تطبيق مؤسسات قطاع الأعمال بولاية أدرار المناولة الصناعية وبين تعزيز الريادة المؤسسية.

6. خاتمة:

أكدت الدلائل والتجارب الارتباط القوي بين زيادة مستوى الريادة المؤسسية النابعة من ارتفاع مستوى التنافسية وبين درجة استخدام المناولة في جميع مراحل العملية الإنتاجية، حيث أصبحت المناولة تأخذ حيزا هاما من نشاط المؤسسات، وتحتل اليوم أكثر فأكتر مكانة ذات أهمية خاصة في اقتصادات البلدان المتقدمة، وذلك بسبب الدور الكبير الذي أضحي هذا الأسلوب في تفعيل علاقات التبادل والتعاون المستمر بين المشروعات، بما يضمن تحقيق معدلات أعلى للنمو الاقتصادي. ومن هذا المنطلق جاءت الدراسة كمحاولة لكشف طبيعة تأثير اعتماد استراتيجية المناولة الصناعية على تعزيز الريادة المؤسسية في بيئة الأعمال الجزائرية من خلال اختيار عينة من المؤسسات بولاية أدرار، تضم 35 فردا، وذلك بغرض اثبات أو نفي فرضيات الدراسة الموضوعية سابقا.

ولقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- يعد أسلوب المناولة الصناعية أسلوبا تشاركيا مهما في المنظمات الحديثة لا سيما الصغيرة والمتوسطة منها، حيث أثبت أهميته في الرفع من تنافسية المؤسسات التي اعتمدته من خلال تمكينها من تحقيق وفورات الحجم والتخفيض في تكلفة سلاسل القيم وبالتالي تحقيق الريادة المؤسسية ومن ثم زيادة قطاع الأعمال.
- كغيرها من المؤسسات في الدول النامية يواجه تطبيق المناولة في مؤسسات قطاع الأعمال بالجزائر عموما وبولاية أدرار على الخصوص عديد المعوقات منها ما هو مؤسسي كعدم وضوح الأسلوب في بيئة الأعمال، وضعف الوعي العام بأهمية المناولة وآلياتها، ناهيك عن نقص الموارد المتاحة لدى الأجهزة العاملة في قطاع المناولة. ومنها ما هو كلي كعدم وجود قوانين واضحة منظمة للمناولة والمناولة من الباطن، ناهيك عن عدم وجود إحصاءات دقيقة لحجم المناولة في الهيكل الصناعي الجزائري وكذا الأنشطة القابلة للتخريج لدى المؤسسات الكبيرة.
- رغم عدم وجود تطبيق كبير للمناولة الصناعية في بيئة الأعمال الجزائرية فقد تبين من خلال الدراسة وجود شبه اتفاق بين إجابات المبحوثين حول تبني المؤسسات محل الدراسة لأسلوب المناولة وكذا المناولة الباطنية.
- توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية ومتوسطة بين تطبيق المناولة وتعزيز الريادة المؤسسية في مؤسسات النشطة في قطاع الأعمال بولاية أدرار.

- توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي بين تطبيق المناولة وتعزيز الريادة المؤسسية في مؤسسات النشطة في قطاع الأعمال بولاية أدرار.

وعموما يمكن القول أنه في هذا الظرف الذي تحاول فيه الجزائر إيجاد مكانة لها في السوق العالمية، وفي ظل محيط دولي غير ملائم و متميز بالمنافسة الحادة وغير المدعومة. وجب على الدولة التكيف أكثر مع المناولة من أجل تخفيف الضغوطات في الميادين الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة إلى الاهتمام بمختلف الآليات الداعمة لترقية هذا الأسلوب لدى المؤسسات كتفعيل دور بورصات المناولة وكذا مختلف المراكز والآليات الأخرى ذات الصلة بهذا المجال بالإضافة إلى تكييف المنظومة التشريعية لتنمية هذا النوع من أنواع الشراكة الاستراتيجية، سعيا وراء تحقيق معدلات أعلى للنمو من خلال الرفع من تنافسية المؤسسات وتحقيق الريادة المؤسسية وبالتالي زيادة تنافسية الاقتصاد الوطني.

7. قائمة المراجع:

1. أسامة محمد طه إبراهيم، 2008، "النظرية العامة لعقود الباطن" دار النهضة العربية، مصر.
2. العوضي رفعت السيد، بسيوني إسماعيل علي، 2007، "الاندماج والتحالفات الإستراتيجية بين الشركات في الدول العربية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ط02، القاهرة، مصر.
3. علي السلمي، 2001، "إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية"، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
4. نصيرة بوجمعة سعدي، 1992، "عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي" ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
5. المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين (2000)، "الدليل العربي للمناولة الصناعية"، متوفر على
6. <http://www.arifonet.org.ma/Data/Subcontracting/Dalil.htm>، بتاريخ 2009-09-10.
7. زايري بلقاسم، 2007، "العناقيد الصناعية كإستراتيجية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، صادرة عن كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد السابع، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.
8. بن الدين امحمد، 2013، المناولة الصناعية كاستراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، الجزائر.
9. تونسي اسمهان، 2023، دور الادارة بالأهداف في الحد من مخاطر المناولة الصناعية- دراسة تطبيقية، أطروحة دكتوراه، جامعة أدرار، الجزائر.
10. عبد الرحمن بوعلي "مبهرات الانتقال من النظام المدمج إلى نظم شبكة الإنتاج" مداخلة قدمت للمؤتمر العربي الأول للمناولة الصناعية، الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير " ساديكس" بالتنسيق مع وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، الجزائر 2005/09/15-12.
11. عبد الرحمن بن جدو "واقع ومستقبل المناولة الصناعية(التعاقد الصناعي Sub- contracting) في المنطقة العربية" ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العربي الأول للمناولة الصناعية، الشركة الجزائرية للمعارض والتصدير " ساديكس" بالتنسيق مع وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة والمنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، الجزائر 2005/09/15-12. ص05.
12. عيد محمد، 2020، ما هي ريادة الأعمال؟ أهمية ريادة الأعمال وأهدافها، على الرابط:
<https://www.hellooha.com/articles/3010-%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-%D9%88%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81%D9%87%D8%A7>
13. MORTON I. KAMIEN, LODE LI, " SUBCONTRACTING, COORDINATION, FLEXIBILITY, AND PRODUCTION SMOOTHING IN AGGREGATE PLANNING", Management Science Vol. .16. No. II, November IWO, Printed in U.S.A, P1352.

دور الآليات المستحدثة لتطوير بيئة أعمال ملائمة للمؤسسات الناشئة الجزائرية

The role of the new mechanisms to develop an appropriate business environment for Algerian startups

غمام جريدي الهادي¹، غربي خليل²، حسين علي³

¹ جامعة فرحات عباس، سطيف 01(الجزائر)

² جامعة فرحات عباس، سطيف 01(الجزائر)

³ جامعة الجزائر 03 (الجزائر)

ملخص: تهدف الدراسة إلى إيجاد أهمية ودور الآليات والإجراءات الجديدة في تحسين بيئة الأعمال في الجزائر، وتفعيل العوامل الداعمة مثل الحاضنات والتمويل والتشريعات التنظيمية والقانونية لخلق بيئة ملائمة ومستدامة تحفز إنشاء الشركات الناشئة وتضمن استدامتها، وتبين من خلال هذه الدراسة، لا تزال الجزائر تعاني من عدم وجود نظام قانوني لهذه المنظمات وسن قوانين توضح شكلها القانوني، وبيئة الأعمال في الجزائر غير كافية ولم تصل إلى المستوى اللازم على الرغم من الإصلاحات التي أدخلت في السنوات الأخيرة، ولا تزال هناك عقبات، ولا سيما مشاكل التمويل والبيروقراطية.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة؛ بيئة الأعمال؛ الآليات المستحدثة لدعم المؤسسات الناشئة؛ تطوير بيئة أعمال.

Abstract: The study aims to create the importance and role of new mechanisms and procedures in improving Algeria's business environment and to activate supporting factors such as incubators, finance and regulatory and legal legislation to create an enabling and sustainable environment that stimulates the creation and sustainability of start-ups. Through this study, Algeria continues to suffer from the lack of a legal system for these organizations and the enactment of laws clarifying their legal form, and Algeria's business environment is insufficient and has not reached the necessary level despite the reforms introduced in recent years, and obstacles remain, particularly funding and bureaucracy problems..

Keywords: emerging institutions; Business environment; Mechanisms developed to support emerging institutions; Developing a business environm

في الفترة الأخيرة، تسعى الجزائر إلى الاستثمار في الشركات المبتكرة لتعزيز اقتصادها وتشجيع الشباب على إنشاء مشاريع صغيرة عبر تأسيس شركات ناشئة. تهدف هذه الخطوة إلى إشراك الشباب في عملية التنمية والنهضة الاقتصادية في البلاد، مع التركيز الوثيق على تعزيز آليات الإنتاج المحلي.

الجزائر، مثل الدول المتقدمة الأخرى، تعتمد على الشركات الناشئة من خلال سياسات اقتصادية جديدة تهدف إلى تنوع وتعزيز إجراءات إنشاء ودعم الشركات الناشئة، بهدف أن تصبح محفزا للاقتصاد وتطوير نظام بيئي قوي يدعم تحويل النموذج الاقتصادي التقليدي. وبالتالي، يتعين علينا تعزيز النظام البيئي للابتكار في بلدنا لتلبية تطلعات الشباب وضمان توفير التمويل اللازم لهم.

تعمل الجزائر على اعتماد مجموعة من التدابير والآليات لضمان استدامة وتنمية هذه المؤسسات الناشئة. وقد بذلت الحكومة جهودا كبيرة لتخفيف القيود الإدارية والمالية، سواء فيما يتعلق بالتمويل أو توفير بيئة مناسبة، من خلال إنشاء وزارات خاصة، وتوفير مصادر تمويل، وإنشاء هيئات تابعة، وتشريعات تنظيمية وقانونية، وتهيئة بيئة تنافسية تدعم نمو واستدامة واستمرارية هذه المؤسسات.

1.1. إشكالية الدراسة: يمكن صياغة المشكلة التي يتقدم بها موضوع الدراسة على النحو التالي :

ما هو دور ومدى مساهمة الآليات والأجهزة الجديدة في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة في الجزائر؟

2.1. أهمية الدراسة: تعلق الجزائر أهمية كبيرة على المؤسسات الناشئة من خلال بناء النظم البيئية المناسبة لذلك واتخذت سلسلة من التدابير والآليات لضمان بقاء هذه المؤسسات واستمراريتها وتطويرها. من المهم جدا دراسة موضوع الشركات الناشئة، خاصة وأن الجزائر في المراحل الأولى من بناء نظام بيئي مناسب.

3.1. أهداف الدراسة: الغرض من الدراسة هو:

- يوفر المزيد من الفهم والتوضيح لموضوع بيئة الأعمال والمؤسسات الناشئة في الجزائر.
- معرفة أهم الإجراءات لتطوير المؤسسات الناشئة.
- تقديم توصيات ومقترحات مستقبلية لتطوير المؤسسات الناشئة؛

4.1. الدراسات السابقة:

- (دراسة، لمين، حساين، 2020): تهدف هذه الدراسة إلى تحديد التدابير اللازمة لدعم المؤسسات الناشئة وتطوير الآليات والأجهزة المصاحبة لتهيئة بيئة مناسبة. ووجدت الدراسة أن السلطات العامة مهتمة بتعزيز ودعم المؤسسات الناشئة، وتحسين نظمها الإيكولوجية وتعزيزها للمؤسسات الناشئة من خلال علامة حاضنة تضمن الحضانة والمرافقة.
- (ياسمين، جمال الدين، 2021): كان الهدف من الدراسة هو العثور على أهم التدابير التي اتخذتها الجزائر مؤخرا لتحسين بيئة الأعمال للشركات الناشئة، ووجدت الدراسة أن النظام البيئي الجزائري شاب، وهذا ما يفسر تفاني الدولة في تطوير الجزائر من أجل خلق نظام بيئي نابض بالحياة بشكل أكثر كفاءة، لتكون قادرة على استيعاب الشركات الناشئة وجذب المؤسسات الأجنبية.
- (دراسة، عبدلي، 2022): تهدف هذه الدراسة إلى تكريس الأساليب الحديثة لتمويل المشاريع الناشئة لتحسين بيئة الأعمال وضمان بقاءها واستدامتها، ووجدت الدراسة أن الأحكام الواردة في المرسوم التنفيذي 20/254 تشير بوضوح إلى الاتجاه الجديد للدولة لبناء نظام بيئي مناسب للشركات الناشئة، فضلا عن محدودية إنشاء الشركات الناشئة بسبب ضعف الموارد

البشرية ونقص الخبرة والمؤهلات. يعد نقص التمويل من خلال رأس المال الاستثماري أحد الأسباب التي تجعل الشركات الناشئة لا تستطيع خلق بيئة مثيرة.

– (دراسة، زياني، هوار، 2022): تهدف هذه الدراسة إلى الإجراءات والتدابير التي تسهم في دعم وتعزيز المؤسسات الناشئة والتأكد مما إذا كان نظام المرافقة الحالي موجودا. وتشجع مختلف مكونات الجزائر على إنشاء مؤسسات ناشئة وتحقيق الأهداف التي حددتها السلطات العامة. وجدت هذه الدراسة أن أنظمة المرافقة لا تزال قيد التطوير وتحتاج إلى النجاح.

المحور الأول: المفهوم العام لبيئة الأعمال والشركات الناشئة:

1.2. مفهوم المؤسسات الناشئة:

تعرف بحسب القاموس الإنجليزي على أنها: مشروع صغيرة بدأ للتو، وكلمة Start-up تتكون من جزأين " Start " وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و " UP " وهو ما يشير لفكرة النمو القوي، أما حسب الاقتصادي " Patrick Fridenson " وهو أن تكون شركة ناشئة لا يتعلق الموضوع بالعمر و لا الحجم و لا بقطاع النشاط ويجب الإجابة على الأربع تساؤلات:

• إمكانات نمو قوية؛

• استخدام التكنولوجيا الحديثة؛

• أنت بحاجة إلى أموال ضخمة؛

• تأكد من أن السوق جديد، لأنه من الصعب تقييم المخاطر. (إنصاف، 2020، صفحة 180)

ويعرفها بول جراهام Paul Graham ، في مقاله الشهير "الشركة الناشئة = النمو" STARTUP=GROWTH ، الشركة الناشئة هي شركة مصممة للنمو بسرعة، و حقيقة أن الشركة تأسست مؤخرا لا تجعلها شركة ناشئة، ولا تتطلب شركة ناشئة للعمل في قطاع التكنولوجيا، أو قبول التمويل من المخاطر والمقامرين، أو لديك أي نوع من خطة الخروج، النمو فقط ضروري. ويرتبط كل شيء آخر لبدء التشغيل، فإنه يتبع النمو). " (شريفة، 2018 ، صفحة 420)

ويعرفها إيريك ريس Éric Ries مؤلف كتاب « The Lean Startup » الأكثر مبيعا على أنها "مؤسسة بشرية مصممة لإنشاء

منتج أو خدمة جديدة في ظل ظروف عدم اليقين الشديد). " (حكيم، بلموفقي، 2021، صفحة 729)

– تعريف السلطة التشريعية الجزائية: أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 254/20 المؤرخ 15 سبتمبر 2020 الذي أنشأ اللجنة الوطنية لبدء التشغيل و«المؤسسات المبتكرة» و«الحاضنات» وتحديد وظائفها وتكوينها وعملها. ويحدد الفصل الرابع من هذا المرسوم الشروط التي يتم بموجبها وضع علامات على مؤسسة ناشئة. تعتبر «المؤسسة الناشئة» خاضعة للقانون الجزائري وتحترم المعايير التالية: (التنفيذي، 2020، صفحة 11)

• يجب ألا يتجاوز عمر المؤسسة 8 سنوات؛

• يجب أن يستند نموذج عمل الشركة الناشئة إلى منتج أو خدمة أو نموذج عمل أو فكرة مبتكرة؛

• رأس مال الشركة مملوك بنسبة 50٪ على الأقل من قبل شخص طبيعي أو صندوق استثماري معتمد من قبل طرف أو مؤسسة أخرى مع علامة "بدء التشغيل"؛

• يجب ألا يتجاوز حجم التداول السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية؛

• يجب أن تكون إمكانات نمو المؤسسة كبيرة بما يكفي؛

• يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250.

2.2. خصائص المؤسسات الناشئة: نوردها فيما يلي: (بورنان، 2020، صفحة 122)

- مؤسسات حديثة النشأة؛
- لدى الشركات الشابة خياران للتطور والتحول إلى شركات ناجحة أو إغلاق أبوابها والخسارة؛
- الشركات ذات الفرص التدريجية والنمو؛
- الشركات ذات الصلة بالتكنولوجيا التي تعتمد عليها أساسا؛
- الشركات التي تتطلب تكاليف أقل، وتتطلب تكاليف أصغر مقارنة بالأرباح التي تتلقاها.

3.2. تعريف بيئة الأعمال:

لقد تطور مفهوم بيئة الأعمال تدريجيا إلى أن أصبح يشتمل على توليفة مركبة من العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تسعى من خلالها الجهات الوصية إلى الترويج للقطر وللفرص الاستثمارية، هناك أكثر من تعريف لبيئة الأعمال، يمكننا الإشارة إلى تعريفين فقط: تشير بيئة الأعمال إلى: "مجموع الأوضاع والظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية، وهي تشمل الأوضاع والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية والقانونية والإدارية المؤثرة على حركة رؤوس الأموال ووجهتها وتوجها مجموعة من العوامل الخاصة بموقع محدد.

ويعرف البنك العالمي مناخ الاستثمار أو بيئة الأعمال بأنها مجموعة من العوامل الخاصة بموقع محدد، تحدد شكل الفرص والحوافز التي تتيح للشركات الاستثمار بطريقة منتجة وخلق فرص العمل، والتوسع، والسياسات والسلوكيات الحكومية تأثير قوي على مناخ الاستثمار من خلال تأثيرها على التكاليف، والمخاطر والعوائق أمام المنافسين، العمل المشتركة والحاضنات والجامعات بينما تكتمل البنية التحتية والتوجهات والقوانين والشبكات دون نسيان دعم المجتمع.

<https://www.startupblink.com/blog/the-components-of-a-startup-ecosystem>

المحور الثاني: الركائز الأساسية لمنظومة الشركات الناشئة وآلية تطويرها الجديدة:

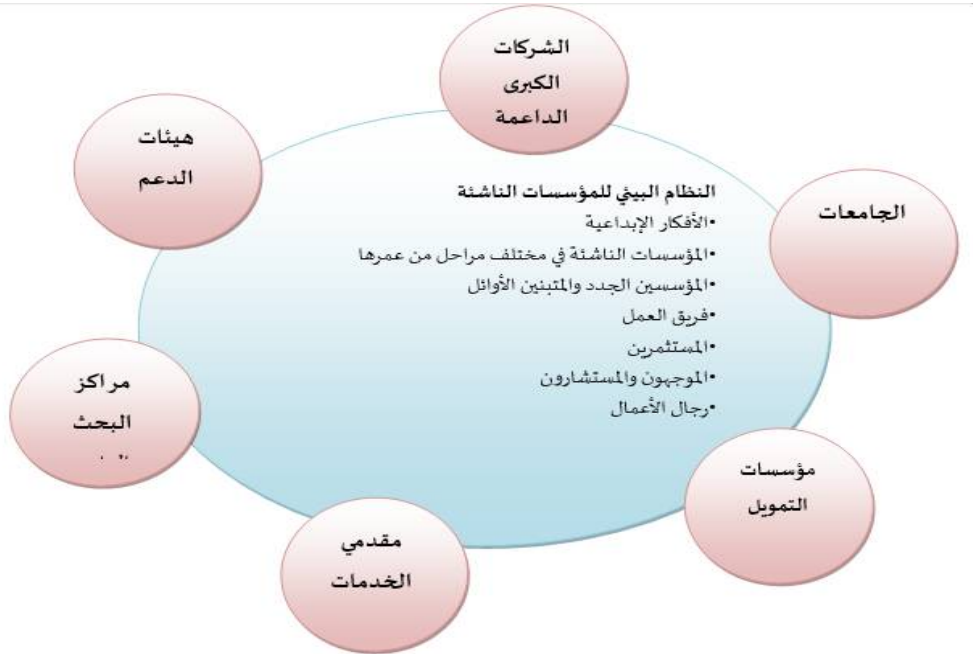
النظام البيئي لبدء التشغيل هو نتاج البيئة التي تعمل فيها المؤسسات الداعمة الأخرى، أي الموقع المادي في شكل بلدان أو مدن مع التركيز على أماكن وجودها بدلا من موقعها، تم إنشاؤها بالإضافة إلى جهات فاعلة أو أصحاب مصلحة آخرين من المستثمرين، ويتكامل هذا المزيج من العوامل المباشرة وغير المباشرة لإيجاد نظام إيكولوجي حيوي، البنية التحتية الصلبة مثل المساحات المادية.

1.3. عناصر النظام البيئي للمؤسسات الناشئة:

- الأفكار الإبداعية والابتكارات والبحث العلمي في مجال التكنولوجيا (حقوق الملكية الفكرية وبراءات الاختراع)؛
- كما نرى الشركات المبتدئة في مراحل مختلفة من حياتها (مرحلة توليد الأفكار - مرحلة البدء.النمو) هو الجزء الأكثر أهمية في إنتاج النظام البيئي؛
- المؤسسون الجدد والمتبنون الأوائل؛
- أعضاء فرقة العمل؛
- المؤسسات الاستثمارية الرئيسية سواء كانت حكومية أو خاصة؛
- الموجهين والمستشارين؛
- رجال أعمال آخرون (كداعمين أو عملاء)؛

- الأفراد من كيانات متعددة لديهم علاقات مباشرة أو غير مباشرة، اعتمادا على المرحلة التي تقع فيها الشركة الناشئة;(كمدافع أو كعميل).
- من بين الهيئات ما يلي:
- الجامعات: دورها أساسي في نشر التعلم في مجال ريادة الأعمال؛
 - جميع وسائل الإعلام الشهيرة (المدونات ووسائل التواصل الاجتماعي) التي تعمل على رفع مستوى الوعي؛
 - التعليم هو ثقافة ريادة الأعمال، وثقافة الابتكار والشركات الناشئة؛
 - المؤتمرات والمؤتمرات والفعاليات والمسابقات؛
 - المنظمات البحثية والفنية التي تسعى إلى جذب المواهب ورعايتها وربطها بالهيكل الاقتصادي للمنطق؛
 - وكالات الدعم مثل الوكالات الاستشارية والإرشادية (الحاضنات، المسرعات، أماكن العمل المشتركة)، إلخ.
 - المؤسسات المالية مع جميع الأشكال الممكنة من الدعم الحكومي أو الخاص (الخاص وحتى الأجنبي)؛
 - مقدمو الخدمات: جميع الخدمات المقدمة من القطاعين العام والخاص (مثل الخدمات القانونية والمالية والفنية والحاسوبية).

الشكل رقم (01): النظام البيئي للمؤسسات الناشئة



المصدر: من إعداد الباحثين

2.3. الآليات الجديدة لبناء بيئة أعمال مواتية لتنمية المشاريع الناشئة:

- الآليات المستحدثة في دعم المؤسسات الناشئة: في بداية أكتوبر 2020، عقدت الحكومة الجزائرية الندوة الوطنية "عزم الجزائر" للمؤسسات المبتدئة بمشاركة أكثر من 1000 مشارك من المؤسسات المبتدئة والحاضنات وممثلي المؤسسات الحكومية والمالية والتجار الاقتصاديين والخبراء وممثلي الجمعيات والجامعات ومراكز البحوث.
- من أهم إنجازات هذا المؤتمر، وهو الأول من نوعه في الجزائر، قرر رسمياً إطلاق صندوق حكومي لتمويل الشركات الناشئة يهدف إلى السماح لرواد الأعمال الشباب بتجنب الإجراءات المصرفية والبيروقراطية.
- كما تم اتخاذ العديد من القرارات في هذا المجال:

- إنشاء صندوق استثماري متخصص في تمويل ودعم المؤسسات الناشئة .
- الأفكار والمبادرات المبتكرة لتطوير اقتصاد المعرفة وتصبح حجر الزاوية في التوجه الاستراتيجي في مجال تامين إمكانات الدولة للبحث العلمي.
- تسهيل إجراءات إنشاء هذه الكيانات، ووضع إطار قانوني يحدد مفهوم الشركات الناشئة والحاضنات، وكذلك مصطلحات النظام البيئي لاقتصاد المعرفة، وكذلك عملية إعداد النصوص التنظيمية ذات الصلة، لتكثيف آليات التمويل مع دورة نمو الشركات الناشئة، سيؤدي ذلك إلى مراجعة النص الحالي.
- تحويل مؤسسات الدولة لتعزيز وتطوير مجمع التكنولوجيا إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة واقتصاد المعرفة.
- تم الانتهاء من تحويل قطب امتياز التكنولوجيا الإقليمي {المحور} للشركات الناشئة من قبل شركة سوناپراك على مستوى "دنيا بارك". (بوعدلة، 2020، صفحة 125)
- ضمان حصول أصحاب المشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة على الحيز المتاح داخل المؤسسات التابعة لقطاع الشباب والتدريب المهني على المستوى الوطني.
- إعطاء الأولوية لرواد الأعمال المبتكرين، ولا سيما المناطق المحتملة في ولايات بشار، وخلق مساحة للمجتمعات المحلية للشركات الناشئة، ورقلة، قسنطينة، وهران، تلمسان، سطيف، باتنة، قبل توسيع هذا الجهد ليشمل كامل أراضي البلاد.
- إعفاء من رسوم النشاط المهني وضريبة الدخل العامة على التأسيس لمدة 3 سنوات من تاريخ بدء النشاط، ينطبق هذا الإعفاء أيضا على المعدات التي تتلقاها شركة ناشئة لإكمال مشروع استثماري، وستخضع الشركة الناشئة الخاضعة لنفس النظام الضريبي لنفس الضريبة التي تخضع لها الشركة إذا لم يتم خصم عمولة القيمة المضافة سوف يكون النضير المقصود من النظام الفعلي، الإعفاء الضريبي لمدفوعات بطاقات الائتمان. (بنوجعفر، 2020، صفحة 98)
- تلتزم الحكومة بتحسين نظام الحاضنة للشركات الناشئة والاقتصاد الرقمي، لا سيما من خلال الشركات التالية:
 - وضع أطر تنظيمية للابتكار المفتوح، ووسائل الدفع الإلكترونية، وإنتاج نصوص تطبيقية للتمويل التشاركي؛
 - مراجعة الإطار التشريعي للتجارة الإلكترونية لجعلها أكثر مرونة مع المؤسسات الناشئة؛
 - تبسيط إجراءات تأسيس شركة لصالح الشركات الناشئة والمستثمرين المبتدئين الآخرين؛
 - إنشاء شركات للشركات الناشئة والعاملين لحسابهم الخاص؛
 - تعزيز دور الشركات الناشئة كأداة للمشاركة المالية من خلال المدفوعات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية؛
 - إنشاء ممثلين إقليميين للصندوق الجزائري للمشاريع الناشئة؛
 - إطلاق برنامج لتسريع إنشاء الشركات الناشئة من قبل المسرعات العامة (مشروع الجزائر)؛
 - إنشاء حاضنات ومسرعات في جميع ولايات البلاد؛
 - تقييم الحاضنات
 - تطوير نظم الإصلاح؛
 - إنشاء معهد الدراسات المالية للشركات الناشئة العاملة في مجال التكنولوجيا المالية؛
 - إحصائيات الشركات الناشئة والاختراعات واقتصاد المعرفة والتصنيفات الدولية ذات الصلة لتحسين ترتيب الجزائر؛
 - تخفيف العبء على أصحاب العمل المبتدئين؛

- تشجيع رأس المال الاستثماري نظرا لدوره الهام في تمويل الابتكار وتسهيل الإجراءات الإدارية لإنشاء صناديق الاستثمار وصناديق الودائع المشتركة للابتكار؛

- تعزيز التعاون مع صناديق الاستثمار لضمان الاستثمار في المؤسسات الناشئة في الجزائر.

لدعم كل ما سبق، تعمل السلطات العامة، جنبا إلى جنب مع رواد الأعمال والمهنيين الشباب، على مساعدة الشباب على دخول عالم ريادة الأعمال وإطلاق هذا النوع المبتكر من المشاريع: علامات "الشركات الناشئة" و "المشاريع المبتكرة" و "حاضنات الأعمال"، وبحسب الوزارة الموكلة إلى رئيس الوزراء المسؤول عن اقتصاد المعرفة والشركات الناشئة، فإن علامة "البدء" هي وثيقة مؤسسية تعمل بمثابة "جواز سفر" للحصول على جميع التسهيلات التي أنشأتها الدولة لصالح الشركات الناشئة.

تمنح العلامة التجارية "المشروع المبتكر" لأصحاب المشاريع الذين لم ينشئوا بعد مؤسسة ويمكنهم الاستفادة وكذلك العلامة التجارية "الناشئة"، تمنح علامة "حاضنة الأعمال" لجميع الهياكل التابعة للقطاعين العام والخاص وتقترح الدعم للشركات الناشئة وأصحاب المشاريع المبتكرة من حيث الإقامة والتدريب والاستشارات والتمويل، إطلاق برنامج "أفريكا باي انكيوب مي"، أفريكا باي انكيوب مي "أو" "Africa By IncubMe" اسم البرنامج الجديد الذي يعنى بالأفكار المبتكرة والمؤسسات الناشئة الحاملة للمشاريع المبدعة في القارة الإفريقية (premierministre, 2022).

المحور الثالث: دور ومدى مساهمة الدولة في دعم المؤسسات الناشئة:

قال رئيس الوزراء أيمن عبد الرحمن إنه تم إصدار عدد من اللوائح والتطبيقات لتبسيط وتسهيل إجراءات بدء التشغيل والأنشطة الأخرى للمستثمرين المبتدئين، مما أدى إلى زيادة عدد الشركات الناشئة والابتكارات. في مشروع. تطبق التسميات والخصومات الضريبية. في العام ونصف الماضي وصلنا إلى أكثر من 750 شركة ناشئة ونريد مضاعفة هذا الرقم.

إن الجزائر تريد مضاعفة عدد الحاضنات وكما أكد رئيس الوزراء فهذه إرادة وطنية قوية لجعل الجزائر نموذجا للدول لدعم مؤسسات جديدة مستوحاة من تجاربها وهذا دليل على العزيمة. ما لديهم. المكونات والميزات التي تتيح لك أن تكون في مستوى الرهان هذا. <https://premier-ministre.gov.dz/ar/post>

بفضل الاستراتيجيات التي تم تبنيها من خلال الرعاية والدعم الذي يتلقاه رواد الأعمال الشباب من خلال Algeria Ventures ، وهو مسرع تم إنشاؤه لدعم رواد الأعمال المبتكرين خلال مراحل التأسيس وجمع الأموال والتوسع، تضاعف عدد الشركات الناشئة المحلية هذا العام. نحن نعمل أيضا على الابتكار المفتوح. نوفر لمؤسسي الشركات الناشئة الفرصة للتواصل مع الشركات الكبرى، وطرق أبوابهم، وتلقي طلبات الشراء، ودخول السوق. "ألجير فانتر"

1.4. التكنولوجيا:

وفقا لسيدالي زروقي، الرئيس التنفيذي لشركة Algeria Venture ، فإن البرنامج سيشارك مع شبكة Google Startup Network في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لتوفير شركات ناشئة عالية الجودة مدعومة بقدرات وخبرات دولية رائدة في تشكيل النظم البيئية العالمية. نحن نقدم تدريباً وحقيقياً-تسارع العالم..، مشيرة إلى أننا نتحدث اليوم عن الحزمة الأولى أ. وهذا يشمل 14 شركة ناشئة تعمل في 10 قطاعات مختلفة، مع حزمة جديدة قادمة قريباً والهدف الحالي هو الوصول إلى 100 شركة ناشئة بحلول نهاية هذا العام. من أجل دعم العدد الإجمالي للشركات الناشئة والمشاريع الحاملة والطلاب، في العامين الماضيين، قمنا بتشكيل حوالي 100000 مشروع مالك والطلاب الجزائريين على أحدث التقنيات، من الذكاء الاصطناعي إلى التخزين الافتراضي، من خلال نظام Android ، والمشاركة تجربتهم. كنت أخبرك. إعطاء Google لهذه الشركات الناشئة، يرجى ملاحظة أن المجموعة الأولى من المستفيدين من هذا البرنامج ستشمل المؤسسات الجديدة العاملة في مجالات تكنولوجيا المعلومات

والاتصالات، والتكنولوجيا الإلكترونية، والذكاء الاصطناعي، والتجارة الإلكترونية، والخدمات اللوجستية والتعليم <https://almostathmir.dz>، الجزائر، على عكس الدول الأفريقية الكبرى، لا تنتمي صراحة إلى القطب التكنولوجي وحجمها يسمح لها بإنشاء ودعم المشاريع. هناك العديد من الأعمدة التقنية، خاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد تمكنت بالفعل من لعب دور مهم للغاية.

الجدول رقم(01):عدد الأقطاب في بعض الدول

الدولة	عدد الأقطاب	الدولة	عدد الأقطاب
نيجيريا	90	كينيا	50
جنوب أفريقيا	78	المغرب	34
مصر	54	تونس	16

La Source : projet Concours de plan d'affaires NINJA, 2021, P06

2.4. التمويل:

بلغت مساهمات الصندوق الشركات الناشئة على المستوى الوطني اعتباراً من يناير 2021 برأس مال قدره 1.2 مليار دينار جزائري. وستستثمر الجزائر في رأس مال الشركات الناشئة الواعدة، على عكس الآليات القائمة التي لا يناسبها هذا الصندوق على سبيل المثال، جمع الأموال. قروض بفائدة للشركات الناشئة. هناك ثلاثة مستويات لحدود الاستثمار للصندوق. لاحظ أنه عندما تقدم المؤسسة التمويل، تصبح المؤسسة شريكاً في الشركة يتقاسم الأرباح وكذلك الخسائر مع المؤسسين. أما كلفة الأموال، بحسب بيان الشركة الأم، فقد بلغت في الواقع 510 ملايين دينار. كما أن أموال الاستثمار من القطاع الخاص غير متوفرة.

الجدول رقم(02):المساهمات الصندوق الشركات الناشئة على المستوى الوطني:

المستويات	دراسات الجدوى والتكوين	تكاليف النموذج الأول	التكوين وتكاليف احتضان المؤسسات الناشئة.
قيمة التمويلات	2.500.000 دج	500.000 دج	20.000.000 دج

المصدر: من اعداد الطالبان

3.4. مؤسسة ناشئة:

يقدر عدد المؤسسات من الوزارة بـ 702 (لا توجد قاعدة بيانات ولا توجد معلومات نهائية للإحصاءات الرسمية). عدد المنظمات التي حصلت على التصنيف، 702، لا يعكس العدد الفعلي مع الأخذ في الاعتبار فقط المنظمات التي حصلت على التصنيف (قد تكون هناك منظمات غير مهتمة بالعلامة) أو تلك التي لا تمثل. - 702 شركة تضم مشاريع مبتكرة وشركات ناشئة، على الرغم من أن عدد الشركات الناشئة أخذ في الارتفاع بالفعل (حوالي ثلثي المجموع عبارة عن مشاريع ابتكارية، أي حوالي 300 شركة ناشئة في مرحلة مبكرة)

4.4. الحاضنات:

حالياً، هناك أكثر من 38 حاضنة حصلت على علامة label، وكثير منها لا يزال قيد الدراسة، خاصة بعد تطوير أنظمة بيئية مناسبة لتسهيل إنشائها، خاصة في البيئة الجامعية، التي وجد أكثر من 1600 مختبر، 40000 أستاذ أبحاث، 2200 باحث دائم.

الجدول رقم(03): تغير عدد الحاضنات في السنوات الأخيرة

السنة	العدد	السنة	العدد	السنة	العدد
2010	2	2014	4	2018	15
2011	2	2015	5	2019	19
2012	2	2016	7	2020	32
2013	3	2017	9	2021	38

المصدر: من اعداد الطالبان

5.4. المسرعات:

- برنامج مسرع يتيح التوسع العالمي لـ 29 شركة ناشئة من Google؛
- اتفاقية مع غرفة التجارة الأمريكية AM CHAN؛
- وقع عدة اتفاقيات مثل اتفاقية مع المعهد الوطني الجزائري للملكية الفكرية؛
- وقع اتفاقية بقيمة 1.05 مليار دينار جزائري مع صندوق الاستثمار الجزائري (AIF).

5. خاتمة:

وعلى الرغم من نهج الدولة الجديد المتمثل في اعتماد عدد من آليات الإصلاح وإجراءات بيئة الأعمال لتحديث وتطوير المشاريع الجديدة، إلا أن بقاء هذه المشاريع على الرغم من أنها لم تصل إلى المستوى المطلوب والعديد من العوائق والعقبات التي تحد من المبررات. هناك حاجة لتنشيط المؤسسات الداعمة، وتبني إستراتيجية واضحة وإرادة سياسية، وتسريع وتيرة الإصلاح، والاهتمام بالمؤسسات في هذا المجال حسب متطلبات النجاح.

النتائج:

- ✓ لا يزال الركود في مختلف المجالات يسيطر على الوضع الاقتصادي. لأنه بعد أربع سنوات من المفترض أن تصبح المؤسسة كبيرة، لكن محيطنا يعكس ذلك.
- ✓ وفرت الدولة العديد من الفرص لدعم الشركات الجديدة، خاصة من الناحية التنظيمية والقانونية، لكن الواقع أن الشركات الجديدة رغم قلة أعدادها، مرتبطة بشكل كامل بالنظام الاقتصادي.
- ✓ ولا تزال الجزائر تكافح مع عدم وجود إطار قانوني لهذه الهيئات واعتماد قوانين توضح شكلها القانوني ووظائف الهيئات الجديدة.
- ✓ عانت المؤسسات التعليمية الناشئة في الجزائر في السنوات الأخيرة من إخفاقات ومشاكل استمرارية، على الرغم من اهتمام الدولة الكبير بدعمها وتنميتها.
- ✓ لم تصل بيئة الأعمال في الجزائر إلى المستوى المطلوب على الرغم من الإصلاحات الحكومية لدعم استدامة الأعمال الجديدة، حيث لا تزال قضايا التمويل والبيروقراطية من بين أمور أخرى تشكل عقبات.
- ✓ تقليل الإنفاق العام على البحث العلمي وفصل المراكز الأكاديمية والعلمية عن الأرض.
- ✓ التخلف التكنولوجي وعدم القدرة على مواكبة بيئة الأعمال العالمية المتغيرة (المدفوعات الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، إلخ) ...؛
- ✓ تعاني الحاضنات من مشكلة خارج المناطق الحضرية ولا تتطابق مع المواصفات العالمية.

التوصيات:

- تنسيق وتعزيز الجهود الهادفة إلى تسهيل إنشاء الشركات الناشئة وإزالة جميع الحواجز وتعزيز دور العناصر الداعمة؛
- الإسراع في تنفيذ الإصلاحات وتكثيف الجهود لخلق البيئة والظروف الملائمة لهذه المؤسسات؛
- تشجيع الشباب على الاستثمار وخلق مشاريع ابتكارية ودعمهم وتقديم الدعم الفني والإداري؛
- أصبحت الشركات الجديدة المحرك الرئيسي للتنمية الاقتصادية، من خلال توفير بيئة مواتية للأعمال.

6. قائمة المراجع:

1. المرسوم التنفيذي رقم 254 - 20 - المؤرخ في 15 / 09 / 2020.
2. بوالشعور شريفة. 2018. "دور حاضرات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة (دراسة حالة الجزائر)". مجلة البشائر الاقتصادية ، المجلد الرابع، العدد د. 02
3. مصطفى بورنان، علي صولي. (2020). "الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة (حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة)". مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 12 ، العدد 1 ،
4. عائشة بنوجعفر. (2021). المؤسسات الناشئة في الجزائر: الواقع والتحديات، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد / 08 العدد 01.
5. قسوري إنصاف. (2020). "حاضرات الأعمال التكنولوجية و دورها في دعم الإبداع و الابتكار بالمؤسسة الناشئة الجزائرية، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، مجلد (19) ، عدد (02) .
6. عبد الحميد لمن، سامية حساين (2020)، تداير دعم المؤسسات الناشئة والابتكار في الجزائر، مجلة البحوث في العقود و قانون الاعمال، المجلد 05، العدد 02، جامعة بومرداس.
7. حكيم العطوي، على بلعوفي. (2021). "دور وأهمية إرساء ثقافة حوكمة الشركات على استدامة الشركات الناشئة"، مجلة إدارة الأعمال والدرا سات الاقتصادية، مجلد (07) ، عدد (02).
8. ياسمينة مخناش، جمال الدين خاسف. (2021). "النظم البيئية المبتكرة للمؤسسات الناشئة (تسليط الضوء على مساعي الجزائر لبناء نظام بيئي خاص)"، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، مجلد (06) ، عدد (02).
9. حبيبة عبدلي (2022)، النظام القانوني المستحدث لتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 11 ، العدد 01 ، جامعة خنشلة.

10. La Source : projet Concours de plan d'affaires NINJA, 2021, P06

11. <https://almostathmir.dz>

12. <https://premier-ministre.gov.dz/ar/post>

13. <https://premierministre.gov.dz/ar/post> دعمها وتشجيعها على خلق المؤسسات الناشئة ودعمها

14. <https://www.startupblink.com/blog/the-components-of-a-startup-ecosystem>

مبادرات الحكومات العربية الداعمة للاقتصاد المعرفي بين الواقع والمأمول

Initiatives of Arab governments supporting the knowledge economy: between reality and hopes

عبد العالي حفظ الله¹، ابراهيم بوعمره²

¹ جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

² جامعة سوسة (تونس)

ملخص: نظرا للاتباط الوثيق بين التطلعات نحو التنمية العربية الشاملة وتعجيلها، وما أصبح يلقاه من إهتمام دولي وإقليمي تناولت هذه الورقة البحثية العناصر المتوقعة لانجاز مكونات الاقتصاد المعرفي في البلدان العربية من خلال ثلاث محاور أساسية. حيث تم التطرق إلى عرض وبيان الأطر النظرية في كيفية اكتساب المعرفة وفي كيفية تراكمها، ثم التعرض الى طبيعة هيكل الاقتصاد المعرفي القائم في الدول العربية ومعوقات استخدام ادوات ومستلزمات ودور الاقتصاد المعرفي، لنصل في الأخير إلى دراسة مدى الإهتمام بها من خلال تقييم الاستراتيجية العربية المناسبة وكيفية أختيارها لانجاز الاقتصاد المعرفي. وقد تم التوصل الى جملة من الاستنتاجات جاء في مقدمتها الانخفاض المستمر بمستوى التعليم وتدني مستوى البحث والتطوير وظهور الطابع البيروقراطي على ما هو مستخدم منها بالإضافة الى غياب التبادل الافقي في مجال المعلومات فيما بين البلدان العربية وطرد الموارد البشرية وفي مقدمتها الكفاءات العلمية التي تشكل العضد والعمود الفقري للاقتصاد المعرفي، ولعل النتيجة الجوهرية المتوصل إليها بهذا الصدد تتلخص في غياب استراتيجية صناعة محتوى المعلومات التي تعتبر أهم مقومات مجتمع المعلومات عندما ينصب التركيز كما هو جاري الآن في البلدان العربية على ارساء البنية التحتية الاساسية لمجتمع المعلومات من جانب آخر. واضعين من خلال هذه الورقة البحثية جملة من المقترحات التي نراها مناسبة لدفع الإقتصاد المعرفي والوصول الى ما هو منشود، لعل أهمها اعطاء الأهمية القصوى لإعادة هيكلة التعليم بكافة مراحله، وكذلك العمل على ايجاد البيئة العربية المناسبة لبناء صناعة عربية للمحتوى المعرفي يشترك في أنجازها القطاعين العام والخاص متناسقة ومتماشية مع صناعة المحتوى المعرفي في الدول المتطورة.

الكلمات المفتاحية: الإقتصاد المعرفي؛ إدارة المعرفة؛ التنمية الإقتصادية؛ التنمية الإجتماعية.

Abstract: Given the close connection between the aspirations towards comprehensive Arab development and its acceleration, and the international and regional attention it has received, this research paper deals with the expected elements for achieving the components of the knowledge economy in the Arab countries through three main axes. Where we touched on presenting and explaining theoretical frameworks in how knowledge is acquired and how it is accumulated, then exposure to the nature of the structure of the existing knowledge economy in the Arab countries and the obstacles to the use of tools and requirements and the role of the knowledge economy, so that we can finally study the extent of interest in it by evaluating the appropriate Arab strategy And how to choose them to achieve the knowledge economy. A number of conclusions were reached, foremost of which was the continuous decline in the level of education, the low level of research and development, the emergence of the bureaucratic nature of what is used in it, in addition to the absence of horizontal exchange in the field of information among Arab countries, and the expulsion of human resources, especially the scientific competencies that form the humerus and backbone. The knowledge economy, and perhaps the essential result reached in this regard is the absence of a strategy for the information content industry, which is considered the most important component of the information society when the focus is focused, as it is now in the Arab countries, on establishing the basic infrastructure for the information society on the other hand. Putting Through this research paper, we put forward a set of proposals that we see as appropriate to advance the knowledge economy and achieve what is desired. Perhaps the most important of them is giving the utmost importance to restructuring education at all its stages, as well as working to find the appropriate Arab environment to build an Arab industry for knowledge content, to be implemented by the public and private sectors. Consistent and compatible with knowledge content creation in developed countries.

Keywords: Cognitive Economics; Knowledge Management; Economical Development; Social Development.

غني عن البيان أن المعرفة تعتبر الصفة الأساسية للمجتمع الانساني الراهن، فمن خلالها تحققت معظم التحولات العميقة والمهمة في كل مجالات الحياة لما لها من علاقة عضوية بتنمية المجتمعات الانسانية، فالمعرفة هي أحد المكتسبات المهمة للاقتصاد والمجتمع. فبناء القدرات الانسانية وتطويرها باعتبارها العنصر الانتاجي الرئيسي والمحدد الاساسي للانتاجية انما ينطلق من تطوير كفاءة وقدرات الموارد البشرية.

فامتلاك وسائل المعرفة بشكل موجه وصحيح واستثمارها بكافة أبعادها العلمية الدقيقة من خلال الاستخدام الكثيف للمهارات وأدوات المعرفة الفنية والابتكارية والتقانة (التكنولوجيا) المتطورة لا بد وان يشكل اضافة حقيقية للاقتصاد الوطني وقاعدة حقيقية للانطلاق نحو التحول الى الاقتصاد المبني على المعرفة، فالتوجه المعاصر من قبل العلماء والباحثين نحو اعتبار المعرفة ذات قيمة وانها أصبحت العنصر الرئيسي من بين عناصر الانتاج يلقي الضوء على جانب آخر من المعرفة يتعلق بكيفية ادارتها، وعليه فإن إشكالية الدراسة تتلخص في تساؤل جوهري مفاده:

ما مدى مساهمة الاقتصاد المعرفي في تحقيق التنمية الشاملة الاقتصادية والاجتماعية التي تمكن الدول العربية من اللحاق بمسيرة الثورة المعلوماتية المعاصرة؟

ومنه فإن اهداف هذه الدراسة تتلخص في:

- تحديد المعوقات والصعوبات التي تواجهها البلدان العربية على صعيد الانتاج المعرفي في ظل التطورات التكنولوجية العالمية المتسارعة جدا.
 - محاولة تحديد التصورات التي يمكن ان تكون عليها متطلبات التحول نحو الاقتصاد المعرفي للدول العربية التي تعتبر ذات اقتصادات لم تصل بعد الى مرحلة الكفاية في بناء المعرفة.
 - ما هي الكيفية التي تتمكن من خلالها الاقتصادات العربية تكوين المحتوى المعرفي المناسب على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والذي يتمكن من استيعاب التطور التكنولوجي في مختلف الميادين العلمية، لا سيما في مجال التطبيقات العملية كالتطبيقات البرمجية، والانتاج الاعلامي والفني، وفي مجال الاتصالات والمعلومات ... الخ.
- من هذا المنطلق ومما سبق فان هذه الورقة البحثية حاولت دراسة واقع الاقتصاد المعرفي في البلدان العربية من خلال تحليل طبيعة البناء المعرفي في ضوء الدراسات والبحوث النظرية والعملية لتحديد الاستراتيجيات الملائمة لاكتساب المعرفة وتراكمها بما يفضي الى تحقيق التقدم المنشود، من خلال ثلاث محاور: حيث تم التطرق إلى عرض وبيان الأطر النظرية في كيفية اكتساب المعرفة وتراكمها (المحور الأول)، ثم التعرض إلى طبيعة هيكل الاقتصاد المعرفي القائم في الدول العربية (المحور الثاني)، وأخيرا دراسة وتقييم الاستراتيجية العربية المناسبة لانجاز الاقتصاد المعرفي (المحور الثالث).

2. المحور الأول: عرض وبيان الأطر النظرية في كيفية اكتساب المعرفة وتراكمها

إن التطرق الى أساسيات اقتصاديات المعرفة، توجب بالضرورة ضرورة تثبيت بعض المفاهيم التي تخدم الدراسة

وهدفها والمتسخدمة في هذا البحث، ومنها ما يلي:

- **الاقتصاد المعرفي:** هو ذلك الفرع من علم الاقتصاد الذي يهتم بعوامل تحقيق الرفاهية العامة من خلال مساهمته في اعداد دراسة نظم تصميم وانتاج المعرفة ثم تطبيق الاجراءات اللازمة لتطويرها وتحديثها، فالاقتصاد المعرفي يبدأ من مدخل عملية انتاج وصناعة المعرفة ويستمر نحو التطوير المرتكز على البحث العلمي ومنضويات تحت اهداف استراتيجية يتواصل العمل على تحقيقها من اجل تنمية شاملة ومستدامة.

- انتاج المعرفة: ويقصد بها عملية الابتكار والاكتشاف والاختراع او الاكتساب لمعرفة معينة ثم القيام باستخدامها ونشرها ثم تخزينها.
- صناعة المعرفة: هي امتداد لعملية انتاج معرفة، وتتضمن الاساليب التربوية وطرق التدريب وعملية الاستشارات والمؤتمرات والبحث والتطوير وتضطلع بمهمة حمل ونقل المعرفة.
- ادارة المعرفة: تمثل الكيفية التي تتم بموجبها توجيه كل ما من شأنه الوصول الى المعرفة وطرق استخدامها والاستفادة منها بشكل هادف. ويمكن القول ان ادارة المعرفة هي شرط جوهري لإنتاج المعرفة في الجامعات والمراكز العلمية والبحثية والتعليمية وفي المصانع والمزارع وورش العمل (غالب الرفاعي، تشرين الثاني، 2004، ص 13)
- الاقتصاد المبني على المعرفة: هو ذلك المنهج الذي يستخلص من ادراك مكانة المعرفة وتقانتها والعمل على تطبيقها في الانشطة الانتاجية المختلفة، اي انه يعتمد على تطبيق قواعد الاقتصاد المعرفي في مختلف الانشطة الاقتصادية والاجتماعية في مجتمع يمكن ان نطلق عليه المجتمع المعلوماتي (محمد خضري، 2004، ص 35).
- فغني عن البيان أن التنمية الاقتصادية - الاجتماعية بمفهومها الشامل أخذت حالياً مسارا جديدا ينطلق من أساس المعرفة، حيث أضحت انتاج المعرفة وعملية استخدامها يشكل مفتاح التفكير الذي تركز عليه عملية بناء النظم الاقتصادية والاجتماعية وبشكل يتناسب مع درجة تطورها. ومن هنا ينبثق السؤال الآتي "كيف تؤثر المعرفة وكيف يتسع انتشارها لكي تحدث تحولا في هياكل أنظمة الانتاج والبنى الاجتماعية؟ ان الاجابة على هذا السؤال يتطلب تناول المواضيع الآتية:

1.2. كيفية تراكم المعرفة:

ان موضوع المعرفة يعتمد أساسا على المجال الذي تستخدم فيه كاستخدامها بشكل مكثف في مجال الانشطة الاقتصادية، مع ضرورة التركيز على (Gadrey and Gallouj, 2002, P.54). ويرى كل من دو يانت وديابيا جيو أن المستوى الاجتماعي الذي يمثل البيئة الحاضنة لاعادة استخدام المعرفة. كما وان ادخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ربما يحسن المستوى المعرفي، فالتكنولوجيا الجديده يمكن ان تساعد على حل المشاكل التي تظهر في عملية الانتاج وخلق فرص جديده للمعرفة.

ومنه يتضح أن هناك اعتماد متبادل في التطورات المعاصرة لثلاث ظواهر احدثت تغييرات هيكلية جوهريه وهي: العولمة والتعليم ونظام التكنولوجيا الجديده المرتكز على المعلومات والاتصالات (Bratton , 2000.p.4) فظاهرة العولمة فرضت تغييرات في كل منظومة النشاط التي تمارسها المنظمات، ويرى البنك الدولي ان عملية تكامل الاسواق، كما أدت الى سرعة تكامل الاسواق الدولية انتشرت بسرعة مستفيدة من المخترعات الفنية وتكنولوجيا المعلومات حول العالم (ozay M, and M. Tahiroglu Ln , 2003 . p.45)

2.2. أثر الحث الخارجي والحث الداخلي في التراكم المعرفي:

- ان الاقتصاد الذي يستند الى اساس معرفي هو اقتصاد يستفيد من تأثيرات مختلف أشكال هياكل شبكات الاتصال في عمليات تنظيم وتطوير الدخول الى حيز المعلومات والمعرفة، غير أن ذلك يتطلب الإشارة الى نقطتين مهمتين:
- يتمثل بتأثير العامل الخارجي في التراكم المعرفي الذي يفترض أن يكون منسجما مع سيرورة عملية النمو الاقتصادي الداخلي. حيث أن العامل الخارجي في ظل تطوره الجديد والمتمثل بالعولمة أخذ أبعادا مهمة في تأثيراته، ففي نفس الوقت الذي تكون فيه التغييرات الهيكلية ذات اعتماد متبادل على المدى الطويل فيما يتعلق بالتنمية الاقتصادية، فأن هناك انتشارا لنظام تكنولوجي جديد يتركز في مجال المعلومات والاتصالات. (Gadrey et, a/2002.P.103)

- يرتبط بعامل نمو داخلي النشأة والذي تعود تفسيراته أصلا الى نموذج كالدور في سبب التراكم الرأسمالي. (Gadrey et al , 2002. P.109,

ان فكرة النمو الداخلي النشأة تعود الى تمييز جانبيين يرتبطان بالعوامل التي تؤدي الى تفعيل دور العامل الخارجي فيما يتعلق بزيادة انتاجية عناصر الانتاج وهما:

- الجانب الاول: فيما يتعلق بنوعية قوة العمل، والمقصود هنا هو رأس المال البشري.
- الجانب الثاني: ويعتمد على مختلف الجوانب الفنية المتمثلة بالخدمات الوسيطة، حيث يوجد تصورين مستقبليين في موضوع التأثيرات الداخلية والخارجية للتراكم المعرفي، كما ويتركز كليهما في موضوع تكوين رأس المال البشري، وفي تنظيم الجانب الفني النوعي.

فالتصور الاول يتجه نحو اعتبار التعليم المصدر الرئيسي للتأثير الخارجي في تجميع المعرفة، أنظر (Lucas . R. 1988. P.42)، وفي هذا الاتجاه يركز رومور على موضوع الخبرة التدريجية التي يمكن اكتسابها من خلال العمل، حيث يفترض انه سيحصل نمو سريع في مخزون رأس المال الثابت. أنظر (Romer.P.1990.p.71)، أما التصور الثاني فيتجه نحو اعتبار كل أشكال البنى التحتية هي مصادر خارجية للتراكم المعرفي.

ان هذا المصدر يتمثل في قطاع الاتصالات. (Roller and Waremman , 1996, P.87) فيرى كل من رولر ووارمان فيعتقدون ان هذا المصدر هو القطاع المالي . (Amable et al . 1997) أما اميل وآخرون، بينما يعتبر كل من برادفورد وسومرز ان التطور في الاستثمارات الخاصة والعامة هو مصدر هذا التراكم (Bradford and summers , 1991 .p.445)
3.2. التحليل الاقتصادي للمعرفة:

تمثل المعرفة الاقتصادية الأساليب والطرق التي يعرفها ويفهم استخدامها الانسان والتي لها تأثير عميق على الاقتصاد وتهدف الى:

- محاولة فهم وقياس التأثير الذي تخلقه المعرفة؛
- محاولة فهم طرق تراكمات المعرفة؛
- محاولة كشف المعرفة وتعلمها ونقلها الى الآخرين.

وعليه فاقتمادات المعرفة هي جزء من التحليل الاقتصادي الخاص بالطرق العلمية والهندسية التي تتناول دراسة الكشف عن تطور أساليب التقدم العلمي والفني الجديدة أو ما يسمى بالتكنولوجيا الحديثة، كما وان اقتصاديات المعرفة تتناول دراس الثقافة المعرفية وطرق التعليم والتعلم.

4.2. مساهمة الدولة في التراكم المعرفي وحمايته:

هناك عدد من الطرق التي يمكن أن تلجئ اليها الدولة لتحصل على توزيع أكثر كفاءة للموارد في ضوء الوفورات الخارجية للمعرفة المتمثلة بالتعليم والبحث والتطوير. ومن هذه الطرق هي:

- المساعدات أو المنح: تتمثل في ما تقدمه الحكومة من اعانات للمنتجين بالاعتماد على مستوى الإنتاج، وتقدم هذه المنح أو المساعدات الى القطاع الخاص الذي تخدم أنشطته المنافع العامة، وبرنامج الحكومة في الاعانات يساعد القطاع الخاص بمزاولة نشاطه من خلال استغلال الموارد بكفاءة عالية.

- حقوق الامتياز والتقليد: المعرفة ربما هي المتغير الوحيد الذي لا ينطبق عليه قانون تناقص الانتاجية الحدية، فكلما تزايدت المعرفة أدت الى تزايد انتاجية الانسان. ويظهر أنه لا يوجد اتجاه يرى بأن زيادة الوحدة الواحدة من المعرفة سينتج عنها تناقص

وحدة واحدة من الإنتاجية، فمثلا خلال 15 سنة الماضية لوحظ بأن تقدم المعرفة في استخدام مايكروبروسيسر قد اعطتنا تتابع مستمر في بروسيسر شبس التي جعلت الكمبيوتر الشخصي اكثر فاعلية وايسر واوسع في الاستخدام، وبالتالي فإن كل تقدم في المعرفة المتعلقة بتصميم وصناعة بروسيسر شبس جاءت بتزايد في المنجزات والإنتاجية، وبالمثل فان كل تقدم في المعرفة يؤدي الى تراكم الوفورات الخارجية، حيث أن تقدم المعرفة مثلا في تصميم وبناء الطائرات أدى الى تزايد كبير في منجزات الطيران، اذن الامثلة كثيرة وفي معظم حقول المعرفة والتي أدت الى تراكم في الوفورات الخارجية في مختلف الحقول العلمية، حقيقة ان السبب الرئيسي في تراكم المعرفة هو تزايد الوفورات الناتجة من التعمق والتوسع في مختلف الاساليب والطرق والتي هي ناتجة أصلا من الاستخدام الافضل والتراكم الاكثر والاسرع للمعرفة.

ولكون المعرفة تخلق وتزيد انتاجية الوفورات الخارجية فهي اذن ضرورية للاستخدام في السياسة العامة لضمان تطوير الافكار الجديدة التي تخلق وتشجع العمل الكفوء، كما أن الوسيلة الاساسية في خلق الحوافز الصحيحة للمبدعين في مختلف حقول المعرفة هي في توفير الظروف المناسبة المتمثلة بالمحافظة على حقوق اكتشافاتهم وهو ما يطلق عليه حقوق الملكية الفكرية. كما وان الاطار القانوني الذي ينظم هذه الحقوق هو الذي يعرف بحقوق الامتياز أو حقوق تسجيل الاختراع.

5.2. التراكم المعرفي مقوم أساس لبناء البحث العلمي التطبيقي:

يمكن القول ان هناك اعتماد متبادل بين موضوع تراكم المعرفه والتطور والبحث العلمي وما يتم التوصل اليه من نتائج وتطبيقات، ومن هنا فإن التطوير المعرفي يستند إلى البحث العلمي الذي يقود إلى امتلاك التكنولوجيا التي تعتبر المؤثر المباشر والاساسي في تحقيق حالة الاستثمار الامثل للموارد الاقتصادية من اجل الوصول إلى حالة التطور لاقتصادي.

لقد اعطت هذه العلاقة (التراكم المعرفي - البحث العلمي التطبيقي) ثمارها، فقد دلت تجارب مجموعة من دول العالم النامي كنيابان وكوريا الجنوبية وسنغافوره وماليزيا وهونغ كونغ وبعض الدول الأخرى لا سيما في جنوب شرق اسيا باعتبارها دول لا قطة للمعرفه على حقيقة هذه العلاقة، حيث استفادت هذه الدول من اكتساب المعرفه ثم تطبيقها لتصل إلى مرحله التنافس مع دول متقدمه كالولايات المتحدة الامريكية (عدنان نايفه / 2001، ص 9).

لقد اثبتت الدول المذكورة نجاحهما بإعتبارها دول صناعية جديدة في استعادة جذب كثير من مهاراتها المهاجرة، حيث وضعت برامج واعدة في تعظيم الاستفادة من هذه المهارات، كما ركزت على انشاء شبكات تواصل بين هذه المهارات على المستويين المحلي والعالمي تمكنا من الحصول على رأس مال معرفي جديد لم تكن يوما قادرة على الاستثمار فيه (حمودة . ص 23. 2003). فحصيله الخبرات الاستثمارية السابقة في تمويل المشاريع تعتبر على درجة كبيرة من الاهمية (الرفاعي ، تموز 2002 . ص 55).

3. المحور الثاني: طبيعة هيكل الاقتصاد المعرفي القائم في الدول العربية

إنطلاقا من تقارير التنمية الانسانية العربية نجد أن حقيقة درجة التطور المعرفي في الوطن العربي. فقد ابرز التقرير الاول ان احد أهم النواقص في الدول العربية هو موضوع استخدام المعرفة، اما التقرير الثاني فقد كرس بالبحث المعمق لمسائل المعرفة ومجتمع المعرفة، وقيم حال اكتساب المعرفة على صعيدي النشر والانتاج، فواقع الحال في البلدان العربية يؤكد حقيقة النقص الكبير في القدرات التي تسببها عدم كفاية نظم التعليم وكذلك انخفاض الاستثمار وبشكل كبير في مجال البحث والتطوير، كما ان استخدام المعلوماتية اقل من اي مكان آخر في العالم.

ان تقرير التنمية الانسانية العربية الصادر في سنة 2002 يؤكد ان ما يحتاجه الوطن العربي هو توافر الإرادة السياسية للإستثمار في القدرات البشرية والمعرفية التي بنيت على اسس ضعيفة، كما اكد التقرير الى ضرورة زيادة الانفاق على التنمية لتستفيد قطاعات الصحة والتعليم والبحث العلمي والتقني واعطاء العامل الانساني ما يستحقه من اهتمام.

ويمكن ارجاع أسباب النقص في انتاج عناصر المعرفة ونشرها في الدول العربية الى الآتي:

1.3. انخفاض مستوى التعليم:

بالرغم من التقدم الملحوظ الذي طرأ على التعليم في بعض الدول العربية، الا ان مستوى التعليم بشكل عام لم يصل الى حد الكفاية اللازمة لتحقيق الانتقال النوعي نحو محتوى ومضمون معرفي يدفع باتجاه انتاج المعرفة ونشرها، فقد تحقق تقدم كمي في مخرجات التعليم رافقه تدني في التحصيل المعرفي والذي انعكس بدوره في ضعف القدرات التحليلية والابتكارية، وقد كانت النتيجة ضعف في نوعية الموارد البشرية مما ادى الى ظهور فجوة بين الكفاءة العلمية للمتخصصين في مختلف الميادين.

2.3. انخفاض مستوى البحث والتطوير:

بالإضافة الى ما ذكرناه في النقطة السابقة فإن محدودية عدد وضعف امكانات مراكز البحوث وتدني مستوى ادائها الكمي والنوعي ادت الى عجز واضح تبلور في شكل فجوة حقيقية بين الانتاج المعرفي في الدول العربية مقارنة بمستواه في كثير من بلدان العالم الاخرى. فمخرجات البحث والتطوير دون المستوى المطلوب، حيث لا تتجاوز حصة الدول العربية 1% من اجمالي النشر العلمي في العالم، وعلى صعيد براءات الاختراع المسجلة للدول العربية، فقد اشارت البيانات ان 9 دول عربية سجلت 370 براءة اختراع خلال الفترة 1980 / 1999، إن هذه النسبة تعتبر منخفضة اذا ما قورنت بدول اخرى ككوريا التي سجلت 16328 براءة اختراع وتشيلي التي سجلت 147 براءة اختراع.

3.3. غلبة الطابع البيروقراطي:

من بين الاشكاليات المهمة التي تؤثر بشكل مباشر على البحث العلمي وبالتالي على توجهاته وتطويره هي الصيغ البيروقراطية السائدة - على الاخص - في المؤسسات والمراكز البحثية في الدول العربية. فالاهتمام الزائد بالمواقع الادارية والابتعاد عن الانشطة الفاعلة والهادفة في المجال العلمي ادى الى اضعاف التوجه العلمي من خلال تثبيط فاعلية العلماء والباحثين وبالتالي انخفاض نتاجهم العلمي وضعف ما يمكن انتاجه.

4.3. ضعف التخصيصات المالية:

مما لا شك فيه ان حجم الانفاق المالي يعتبر من العوامل المهمة التي تؤثر على البحث العلمي والتطوير، ان نسبة ما يتم انفاقه على البحث والتطوير في الدول العربية لا يتجاوز 0.2% من الناتج القومي، بينما تتراوح هذه النسبة في الدول المتقدمة بين 2.5% و5% من دخولها القومية. وتجدر الاشارة هنا الى ان 89% من حجم الانفاق على البحث والتطوير في الدول العربية تغطيها مصادر حكومية، وهذا يعني ضعف مساهمة القطاع الخاص.

5.3. وجود بعض التوجهات المغلوطة لتطوير المعرفة:

ان المقصود هنا هو الكيفية التي تنقل من خلالها المعرفة. فاستيراد المعرفة الجاهزة، اي استيراد وسائل الانتاج لا يعني نقلاً حقيقياً للتكنولوجيا، وانما هي عملية مؤقتة تزيد من القدرة الانتاجية ثم تتقادم لتصبح بعد ذلك ضعيفة المنافسة في الاسواق مما يتطلب استيراد غيرها. وعليه حتى هذا الاستيراد للمعرفة يحتاج الى عملية تفعيل وتطوير لما يناسب تلك الاقطار وليس مجرد تطبيق ما هو مستورد دون تحويل وتطوير.

4. المحور الثالث: الاستراتيجية العربية المناسبة لانجاز الاقتصاد المعرفي

يعد القرن الحادي والعشرين قرن الاقتصاد المبني على المعرفة، كما وان العالم المعاصر يشهد متغيرات كبيرة في ظل توجه نحو العولمة والخصخصة والاندماجات الاقتصادية. كذلك فإنه يشهد تسارعا كبيرا في موضوع التطورات التكنولوجية، واخرى فيما يتعلق بتنظيم التجارة عن طريق منظمة الخاصة بالتجارة المتعلقة بحقوق الملكية التجارية العالمية وعن طريق حماية

الملكية واتفاقية الفكرية، ازاء كل ذلك يصبح موضوع صياغة استراتيجية للعلم والتكنولوجيا امرا على قدر كبير من الهمية لإنجاز تنمية شاملة اقتصادية واجتماعية في البلدان العربية، وبناء على ذلك سنتناول النقاط الآتية:

1.4. التخطيط لإستراتيجية وطنية تقوم على انتاج المعرفة:

ان الانتقال نحو مجتمع المعلومات والمعرفة يتطلب اعداد مستلزمات مشروع تقييم اصول المعرفة الوطنية، كذلك لابد من وضع برامج تساعد على تكوين مناخ ايجابي لإنتاج المعرفة بدلا من استهلاكها أي ابتكار وابداع المعرفة وليس فقط تلقي واستقبال المعرفة (غالب الرفاعي، 2004، ص 12-13).

ولكي تتكامل رؤية واضحة ازاء هذا الموضوع لا بد من تقريباها مع الواقع الاجتماعي لكثير من البلدان العربية. فلو رجعنا الى تقرير برنامج الامم المتحدة للتنمية في عام 1990، فإن طرح موضوع التنمية البشرية والمعلومات، أصبح البديل الاساسي لرؤية التنمية التي تتعادل مع النمو الاقتصادي. فهدف استئصال الفقر لا بد ان يتواصل مع الدور البارز الذي تقوم به تقنيات المعلومات والاتصال، فهي توفر الادوات والوسائل المهمة لتحسين الصحة والتعليم وفي نفس الوقت تقدم القنوات الجديدة لنشر المعرفة. وفي هذا الصدد لا بد من الاخذ بعين الاعتبار بأن هناك احياء وشعوب لا تزال تفتقر الى اجهزة الهاتف والكهرباء والمياه الصالحة للشرب والمدارس الابتدائية التي تفتقر الى المستلزمات الدراسية المطلوبة، فإن عصر المعلومات والمعرفة التي تعيشها البلدان المتقدمة قد يبدو بالنسبة لبعض البلدان الفقيرة وعداكبعد السماء عن الارض (جمال داود سلمان، 2004، ص 64). حيث ان كثير من المناطق في البلدان العربية ينطبق عليها هذا الوصف ولكن بدرجات متفاوتة.

وبالرجوع الى الابعاد الجوهرية في تنمية بشرية عربية حقيقية سنجد ان التطور في الاقتصاد المعرفي سيعجل في التطور العلمي والتكنولوجي في البلدان العربية. ومن هنا ينبغي الاخذ بنظر الاعتبار عند وضع الخطط التنموية قيام تناسب عقلاي بين اهداف التنمية الاقتصادية وبين حجم الموارد الطبيعية والاقتصادية انطلاقا من درجة التطور التكنولوجي في العالم، كما ان التنبؤ بمستوى التقدم التكنولوجي سيحدد الى درجة كبيرة مستقبل التطورات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وبالتالي لا بد من جعل التطور العلمي والمعرفي قطاعا من قطاعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وعنصرا مكونا من عناصر التخطيط لهذه التنمية (عاكف حلوش، 2005، ص 125).

وفي هذا المجال يمكن ايضا ان نلقي نظرة على دور كل من القطاع العام والقطاع الخاص في تطور الاقتصاد المعرفي في البلدان العربية. فمن الملاحظ ان التنمية الجارية حاليا في ظل العولمة يصاحبها اتجاه قوي نحو خصخصة مصادر المعرفة واضفاء الطابع التجاري عليها وما يتزامن مع ذلك من فرض اجراءات قانونية لحماية الملكية الفكرية الخاصة، ومما يدعم هذا الاتجاه هو ان النظام العالمي الجديد الناهض من اجل حقوق الملكية الفكرية يميل الى ان يركز على الجوانب الاقتصادية لحماية حقوق الملكية الفكرية أكثر مما يركز على اعتبارات المصلحة العامة، وضمن هذا المجال يطرح رأي المطالبين بديمقراطية المعرفة (حق المواطن في المعرفة)، والذي يتناغم مع ما يؤكد تقرير البنك الدولي عن التنمية في العالم عام 1998 بعنوان: المعرفة من اجل التنمية، حيث جاء فيه: ان المعرفة ليس على نطاق الصفوة وانما على مستوى الشعب كله هي العامل الحاسم للتنمية.

كما يؤكد التقرير نفسه على وجوب التصدي لفجوات المعرفة ما بين البلدان وداخلها ولمشاكل المعلومات التي تضعف الاسواق وتعرقل الاجراءات الحكومية، علما ان هذه الفجوات هي أكثر حدة في البلدان الاشد فقرا، كذلك يمكن اعتبارها السبب الرئيسي في ذلك الفقر، ويؤكد التقرير ان هناك حوالي 3 مليارات نسمة تعيش على 3 دولارات في اليوم، ويتركز معظم فقراء العالم في شرق وجنوب شرق آسيا.

يتضح من هذا ان استراتيجية واضحة لا بد ان تنطلق من حقيقة مهمة وهي ان الاقتصادات العربية ذات بنية تحتية ضعيفة واستثمارات محدودة من جانب ومن جانب آخر فإنها تفتقد الى تشريعات وقوانين تواكب التطور التكنولوجي الحاصل في اليابان والدول الاوروبية.

وفي هذا المجال لا بد ان نتطرق الى نقطتين مهمتين فيما يتعلق بالتطور التكنولوجي في البلدان العربية، أن النقطة الاولى تتعلق بتوطين التكنولوجيا، وهذا يتطلب تمكين العلماء والفنيين من فهم عمليات الانتاج ومواصفات المواد المستخدمة ودفعهم نحو القدرة على تطويرها وتحسينها، اما النقطة الثانية فتتعلق بتوليد التكنولوجيا، أي تمكين العلماء والفنيين على عملية الابتكار للتكنولوجيا الجديدة ومساعدتهم في نشرها وتطبيقها.

2.4. تطوير بنية تحتية ترتكز الى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

من المسلم في الوقت الراهن ان المحدد للقوة الاقتصادية في الاقتصاد المعلوماتي هي المعلومات والمعرفة المطلوبة لإبتكار المستحدثات ولجعل الانتاج أكثر فاعلية، ومن الملاحظ ان قطاع المعلومات قد نما على المستوى العالمي بمعدل أكثر من 5% بينما كان نمو الاقتصاد العالمي بمعدل اقل من 3% لنفس الفترة، لذلك فإن هناك تحول من اقتصاد الصناعات الى اقتصاد المعلومات (عبد الهادي، 1999)، والسؤال الثاني الذي يطرح هنا هو: كيف يمكن تطوير بنية تحتية ترتكز الى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البلدان العربية؟

ان الاجابة باعتقادنا تتكون من شقين:

- تجنب التطوير المجزوء، ونقصد به تطوير قطاع واهمال آخر، وهذا ما حدث فعلا عندما توجهت البلدان العربية نحو العناية بالتصنيع واهمال القطاع الزراعي، مما ادى الى حدوث خلل اقتصادي واجتماعي، فغدا الريف مناطق طرد، بينما اضحى المدن تعج بالاعداد الواسعة من الفلاحين المهاجرين والباحثين عن فرص عمل رخيصة حيث تنعدم الخبرة والمهارة فيها، لقد أدى هذا الى انخفاض الاجور وحدوث البطالة والفقر وباقي مظاهر التخلف الاجتماعي.

- امكانية انفصال الاطار المعرفي عن التكنولوجيا، وهذا من اهم ما يميز منتجات اقتصاد المعرفة عن غيرها، حيث هناك امكانية لفصل الشق المعرفي عن الشق التكنولوجي، وهو توجه جديد. ومما يدعم هذه الفكرة ان كلفة انتاج المعرفة ستقل بفضل تكنولوجيا المعلومات، على عكس ما يحدث بالنسبة لإرتفاع كلفة الشق التكنولوجي لتحويل هذه المعرفة الى منتجات فعلية.

ان هذا يعطي فرصة للعلماء والمهندسين في الدول العربية كي يساهموا معرفيا دون ان ينشغلوا بالجانب التكنولوجي. فعلى سبيل المثال يمكن تصميم الدوائر الالكترونية للشرائح السيلكونية ثم تكليف مسابك تصنيع هذه الشرائح بإنتاج التصاميم في صورتها المادية، ان هذا لا يعني الاهتمام بالانتاج العلمي واهمال جوانبه التكنولوجية وتطبيقاته العملية وانما هو توازي للجهد العلمي والتكنولوجي (نبيل علي، آذار 2005)، في الحقيقة هناك اهمية كبيرة لإعطاء موضوع تطوير بنية تحتية ترتكز الى تكنولوجيا المعلومات، حيث ان قطاع المعلومات هو القطاع الذي يشمل كل الانشطة المعلوماتية في الاقتصاد فضلا عن السلع المطلوبة لهذه الانشطة. فقطاع المعلومات هو صناعات المعرفة التي تضم التعليم، البحوث والتنمية، الاتصالات وآلات المعلومات وخدمات المعلومات. ومن هنا ينبغي النظر الى اقسام المعلومات الآتية:

- صناعة محتوى المعلومات: أصبح محتوى المعلومات هو التحدي الحقيقي القادم، فهو اهم مقومات مجتمع المعلومات بلا منازع، فقد انصب التركيز الآن على ارساء البنية التحتية الاساسية لمجتمع المعلومات في البلدان العربية، وهذا ما دفع الدكتور نبيل علي للقول: "المحتوى هو الملك" Content is the King في اقتصاد المعرفة (محمد خضري، 2004، ص 43)، وتجدر الإشارة هنا الى ان صناعة محتوى المعلومات تتم عن طريق المؤسسات في القطاعين العام والخاص التي تنتج الملكية الفكرية وبواسطة

الكتاب والمحررين... الخ، وهؤلاء يبيعون عملهم للناشرين والموزعين وشركات الانتاج التي تأخذ الملكية الفكرية الخام وتجهزها بطرق مختلفة ثم توزعها وتبيعها لمستهلكي المعلومات.

- صناعة تسليم (بث المعلومات): ان هذا القسم من صناعة المعلومات هو مختص بانشاء وادارة شركات الاتصال والبث التي يتم من خلالها توصيل المعلومات، كالشركات التي تدير شبكات التلفزيون وكذلك المؤسسات التي تتولى توزيع محتوى المعلومات كبائعي الكتب والناشرين.

- صناعة معالجة المعلومات: وتقوم هذه الصناعة على منتجي الاجهزة ومنتجي البرمجيات.

5. خاتمة:

ختاماً لهذه الورقة البحثية يمكن القول أن المعرفة تعتبر بالنسبة للمجتمعات التي تسعى لتحقيق التنمية الشاملة مسألة حاسمة، وتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الادوات الاساسية لتحقيق التقدم المؤسس على الاقتصاد المعرفي نحو التحول الحقيقي باتجاه استغلال الموارد الطبيعية والمادية، وبالتالي فإن التأسيس لبعده جوهري قوامه الاقتصاد المعرفي في التنمية البشرية في البلدان العربية يمثل المرتكز الاساسي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية المنشودة.

نتائج الدراسة: وقد توصلت الدراسة الى جملة من الاستنتاجات أهمها:

✓ غياب التبادل الافقي في مجال المعلومات بين البلدان العربية بسبب ضعف البنى التحتية، هجرة الموارد البشرية العربية، بالاضافة الى محدودية حجم الاسواق العربية وعدم استقرارها في اجتذاب رؤوس الأموال؛

✓ هناك فجوة بين مجموعة الدول العربية والمجاميع الانسانية في العالم على صعيد الخبرة الادارية للمعلومات والخبرة الفنية وكذلك في مجال القوانين والانظمة المتعلقة بالتطور التكنولوجي الحديث (جمود التشريعات والانظمة والقوانين وعدم مساهمتها للتطور المعرفي)؛

✓ عدم وجود استراتيجية عربية (موحدة او شبه موحدة) مناسبة لصناعة محتوى المعلومات وانعكاس ذلك في انخفاض جهود البحث والتطوير والابتكار لهذه الصناعة؛

✓ عدم التناسب بين التحولات في شكل المجتمع العربي فيما يتعلق بالجانب الاقتصادي والتعليمي والثقافي عموماً والتغيرات والتحولات التكنولوجية المتسارعة على الصعيد العالمي.

مقترحات الدراسة: بناء على الاستنتاجات التي توصلت اليها الدراسة يمكن صياغة الاقتراحات الآتية:

- اعطاء الاهمية القصوى لموضوع اعادة هيكلة التعليم وبكافة مراحلها وتقوية البحث العلمي والتطوير والبحث على الابتكار من خلال خطط وطنية مدعومة باتفاقيات اقليمية ودولية.
- مواكبة التغيرات التكنولوجية المتسارعة لإستيعاب التطورات المستمرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبقية المعارف الانسانية، ومحاولة ممارستها ميدانياً.
- العمل على ايجاد بيئة مناسبة لبناء صناعة عربية المحتوى متناسقة ومكملة للصناعات العالمية ومطورة لها، والعمل على تقويض الفجوة الرقمية من خلال العمل على انتشار الانترنت وزيادة اعداد مستخدميه وعلى اختلاف مستوياتهم، من خلال العمل على تعليم السكان للغات الحية لتمكينهم على الاطلاع المستمر لما يستجد من طرق ومكونات المعرفة، من خلال زيادة الاهتمام بالعلماء والباحثين ولجميع الاختصاصات من خلال تحسين مستواهم المعاشي وتمكينهم على التواصل العلمي في بلدانهم والعمل على جذب المغتربين منهم بخلق الاجواء المناسبة لهم والعمل على عودة العقول والكفاءات الى الوطن العربي.

5. قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية:

1. الرفاعي غالب عوض، تشرين الثاني 2004، اطلالة اكااديمية على ادارة المعرفة، مجلة الرابطة، عدد خاص، المجلد الرابع، العددان 3 و4.
2. الرفاعي غالب عوض، تموز 2003، " حجم الاستثمار الأمتل في ظل عقد الدين: مدخل إشارات السوق وادارة المعرفة، مجلة الزيتونة للدراسات والبحوث العلمية، جامعة الزيتونة الاردنية، المجلد (2)، العدد الأول.
3. حلوش، عاكف نايف، آذار 2005، أثر التكنولوجيا في تكامل الاقتصاديات العربي في ظل العولمة الاقتصادية، مجلة الرابطة، المجلد الخامس، العدد الأول.
4. حمودة عبد الناصر محمد علي، يونيو 2003، حركية انتقال العمل في ظل العولمة، المجلة العلمية لكلية التجارة، جامعة آسيوط، العدد الرابع والثلاثون.
5. نايفه عدنان، 20 و21/10/2001، العلوم والتكنولوجيا في العالم المعاصر، ندوة العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي: الواقع والطموح، مؤسسة عبد الحميد شومان.
6. عبد الهادي، محمد فتحي، أكتوبر 1998، أسس مجتمع المعلومات وركائز الاستراتيجية العربية في ظل عالم متغير، أعمال المؤتمر التاسع للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات حول الاستراتيجية العربية الموحدة للمعلومات في عصر الانترنت، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم .
7. نبيل علي، 1994، العرب وعصر المعلومات في علم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
8. نبيل علي، 26 آذار 2005، تكنولوجيا المعلومات والمعلومات وتطور العلم: منظور عربي، جريدة الرأي الأردنية، العدد 12605.
9. سليمان جمال داود، تشرين الثاني 2004، المعرفة العربية والتنمية، مجلة الرابطة، المجلد الرابع، العددان 3 و4.
10. خضري محمد، تشرين الثاني 2004، متطلبات التحول نحو الاقتصاد المعرفي، مجلة الرابطة، المجلد الرابع، العددان 3 و4.

ثانياً: الأجنبية:

11. le Crosnier, 1997, Herve l'Economie de l'information dans le contexte des nouvelles technologies, <http://www.altavist.com>
12. Martinet, Bruno; Marti, Yves-Michel, 1995, L'intelligence economieque; les yeux et les oreilles de l'entreprise, Paris. Les editions d'Organization.
13. Mieg, Bernard. 1995, La pensee communicationnelle. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
14. Bradford De long, L. and Summers L. 1991, Equipment investment and economic growth , Quarterly Journal of Economics , 106 (2) May .
15. Gadrey jean, and Gallouj Faiz 2002 , Productivity , Innovation and knowledge in Services " Edward Elgar publishing , Inc.
16. Lucas . R, 1988 , on the mechanics of economic development, Journal of Monetary Economics , 22 July .
17. Romer . P, 1990, Endogenous technical change," Journal of political Economy.
18. Roller L . and Waverman L. 1996, The impact of telecommunication infrastructures on economic development; in Howit P, The implications of knowledge based growth for microeconomic policies industry Canada Research Series, University of Calgary press.
19. http:// www. Arabcin.net /Arabic /5nadweh /print / pivot-4economics- knowledge.htm.

ريادة الأعمال في المنظمات العربية كركيزة أساسية نحو اقتصاد المعرفة

Entrepreneurship in Arab organizations as a key pillar towards the knowledge economy

عمار زيدان¹

¹جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)

ملخص: تتناول هذه الدراسة موضوع ريادة الأعمال باعتباره أحد أبرز الحلول لمواجهة تلك التحديات التنموية والاقتصادية التي تعاني منها العديد من الدول وخاصة الدول العربية خصوصاً مع تنامي تداعيات التحول الرقمي والمعرفي، ولمواكبة المستجدات التكنولوجية المتسارعة كان لزاماً على المنظمات العربية مواكبة المنظومة الاقتصادية العالمية والاندماج فيها، ويستلزم ذلك توفير الإمكانيات والأسس اللازمة لتطوير منظمات الأعمال واستمراريتها. والهدف من البحث هو إبراز أهم نماذج المنظمات العربية في ريادة الأعمال بهدف الولوج في اقتصاد المعرفة وتبني استراتيجية معرفية رقمية لتعزيز الجانب الريادي في المنظمات العربية وفق أساليب إدارية ابتكورية لتخطي العقبات الاقتصادية والقدرة على مواجهة التحديات ومعالجتها، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كونه يتناسب مع موضوع البحث ولجمع أكبر قدر من المعلومات بأكثر دقة ووضوح عن ريادة الأعمال ودورها الإيجابي في المنظمات العربية. ومن أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذا البحث: أن المنظمات العربية تلعب دوراً أساسياً ومهماً في تعزيز ودعم ريادة الأعمال من خلال المبادرات والممارسات العربية والدور الاستراتيجي الريادي في دعم أعمال المنظمات والاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية وتحقيق من خلالها التنمية الاقتصادية في الحكومات العربية.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ المنظمات العربية؛ اقتصاد المعرفة؛ التنمية الاقتصادية.

Abstract: This study addresses the topic of entrepreneurship as one of the most important solutions to address these development and economic challenges experienced by many countries, especially Arab countries, especially with the growing ramifications of digital and knowledge transformation and to keep abreast of accelerated technological developments. Arab organizations must keep abreast of and integrate into the global economic system. This requires providing the necessary possibilities and foundations for the development and continuity of business organizations. The aim of the research is to highlight the most important models of Arab organizations in entrepreneurship with the aim of entering the knowledge economy and adopting a digital knowledge strategy to strengthen the leadership aspect of Arab organizations according to innovative management methods to overcome economic obstacles and the ability to meet and address challenges. The study followed the analytical descriptive approach as being relevant to the research topic and to gather the most accurate and clear information on entrepreneurship and its positive role in Arab organizations. One of the most important findings of this research is that Arab organizations play a fundamental and important role in promoting and supporting entrepreneurship through Arab initiatives and practices and the leading strategic role in supporting the organizations' work and optimizing the use of economic resources and achieving economic development in Arab Governments.

Keywords: Entrepreneurship; Arab organizations; Knowledge economy; Economic development.

يمر الاقتصاد العالمي اليوم بمرحلة انتقالية نحو الاقتصاد الجديد أو بما يعرف باقتصاد المعرفة، مما أدى إلى تنامي دور ريادة الأعمال على الصعيد العالمي، ولهذا انصب اهتمام الاقتصاديات العالمية الكبرى بمجال ريادة الأعمال باعتباره المحرك الأساسي لعجلة التنمية المستدامة خصوصاً في ظل تطور الأنماط والأساليب الإدارية في المؤسسات الاقتصادية، لذا كان لزاماً على مختلف الحكومات والمنظمات الدولية خاصة الحكومات العربية الاستجابة للسياقات الاجتماعية والمتغيرات الاقتصادية والإقليمية وفتح المجال أمام رجال الأعمال والنشطاء الاقتصاديين ومختلف القطاعات والمؤسسات بشقيها الخاص والعام في المشاريع الريادية لبلوغ الأزدهار الاقتصادي المنشود، وقد أصبحت ريادة الأعمال وسيلة حيوية للمنظمات لكي تستمر في اكتشاف واستثمار الفرص من أجل تحريك المنظمات والأفراد إلى مغامرة جديدة، ولهذا تلجأ المنظمات العربية إلى دعم وتعزيز ريادة الأعمال كدعامة أساسية نحو اقتصاد المعرفة وتحقيق التنمية المستدامة.

1.1. إشكالية الدراسة: مع ازدياد الاهتمام بموضوع ريادة الأعمال من طرف المنظمات العربية والتي أفرزت عدة تجارب ومبادرات تساهم في خلق بيئة ريادية فعالة وفي هذا السياق نطرح الإشكالية التالية:

كيف تساهم المنظمات العربية في دعم ريادة الأعمال في ظل اقتصاد المعرفة؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية التساؤلات الآتية:

- ماذا نقصد بريادة الأعمال؟

- ماهي أبرز المبادرات العربية الداعمة لريادة الأعمال في المنظمات؟

وللإجابة على هذا التساؤل من خلال الفرضية التالية:

• كلما زاد اهتمام صناعات القرار بموضوع ريادة الأعمال كلما زادت جودة المخرجات الاقتصادية للمنظمات العربية.

2.1. أهمية الموضوع: تكمن أهمية الموضوع في:

• إبراز دور وأثر المبادرات والممارسات العربية في دعم ريادة الأعمال في المنظمات، من خلال ابتكار خطوات عمل جيدة لتطوير المنتجات بإدخال تقنيات حديثة تنقلها إلى مصاف التنافسية العالمية.

• الدعم الحكومي العربي للابتكار وتوفير البيئة الداعمة وتسهيل الضوء على الخبرات العربية الداعمة لريادة الأعمال للاستفادة منها مستقبلاً على المستوى المحلي والإقليمي في المنظمات العربية.

• الاستفادة من الأساليب والطرق الحديثة المتبعة في دعم ريادة الأعمال.

3.1. الأهداف: يهدف هذا البحث إلى:

• التأكيد على ضرورة وأهمية دعم وتعزيز ريادة الأعمال والمشاريع الريادية للمنظمات العربية ودورها الهام والفعال في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة والمستدامة.

• تسليط الضوء على الخبرات العربية وتقديم مفهوم شامل حول موضوع ريادة الأعمال في المنظمات العربية.

• توضيح وتحليل نموذج ريادة الأعمال وإبراز دورها الريادي في المنظمات العربية في ظل مفاهيم ومبادئ اقتصاد المعرفة وانعكاساتها على البيئة العربية.

4.1. هيكل الدراسة: ولمعالجة الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى محورين:

- الإطار المفاهيمي لريادة الأعمال؛

- أبرز مبادرات الحكومات العربية الداعمة لريادة الأعمال في المنظمات.

2. الاطار المفاهيمي لريادة الأعمال:

1.2- تعريف ريادة الأعمال: (ENTREPRENEUR)

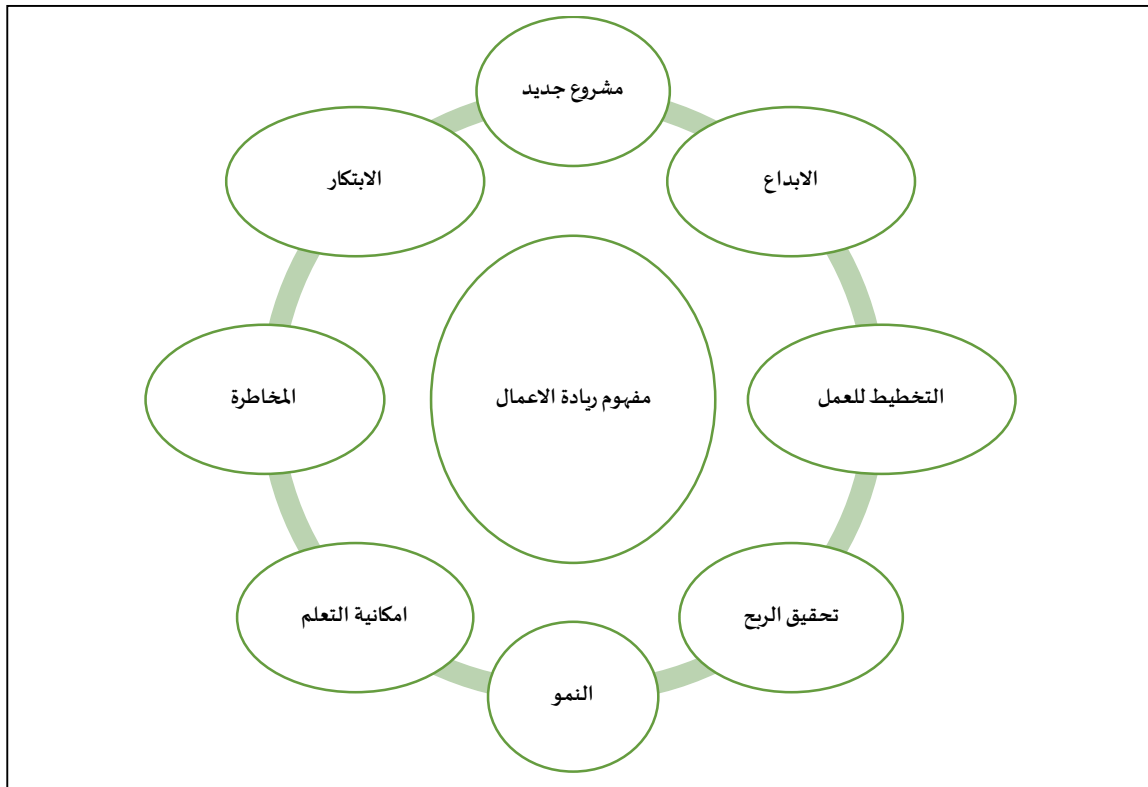
يقوم مفهوم الريادة في الأعمال على الفرد الذي ينشئ شركة خاصة بالاعتماد على عنصر الابتكار والريادة والإبداع لإنتاج المنتجات والسلع أو لبيع الخدمات أو أفكار، وأصبحت الأعمال في عموماً حديث رجال الأعمال والعاملين في القطاعات التنموية والإبداعية والتقنية وغالباً ما تشير إلى مرحلة البداية، فأصحاب المؤسسات الرائدة هم أشخاص ينافسون في انطلاقة إنشاء الأعمال التجارية (Startup) الانطلاقة الجديدة بالاعتماد على المخاطرة بالعمل في محيط غامض أو هي إحداث ابتكار جديد في مؤسسة قديمة قصد الرفع من إنتاجيتها وزيادة أرباحها. (مولات و مراد بودية، 2022، صفحة 295)

تعريف مرصد الريادة العالمي لريادة الأعمال (GEM) على أنها " أي محاولة لإنشاء أعمال تجارية جديدة أو إنشاء مشاريع مثل الأعمال الحرة (Employment-self) أو مؤسسات جديدة أو توسيع، نشاط تجاري قائم، من قبل فرد أو مجموعة من الأفراد. (الخنساء ، 2019 ، صفحة 39)

وتعرف الريادة أيضاً على أنها "السعي خلف الفرص المتاحة والمتتالية التي تتسبب في إنشاء وتطوير المنظمة مع تنبؤ خلق قيمة للمشاركين وأصحاب المصالح وهي عملية خلق القيمة بواسطة الاستثمار في الفرص من خلال موارد متفردة. (مولات و مراد بودية، 2022، صفحة 296)

كما يمكن تعريفها أيضاً بأنها "محاولة جديدة في العمل وإنشاء منظمة جديدة أو توسيع المنظمة الحالية أو توسيع نطاقات العمل الحالية من طرف الأشخاص أو فرق العمل أو تأسيس أعمال تجارية". (SCOTT & LESLIE, 2003, p. 10) كما يعرفها الاتحاد الأوروبي " بأنها الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والابتكار والإبداع والفاعلية في التسيير وذلك ضمن مؤسسة جديدة أو قائمة." (عبد السلام، النخاط، وزوبي، 2017)

الشكل 1: مفهوم ريادة الأعمال



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (عزيزة محمد الغامدي)

2.2. خصائص ريادة الأعمال:

تكتسي الريادة في منظمة الأعمال على عدة خصائص أبرزها: (فلاح، 2006، صفحة 50)

- تتصف ريادة المنظمات بالتصور العالي للقدرات المتميزة على تحقيق أهداف أصحاب المصالح وتعظيم ثروة المالكين.
- تتميز الريادة في الأعمال على قدرتها على التكيف والموائمة مع الأحداث والمتغيرات البيئية وسرعة الاستجابة للحاجات والرغبات الخاصة بالمستهلكين، فضلا عن القدرة على مواجهة التحديات التنافسية وفقا لأخلاقيات الأعمال.
- تتميز العمليات الريادية بالقدرة على إنشاء مشاريع صغيرة ذات الصفة المستمرة وأن تعمل على تطويرها وتهيئة المقومات التنافسية لخلق إجراءات ابتكارية الأنشطة الريادية بتوافر رؤيا إستراتيجية مستقبلية
- تتطلب مهارات خاصة وقدرات رجال الأعمال المبتكرين والمبدعين والمتميزين.
- القدرة على خلق أساليب مبتكرة لتطوير المنتجات والتكنولوجيا والرغبة في المخاطرة في الموارد والمبادرة في تشكيل البيئة المرجوة لتحقيق النجاح والقدرة على السلوك التنافسي، والتفرد والاستقلالية في منظمات الأعمال من أجل تطوير الأفكار المتعلقة بالرغبة وطموح الريادة. (جديان، 2014، صفحة 121)
- القدرة على الابتكار واتخاذ القرار المناسب وتحمل المخاطر بهدف تحقيق التميز في النشاطات والأعمال في المنظمات وتكريس ميزة المبادرة بما يتماشى مع اهتمامات وأذواق المستهلكين للسلع أو الخدمات. (يحيوش، 2010)
- ويمكن تلخيص خصائص ريادة الأعمال الى ثلاث: (Stephen, 2016, p. 135) (الابتكار، المخاطرة، إدارة الأعمال).

3.2. أهمية ريادة الأعمال:

تكمُن أهمية ريادة الأعمال فيما يلي: (عبد الهادي وسعدون، 2011، صفحة 13)

- الاعتماد على الموارد الأولية كمدخلات والاعتماد على الأسواق المحلية في تسويق منتجاتها.
- تعمل على الارتقاء بمجالات الاستثمار والادخار.
- توفير المشروعات الريادية والتكيف مع المتغيرات الاقتصادية والسوقية.
- تعتبر المصدر الأساس التي توفر الوظائف وتخلق فرص التشغيل للمواطنين المحليين.
- تعتبر الحاضن الأبرز للإبداع والابتكار والتطوير الفكري.
- تعد المجال الخصب والنواة الرئيسية للمنظمات الكبيرة ومصدر منافسة فعلي الذي يساهم في التنمية والنمو في المناطق التي تعاني من البطالة وتدني مستويات الدخل. (بوعتلي، 2020، صفحة 464)
- أصبحت ريادة الأعمال من المهمات الفعالة في الميدان الاقتصادي التي تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة وتساهم بشكل فعال في تطوير رأس المال البشري والفكري والتي تولد من خلالها الإبداع والتغيير والموازنة تعد آلية للتطوير والتجديد الاستراتيجي، وتبرز أهميتها أيضا في: (ياسر عبد الرسول، بسيوني، وزعزوع، 2021، صفحة 638)
- دورها الإيجابي في الاستعمال الأفضل للموارد المتاحة للوصول إلى منتج جديد؛
- القضاء على البيروقراطية والتحفيز والتشجيع على الابتكار؛
- احتواء المخاطر وتعزيز الفرص الابتكارية؛
- تعتبر العملية الريادية سمة هامة من سمات استراتيجية النمو والميزة التنافسية؛
- تحقيق الأرباح والمساهمة في المجتمع بين العرض والطلب ومتطلبات السوق الأساسية التي تنعكس على العملية الريادية في منظمات الأعمال.

3. أبرز مبادرات الحكومات العربية الداعمة لريادة الأعمال في المنظمات:

تبرز أهمية ريادة الأعمال في كونها تتناول الدعم الحكومي بالنسبة للدول النامية بشكل عام، والدول العربية بشكل خاص، فريادة الأعمال في وقتنا هذا تعد من أهم المحددات الرئيسية للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة ولعل أبرز الحكومات الداعمة والرائدة وبحسب التقرير السنوي الصادر عن جامعة إنسياد للعام 2013، فقد تصدرت الإمارات قائمة دول منطقة الشرق الأوسط في مؤشر الابتكار العالمي تليها السعودية في المركز الثاني وحلت قطر ثالثة، ونفس الشيء بخصوص ثقافة ريادة الأعمال ونمو الشركات المبتكرة فنجد دولة الإمارات في الصدارة كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول 1: أهم المؤشرات الرئيسية لريادة الأعمال للدول العربية الثلاث الأوائل سنة 2020

الدول	الإمارات	قطر	السعودية
ثقافة ريادة الأعمال	67.43	65.60	61.45
نمو الشركات المبتكرة	70.80	66.80	69.20

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على (تقرير مؤشر الاقتصاد الرقمي العربي 2020)

1.3. دعم الحكومة الإماراتية لريادة الأعمال الذكية: (Smart Entrepreneurship)

أصبح الذكاء الاصطناعي "Artificial intelligence" في دولة الإمارات العربية المتحدة نهجا حكوميا لا بد منه، فبعد مبادرة الحكومة الذكية أطلقت حكومة الإمارات في أكتوبر 2017 استراتيجية الإمارات للذكاء الاصطناعي في مجال ريادة الأعمال، حيث يلعب الذكاء الاصطناعي دورا بارزا في نطاق ريادة الأعمال وتطوير المشاريع الريادية من خلال: (سلطان ومرقع، 2022، صفحة 13)

- توفير خدمات مبتكرة تساعد في دمج خدمات جديدة مع العملاء من طرف مستخدمي تقنيات الذكاء الاصطناعي؛
 - توفير بيانات عن السوق والمنافسين والجمهور من أجل تطوير المنتجات واستكشافها مثل شركة "Crayon"؛
 - التسويق الرقمي لتوفير البيانات المهمة عن وضعية العملاء في السوق بشكل دقيق وسريع؛
 - استقطاب الكفاءات واختيار أفضل المواهب المناسبة لمتطلبات المنظمة وقدراتها؛
 - تحسين مستوى خدمة عملاء المنظمات من خلال فتح قنوات الاتصال التجارية لاستقبال الشكاوى والاستفسارات.
- وتعتبر استراتيجية الإمارات للذكاء الاصطناعي وريادة الأعمال الذكية السباقية في منطقة الشرق الأوسط والعالم وتتجسد أهم المبادرات في: (سلطان ومرقع، 2022، صفحة 15/14)

❖ إنشاء وزارة للذكاء الاصطناعي:

وهذه الوزارة تهدف الى احتواء ودعم مبادرات القطاع الخاص والاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وجميع الطاقات بالإضافة الى بناء قاعدة قوية في مجال ريادة الأعمال واستثمار تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي من أجل تسريع إنجاز المهام وخلق أرضية خصبة لأعمال الابتكار.

❖ تأسيس جامعة الذكاء الاصطناعي:

وهي جامعة محمد بن زايد للذكاء الاصطناعي بأبوظبي والتي تملك منظومة متكاملة ومنسجمة من التشريعات واللوائح التنفيذية اللازمة لتشجيع الابتكار وريادة الأعمال ومن أهم المبادرات نجد:

- استخدام الروبوت في عدة مجالات منها الصحة والشرطة وخدمات المتعاملين في الهيئة الاتحادية للهوية والجنسية، وفي محطات المترو دبي؛
- تطبيقات هيئة الطرق والمواصلات؛
- تطبيق محاكم دبي وشرطة دبي الذكية.

❖ تقديم جوائز لدعم رواد الأعمال والمشروعات الناشئة:

يهدف تحفيز الشباب والمستثمرين على ابتكار أعمال ومشروعات جديدة تعود بالفائدة على المجتمع، وأهم هذه الجوائز

التحفيزية لدولة الإمارات نجد:

- جائزة محمد بن راشد آل مكتوم للأعمال؛
- جائزة رواد الأعمال الدولية؛
- جائزة الإمارات لشباب الخليج العربي؛
- جائزة دبي لرواد الأعمال الذكية.

ازدياد الاهتمام من طرف الحكومة الإماراتية بالذكاء الاصطناعي في ريادة الأعمال من أجل الدفع بعجلة الاقتصاد نحو

الأمام وتحقيق الرفاهية لدى أفراد المجتمع وترشيد استخدام الطاقات وخلق بيئة استثمارية تنافسية.

2.3. الدعم الحكومي لريادة الأعمال في قطر:

تحرص الدولة القطرية من خلال رؤية قطر الوطنية 2030 الى تعزيز مساهمة رواد الأعمال ودعم الشباب في عملية

التنمية الاقتصادية من خلال تشجيع المبادرات الشخصية وتوفير البيئة الملائمة لهم للإبداع والابتكار، وبما يدعم التنافسية الاقتصادية القطرية، على المستويين الإقليمي والدولي لتعزيز ثقافة ريادة الأعمال الذي يشجع للشباب للانخراط في ريادة الأعمال، وكذلك استعراض أهم المبادرات التي تعزز وتدعم ريادة الأعمال لتحقيق التنوع الاقتصادي والانطلاق نحو اقتصاد قائم على المعرفة.

وتتمتع قطر بقاعدة قطاع عام قوية وطموحات لتحقيق النمو والتنوع الاقتصادي، لذا فهي في موقع جيد للمضي نحو

اقتصاد قائم على المعرفة، الذي يحتاج إلى تطبيق سياسات وبرامج إضافية للوصول إلى هذه الغاية خصوصا مع تزايد مستويات التعليم والمهارة لدى الشباب القطري.

باتت الصناعات القائمة على المعرفة بحاجة إلى تطوير في ظل التطور التصاعدي لسوق العمل واحتياجاته من العمال

الذين يمتلكون درجة عالية من المهارة والخبرة وعلى النظام التعليمي أن يكون قادرا على تلبية هذه المطالب من حيث النوع والجودة التعليمية المقدمة، وعلاوة على ذلك فالقطاع الخاص في قطر بحاجة إلى النمو بغية توفير المزيد من الفرص لتعزيز روح المبادرة والابتكار من اجل ضمان توسيع المشاريع. (بنجلالوالا، 2011، صفحة 2)

ثم الرئيس التنفيذي لبنك قطر للتنمية "السيد عبد العزيز بن ناصر آل خليف" بالجهود التي يبذلها كافة أعضاء بيئة

ريادة العمل من مؤسسات حكومية وشبه حكومية وخاصة لتسجل دولة قطر أداء متميز في مخلف محاور العمل الريادي والانفتاح والخصخصة، والمناطق الاقتصادية الخاصة، ورفع سقف ملكية الأجانب في تسهيل الاستثمار والعمل في البلاد.

ويعد الابتكار أحد العناصر المهمة في ريادة الأعمال ويضمن استدامة أنشطة الشركات المحلية ومواكبتها لأخر التطورات

في الأسواق العالمية لجذب أكبر عدد من رواد الأعمال المبدعين وذلك بإدراج جائزة الابتكار في ريادة الأعمال، كما نوه وزير التجارة والصناعة القطري علي بن أحمد الكواري بالتوجه نحو الاعتماد على الذات والانفتاح الاقتصادي وتسريع تأسيس الشركات لفائدة المشروعات الناشئة. (الشياطي، 2019)

حصدت دولة قطر المرتبة الأولى عربيا والثالثة عالميا وبقالتقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال لعام 2019، وأجرى البنك

القطري للتنمية دراسة المرصد في عام 2019 في قطر للمرة الرابعة على التوالي، ساعيا لقياس النشاط الريادي والاتجاهات والتطلعات الريادية في قطر، ويعمل وفق منهج مقارنة مع نتائج 2016 و2017 و2018، وفي سياق هذه الدراسة الشاملة

والتفصيلية شهدت قطر ارتفاعا في معدل ريادة الأعمال في المرحلة المبكرة مقارنة بعام 2018، حيث سجلت 14.7% متجاوزة المتوسط العالمي 12.8%، لتأتي في المرتبة 15 عالميا والثانية عربيا من بين 50 اقتصادا شارك بالدراسة ويعكس التقرير في أبرز نتائجه: (العماري، 2020، صفحة 1)

- ✓ وجود نقلة نوعية في القيم المجتمعية تجاه ريادة الأعمال؛
 - ✓ جود روح ريادية قوية بين سكان قطر الأعمال لكلا الجنسين الناشئة وأصحاب الشركات الجديدة؛
 - ✓ المساهمة في النمو الاقتصادي بإضافة ست وظائف أو أكثر في السنوات الخمس المقبلة؛
 - ✓ دعم سياسة التنوع الاقتصادي بهدف التخفيف من الاعتماد على قطاع الهيدروكربون في الاقتصاد الوطني القطري؛
 - ✓ إنشاء اقتصاد متنوع يشارك فيه القطاع الخاص، وتؤدي فيه الشركات الصغيرة والمتوسطة على وجه الخصوص دورا محوريا في زيادة الابتكار وتنظيم المشاريع في قطر.
- كما تضاعفت نسبة من يؤمنون بسهولة تأسيس شركة جديدة في قطر من 39.4% في 2017 إلى 66.6% في عام 2019، وهذا شاهد مهم على مدى نجاعة الخطط والاستراتيجيات ذات العلاقة التي تتبعها حكومة دولة قطر لتعزيز مناخ بيئة ريادة الأعمال في قطر. وسجلت دولة قطر انخفاضا في معدل الشركات المتوقفة بين 2016 و2019، حيث انخفض هذا المعدل من 14.0% إلى نحو 6.6%. (Al Sharq newspaper, 2020, p. 2)

3.3. الدعم الحكومي لريادة الأعمال في الجزائر:

تبذل الحكومة الجزائرية مجهودات معتبرة واهتماما كبيرا في مجال ريادة الأعمال من أجل تهيئة بيئة ملائمة لإنشاء واستمرارية المنظمات ومشاريعها التنموية وذلك من خلال: (مزيان وبوكساني، 2018، صفحة 377)

❖ الدعم المادي:

يعد من أبرز آليات الدعم خصوصا في ظل تقاعس البنوك في تحمل المخاطر، وبموجب المرسوم التنفيذي رقم: 190/00 المؤرخ في 11 جويلية 2000، وبموجب التعديل الحكومي المقرر بتاريخ 28 ماي 2010 مت إنشاء وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، لتدعم وترافق إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك من خلال عدة إجراءات أصبحت محل للاهتمام والدعم من قبل عدة أجهزة أسستها الدولة والمتمثلة في:

- (ANGEM) الوكالة الوطنية لتسيير القرض.
- (ANDI) الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار.
- (ANADE) الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية.
- (CNAC) الصندوق الوطني للتأمين على البطالة.

حيث تم إنشاء صندوق ضمان القروض (FGAR) الذي يتكفل بتغطية فوائد القروض البنكية وضمان 10-80% من قيمتها، وإنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات (ANDI) حيث في الفترة الممتدة بين 2002-2011 تم استحداث 754425 منصب عمل من خلال 71185 مشروع. (مزيان وبوكساني، 2018، صفحة 378)

ويتكفل الصندوق الوطني لتسيير القرض المصغر (ANGEM) بتسيير القروض المصغرة وتستهدف الفئات ذوي الدخل المحدود أو التي بدون دخل، واستطاع تمويل أكثر من 451608 مشروع، والمساعدات المالية من طرف أجهزة الدعم والمرافقة الصندوق الوطني للتأمين على البطالة (CNAC)، وكل من ANSEJ، ANGEM والتي تمول 28-29% من مبلغ الاستثمار، حيث ساهمت الوكالات الثلاث ب 15% من مناصب العمل الجديدة خلال الفترة 2009-2014. (MUSSETTE, 2014, p. 22).

عموما نجد أن مختلف البرامج لهذه الأجهزة تتكيف دوما مع الانشغالات والمطالب الاجتماعية والاقتصادية.

❖ الإجراءات المتعلقة بالجباية: (مزيان وبوكساني، 2018، صفحة 376)

انخفاض الاقتطاع الجبائي منذ استحداث نظامين لإصدار الامتيازات الجبائية:

- النظام العام المتعلق بالاستثمارات خارج المناطق المدعمة.
 - النظام الخاص بالمناطق الاستثنائية التي تحتاج الى تدعيم التنمية.
- هذه الإجراءات من شأنها أن تتجاوب مع المقاربة الاقتصادية في خلق المشاريع ذات المردودية المتميزة والاستمرارية في الإبداعية والابتكار وخلق التنافسية.

❖ المقاربة الجديدة التي تتبناها الحكومة الجزائرية لدعم ريادة الأعمال:

يعد الدعم الموجه من طرف الحكومة الجزائرية لريادة الأعمال تعبيرا عن رؤية تنموية جديدة تحدد إستراتيجية المنظمات وتهدف الى تغيير الفكرة والنظرة الاقتصادية المرافقة والداعمة من طرف مؤسسات الدولة وذلك بالتطرق الى نقاط مهمة في مجال ريادة الأعمال نذكر أهمها: (مولات و مراد بودية، 2022، صفحة 306)

- تعتبر بمثابة البطاقة الوطنية للنشاطات وتستخدم بواسطة الشباب أصحاب المشاريع؛
- تطوير وسائل وآليات الذكاء الإقتصادي وفق استراتيجية محكمة بغية تحقيق تنمية إقتصادية متوازنة وفعالة؛
- تقوم على عصرنه ورقمنه آليات إدارة وتسيير الوكالات وأجهزتها.

تحصلت الجزائر على المرتبة الأولى عالميا في تصنيف الشبكة العالمية لحركية ريادة الأعمال خلال سنة 2022، وكشفت وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة في بيان لها على تحصل الجزائر للمرتبة الأولى في تصنيف الشبكة العالمية لريادة الأعمال يأتي ذلك بنء على عدد النشاطات والأحداث المنظمة في مجال المقاولات وريادة الأعمال والمسجلة في الأسبوع المقاولاتي لشهر نوفمبر لسنة 2022 بواقع 2187 نشاط. (الشروق اون لاين، 2022)

الجدول 2: تصنيف الشبكة العالمية لحركية ريادة الأعمال خلال سنة 2022

الدول	نشاطات المنظمة في ريادة الأعمال
الجزائر	2.187
الولايات المتحدة الأمريكية	1.057
إسبانيا	531
الأردن	530
بنما	309
الإكوادور	152
مصر	150
شمال مقدونيا	142
البارغواي	141
باكستان	135

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على تقرير (Global Entrepreneurship Week 2022)

هذا التقرير يوضح مدى الدور الذي تبذله الحكومة الجزائرية في دعم وتكثيف النشاط الريادي في أعمال منظماتها.

4.3. مبادرات المملكة السعودية في دعم ريادة الأعمال في المؤسسات:

بذلت المملكة مجهودات معتبرة في مجال ريادة الأعمال في مختلف المؤسسات وتعتبر المؤسسات التعليمية في المملكة باعتبار التعليم من أهم الركائز المساهمة في عملية التنمية حيث أصبح مجال ريادة الأعمال أحد الركائز الأساسية في المنظومة التعليمية

حيث حصلت المملكة العربية السعودية على معدل إجمالي في ريادة الأعمال 4.7% كما أوضحت إحصاءات المرصد العالمي لريادة الأعمال 2009 والمنشور عام 2010. (عزيزة، 2020، صفحة 251)

❖ مبادرة "ريادي" في ريادة الأعمال والاستثمار في مؤسسات التعليم السعودية:

وتعد هذه المبادرة استكمالاً لجهود وزارة التعليم ومساهمتها في نشر ثقافة ريادة الأعمال وتنمية الفرص لرواد الأعمال والمنشآت الصغيرة كدعامة مهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية وتهدف هذه المبادرة "ريادي" الإدارات التعليمية وتركز من خلالها المملكة السعودية على الرؤية الوطنية الطموحة 2030 من أجل اقتصاد حيوي ومزدهر يلي حاجيات سوق العمل.

❖ أولمبياد ريادي:

يتيح الفرص ويشجع أصحاب الأفكار الابتكارية والإبداعية الريادية المتميزة وتم تخصيص ميزانية بلغت 50 مليون ريال لريادة الأعمال في التعليم العام والعالي بهدف تحفيز الطلاب على: (عزيزة، 2020، صفحة 259)

- الدخول في عالم ريادة الأعمال مستقبلاً.
- إنشاء حاضنات الأعمال والمسرعات.
- تنمية الفرص المتعلقة بالمنشآت الصغيرة والاستفادة من الخبرات بالاحتكاك مع الخبراء والشركات الأجنبية.

❖ المنصة الالكترونية "متجر ريادي" والموقع الإعلامي "قناة ريادي":

تمكن المنصة الالكترونية "متجر ريادي" الطلاب من إنشاء شركات افتراضية تخضع لمعايير محددة مشابهة للشركات على أرض الواقع وعرض المنتوجات الافتراضية في إطار تنافسي، وأما "قناة ريادي" مختصة بنشر الفيديوهات التي تسهم في زيادة المشاركة في مجال ريادة الأعمال.

وقد أطلقت المملكة السعودية عدة مبادرات من خلال وزارة التعليم يتمثل في مشروع ريادة الأعمال في قطاع التعليم والذي يعد بمثابة المشروع الوطني لتطوير مهارات الطلاب ضمن إدارة الأعمال وإنشاء المشاريع الاستثمارية وترسيخ ثقافة الأعمال الحرة من خلال الرؤية الوطنية 2030، التي تسهم في: (عزيزة، 2020، صفحة 239)

- ✓ دور فاعل في دعم عملية التنمية الوطنية.
- ✓ ضمان الموازنة بين مخرجات التعليم واحتياجات سوق العمل.
- ✓ تعزيز ودعم ثقافة الابتكار وريادة الأعمال.
- ✓ تحسين جاهزية الشباب وتدريبهم لدخول سوق العمل.

ومن مظاهر الدعم لريادة الأعمال في المملكة السعودية تم توقيع اتفاقية بين معهد ريادة الأعمال الوطني "ريادة" وبنك التنمية الاجتماعية، حيث تمت مراسم التوقيع خلال فعاليات المؤتمر العالمي لريادة الأعمال 2022 في فندق الريتز كارلتون بالرياض وهي بمثابة اتفاقية تعاون تهدف إلى دعم وتمكين رواد الأعمال للدخول إلى سوق العمل من خلال تقديم حزمة من الخدمات المالية والغير مالية. (معهد ريادة الاعمال الوطني، 2023)

وتقدمت المملكة، خلال عام 2021 الى 10 مراكز في مؤشر حالة ريادة الأعمال، لتصل إلى المركز السابع في عام 2020م بعد أن كانت في المركز 17 عام 2019م، وذلك وفقاً لتقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال للعام 2021/2020م، الذي تعده كلية "بابسون" العالمية بالتعاون مع كلية لندن للأعمال. (مجلة رواد الاعمال، 2022)

الجدول 3: نتائج ومراتب مؤشر ريادة الأعمال العربية لسنة 2020

المرتبة (2020)	العلامة/5 (2020)	الدول
1	3.6	الإمارات
2	3.4	قطر
3	3.2	السعودية
4	3.1	البحرين
5	3.0	عمان
6	2.8	الأردن
6	2.8	الكويت
7	2.7	المغرب
8	2.6	لبنان
9	2.5	مصر
10	2.4	تونس
11	2.4	الجزائر
12	1.6	موريتانيا
13	1.3	اليمن

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على (تقرير مؤشر نضوج ريادة الأعمال العربية 2020)

ويعتمد هذا المؤشر على تقييم البيئة الحاضنة للشركات الناشئة والإمكانيات المتاحة لتحقيق الأفكار الريادية على ستة أبعاد تقيم من خلال المقاييس المعينة والتي تعد مؤشراً على صحة الوظيفة ضمن البيئة الحاضنة لريادة الأعمال، ويتم تحليلها إلى مقاييس فرعية محددة بدقة والتي تعد معياراً ذو دلالة مباشرة تحدد بواسطتها العلامة النهائية الكلية، وتعطى كل من الأبعاد الستة والمقاييس الفرعية عامل الترجيح المخصص الذي يأخذ في الاعتبار مدى سيادة كل فئة من المعطيات في التقييم العام والتي تشمل على: (MIT، 2020)

- (رأس المال البشري) مستوى مهارات اليد العاملة بما في ذلك نوعية التعليم وإدارة الموهبة.
- (التمويل) توفر القروض وتاريخ الاستحقاق والمنتجات المالية التي تغني إنتاجية الشركة.
- (المعرفة) توزيع المعلومات وتكنولوجيا التواصل وحالة البحث والتطوير ومستوى الابتكار.
- (تأسيس الشركة) سهولة بدء شركة بما في ذلك المدة اللازمة للحصول على التصاريح الضرورية وكلفتها.
- (عمليات الشركة) العناصر الضرورية لتوظيف الشركة وتنميتها بما في ذلك حماية الملكية الفكرية وسهولة التجارة.
- (البنية التحتية المحلية) نوعية ونطاق البنية التحتية الأساسية التي تحتاجها الشركة بما في ذلك الإنترنت.

أصبح دور ريادة الأعمال على الصعيد العربي دعامة رئيسية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خصوصا في ظل التوجهات العالمية نحو التركيز على الاقتصاد المبني على المعرفة كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للدولة، وذلك اعتمادا على إبداع الشباب وتوليد روح المبادرة والابتكار والتنافس وخلق فرص عمل للشباب وزيادة الإنتاج الوطني ومن خلال هذه الدراسة تمكنا من التوصل الى بعض النتائج:

- ✓ ريادة الأعمال المنظمات العربية هي عملية تنطوي على التزام المنظمة بإتاحة الفرصة للعاملين فيها للقيام بجهودهم الريادية، بهدف رفع مستوى القدرات الابتكارية والتنافسية للمنظمات العربية؛
- ✓ إن انتشار مفهوم ريادة الأعمال في المجتمع العربي يؤدي إلى توليد روح المبادرة والابتكار والتنافس بين الشباب، زيادة على التخفيف من حدة البطالة وما ينتج عنها من أزمات اقتصادية واجتماعية في الوطن العربي؛
- ✓ يستوجب على الدول العربية إرساء أعمدة متينة لاقتصاد المعرفة من أجل الانتقال بمجتمعاتها إلى آفاق رحبة تمكها من الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة.
- ✓ كشفت الدراسة أن السلوك الريادي لرواد ورائدات الأعمال العرب يساهم بدرجة فعالة في تحقيق المشاريع التنموية المستدامة في كافة القطاعات رغم الصعوبة في قدرة استجابة بيئة الأعمال على التكيف مع المتغيرات التكنولوجية والمعرفية مما ينعكس سلبا في تحقيق التنمية المستدامة.

التوصيات والمقترحات:

- تعزيز ثقافة ريادة الأعمال من خلال إنشاء الأطر المؤسسية العربية التي تهتم بهذا الجانب
- تكييف الإطار التشريعي الذي يشجع ويحفز الشباب على الانخراط في ريادة الأعمال.
- الحرص على تنفيذ مجموعة من البرامج والسياسات الاقتصادية التي تجسد العلاقة التكاملية والشراكة بين القطاعين العام والخاص في مجال ريادة الأعمال.
- دعم رواد الأعمال العرب من خلال إنشاء الهيئات الحكومية المعنية والجمعيات العلمية والمهنية ذات الصلة بنشر ثقافة ريادة الأعمال على المستوى العربي والترويج للأليات والإجراءات التحفيزية لصالح حاملي المشاريع الإبداعية وأصحاب الشركات الناشئة في مختلف المجالات.
- ترسيخ روح المبادرة وتكثيف العمل على مستوى النخب العربية والطاقت الشبانة على الصعيد العربي.
- تشجيع إمكانيات التمويل الأخرى كالمنح والامتيازات المدعومة من الاعتبار الدور المحوري للشباب العربي كأحد اهم العناصر اللازمة لبناء مجتمعات المعرفة.
- تطوير آليات تقييم ومتابعة برامج الدعم والمرافقة على الصعيد العربي وتنويع وتوسيع مصادر تمويلها.
- ضرورة تكريس الجهود الإبداعية والابتكارية العربية عن طريق تبني استراتيجية ريادية في مجال ريادة الأعمال وضرورة الاندماج مع التغيرات البيئية الراهنة ومواكبتها باتباع منهجية ريادية تتلاءم مع التحول المعرفي والرقمي.

5. قائمة المراجع:

1. أمينة مزيان، و رشيد بوكساني، (ديسمبر، 2018)، واقع ريادة الأعمال في الجزائر: نحو ضرورة تطوير وترقية سياسات الدعم والمرافقة، مجلة معارف، 13(25)، الصفحات 372-395، الجزائر.
2. الشروق أون لاين، (21 ديسمبر، 2022)، الجزائر الأولى عالميا في حركية ريادة الأعمال، الجزائر، تم الاسترداد من جريدة الشروق: <https://www.echoroukonline.com>
3. حسن الحسيني فلاح، (2006)، إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل إستراتيجي، (المجلد 1)، دار الشروق، عمان:الأردن.
4. حسين يحيوش، (2010)، الريادة التكنولوجية وأثرها على بنية التجارة الدولية، المؤتمر العلمي الدولي السنوي العاشر الريادة في مجتمع المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان.
5. زميلة بنجلالوالا، (2011)، تعزيز الاقتصاد القائم على المعرفة في قطر، مركز بروكنجز، الدوحة:قطر.
6. ص، أ الخنساء، (2019)، ريادة الأعمال الاستراتيجية كأحد تطبيقات الادارة المعاصرة، مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات، 8(1)، الصفحات 38-54، جامعة البليدة 2، الجزائر.
7. صادق محمد العماري، (2020)، المرصد العالمي: قطر الأولى عربيا والثالثة عالميا في ريادة الأعمال، جريدة الشرق، الدوحة:قطر.
8. فاطمي مولات، و محمد جميل مراد بودية، (اوت، 2022)، المحيط المؤسسي المؤثر على ريادة الأعمال في الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، 8(2)، الصفحات 294-315، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر.
9. قطب موسى ياسر عبد الرسول، محمد وليد بسيوني، و زينب عباس زعزوع، (2021)، دور المبادرات والممارسات الوطنية في دعم ريادة الأعمال والابتكار في جمهورية مصر العربية، مجلة الدراسات والبحوث البيئية، 3(11)، الصفحات 643-636، جامعة مدينة السادات، مصر.
10. كريمة سلطان، وأمال مرقع، 2022، ريادة الأعمال الذكية "تجربة الإمارات العربية نموذجاً"، الملتقى الدولي الافتراضي: البيانات الضخمة والاقتصاد الرقمي كآلية لتحقيق الإقلاع الاقتصادي في الدول النامية" الفرص، التحديات والافاق"، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر.
11. مجلة رواد الأعمال، (21 اوت، 2022)، ريادة الأعمال في المملكة.. جهود ونجاحات، السعودية، تم الاسترداد من شركة سواحل الجزيرة الاعلامية: <https://www.rowadalaamal.com>
12. محمد الغامدي عزيزة، (يناير، 2020)، تعليم ريادة الأعمال لمرحلة قبل التعليم الجامعي في المملكة العربية السعودية، المجلة التربوية لتعليم الكبار، 2(1)، الصفحات 238-280، جامعة أسيوط، مصر.
13. محمد ايثار عبد الهادي، و محمد سلمان سعدون، (2011)، دور ريادة منظمات الأعمال في التنمية الاقتصادية، الملتقى الدولي الثاني حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات. جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر.
14. محمد بوعتلي، (2020)، دراسة تحليلية وتصنيفية للدول العربية وفقا لمؤشرات ريادة الأعمال باستخدام تقنية التحليل العنقودي الهرمي، مجلة إضافات اقتصادية، 6(2)، الصفحات 460-478، جامعة غرداية، الجزائر.
15. محمد الشياطي، (13 نوفمبر، 2019)، ريادة الأعمال في قطر.. الطريق نحو المنافسة الإقليمية، الدوحة، قطر، تم الاسترداد من شبكة الجزيرة الاعلامية: <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2019/11/13>
16. معهد ريادة الأعمال الوطني، (2023)، توقيع اتفاقية بين معهد ريادة الأعمال الوطني "ريادة" وبنك التنمية الاجتماعية. تم الاسترداد من "ريادة" معهد ريادة الأعمال الوطني: https://www.riyadah.com.sa/NewsDetails.aspx?news_id=239
17. منال جديان، (2013)، اسهام التسويق الاستراتيجي في بلوغ المؤسسات الاقتصادية الجزائرية موقع الريادة والبقاء فيه "دراسة حالة بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر.
18. يسري آدم عبد السلام، خالد عبد الواحد النخاط، و اكرم علي زويي، (2017)، أثر ريادة الأعمال على تحقيق التفوق التنافسي: دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في ليبيا، مؤتمر ريادة الأعمال في ليبيا، سوسة، ليبيا.
19. Scott, t., & leslie, m, (2003), A strategy to increase the levels of entrepreneurial activity in northern ireland, Northern ireland: accelerating entrepreneurship strategy, Republic of Ireland.
20. Al Sharq newspaper, (2020, Decembre 06), DAR AL-SHARQ GROUP, Qatar, recovered on: <https://al-sharq.com/article/06/12/2020/>
21. MIT, (2020), Arab Entrepreneurship Maturity Index: Results and Forecasts, Mit Enterprise Forum, A Subsidiary Of Mit Technology Review, recovered on <https://www.mitefarab.org/ar/impactreport/index#download-report>.
22. MUSSETTE, S, (2014), Les politiques de l'emploi et les programmes actif du marché du travail en Algérie, work paper pour la fondation européenne pour la formation, ETF, Turin, Italie.
23. Stephen, J, (2016, July), Fundamentals of Business, chapter6: Entrepreneurship: Starting a Business, Pamplin College of Business and Virginia Tech Libraries, United States of America.

دور التحول الرقمي في دعم زيادة الاعمال

The role of digital transformation in supporting entrepreneurship

العطرة بوجلال¹، منير لواج²

¹ جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل (الجزائر)

² جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة الى الوقوف على دور التحول الرقمي في دعم زيادة الاعمال، وذلك بعد ان اصبحت كل المؤسسات تسعى الى مواكبة مختلف التطورات من خلال توظيف التقنيات الرقمية الحديثة واستخدامها للاستفادة من المزايا التي يحققها التحول الرقمي، حيث اصبحت توفر بيئة خصبة لريادة الاعمال واكتشاف المبدعين ليتمكن التحول الرقمي بذلك من خلق جديد من رواد الاعمال. وفي سبيل ذلك تم اعتماد المنهج الوصفي لإثراء العلاقة التي تتكون نتيجة تطبيق التحول الرقمي في دعم ريادة الاعمال، وقد افضت الدراسة الى مجموعة من النتائج كان اهمها ان ريادة الاعمال تعتبر العصب الرئيسي لتطور المجتمعات بما يمتلكه من عناصر ومميزات وخصائص هامة. وفي أغلب الأحيان تساهم بحل المشكلات وتقديم حلول جديدة تساعد المستهلكين على تجربة جديدة للمنتج لذلك يجب الاحاطة جيدا بتعريف ريادة الاعمال، كما ان التحول الرقمي يكتسب أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات فهو الذي يعنى بدمج التقنيات الرقمية الجديدة في جميع مجالات الاعمال، مما يؤدي الى تغيير اساسي في طرق العمل وتحسين الاداء التشغيلي والتنظيمي بما يعزز القدرة التنافسية ويعطي الفرصة لرواد الاعمال بالتطور بسرعة.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، ريادة الاعمال.

Abstract: This study aims to stand on the role of digital transformation in supporting entrepreneurship, after all institutions are seeking to keep pace with various developments by employing modern digital technologies and using them to take advantage of the advantages achieved by digital transformation, as it has become a fertile environment for entrepreneurship and the discovery of innovators In order for the digital transformation to be able to create new entrepreneurs. In order to do so, the descriptive approach was adopted to enrich the relationship that is formed as a result of the application of digital transformation in supporting entrepreneurship. The study led to a set of results, the most important of which was that entrepreneurship is considered the main nerve for the development of societies, with its important elements, advantages and characteristics. Most of the time, it contributes to solving problems and providing new solutions that help consumers to experience a new product. Therefore, the definition of entrepreneurship must be well understood, and digital transformation is of great importance to institutions, as it is concerned with the integration of new digital technologies in all areas of business, which leads to a fundamental change in Work methods and improving operational and organizational performance in a way that enhances competitiveness and gives entrepreneurs the opportunity to develop quickly.

Keywords: digital transformation, leading businesses.

إن العالم يعيش موجة من التحولات الواسعة وثورة من العلم والتقنية طالت شتى المجالات نتيجة لما قامت به الرقمنة من أحداث تغييرات عميقة في تنظيم الاقتصاد العالمي وإعادة تحديد سلاسل القيمة ودفع التوجه نحو استخدام التقنيات الرقمية وتغيير جذري في أسلوب ونموذج العمل داخل المنظمة وتأثير غير عادي على الاستراتيجيات والهياكل التنظيمية مما يمكن المؤسسات من الاستغلال الأمثل لحالات الاستخدام الجديدة ومزج التقنيات الرقمية مع العمليات التي تقوم بها المؤسسة، وأصبحت تسعى كل المنظمات إلى مواكبة هذه التطورات من خلال توظيف التقنيات الرقمية الحديثة واستخدامها للاستفادة من المزايا التي يحققها التحول الرقمي، حيث أصبحت توفر بيئة خصبة لريادة الأعمال واكتشاف المبدعين ليتمكن التحول الرقمي بذلك من خلق جديد من رواد الأعمال، إذ لا يتوفر مكان للوظائف التقليدية واصحاب المهارات الضعيفة، كما أن التقنيات الحديثة تعمل على تعزيز بيئة الاقتصاد الرقمي من خلال انشاء منتجات جديدة وخدمات جديدة وهو ما يؤدي إلى بناء اقتصاد ذكي.

1.1. الإشكالية: بما أن التقنيات الرقمية تهتم بإدماج شرائح المجتمع كافة وشمولها في النظام المالي، من خلال التمويل الرقمي وابتكارات التكنولوجيا المالية، وهنا تبرز أهمية التحول الرقمي في تطوير ريادة الأعمال ومن ثم أثره على التنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم صياغة الإشكالات الرئيسية كالآتي:

ما دور التحول الرقمي في دعم وتطوير ريادة الأعمال؟

ومن هذا التساؤل نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو التحول الرقمي وما أهميته وفوائده في تطوير منظمات الأعمال خاصة الصغيرة؟
- ما هو مفهوم ريادة الأعمال وما مزاياها وأهميتها وتحدياتها؟
- ما علاقة التحول الرقمي في تحقيق أهداف وتطوير رواد الأعمال؟

2.1. أهداف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على المفاهيم المرتبطة بالتحول الرقمي؛
- التعرف على أهمية وفوائد ومخاطر التحول الرقمي؛
- التعرف على مفاهيم ريادة الأعمال؛

• التعرف على مدى مساهمة التحول الرقمي في دعم وتطوير ريادة الأعمال.

3.1. أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية التحول الرقمي ودوره في تطوير ودعم رواد الأعمال، وهذا من خلال استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وإبراز أهم مجالات التحول الرقمي في المؤسسات وكيف تساهم في تطوير نشاطات المؤسسة.

4.1. منهج الدراسة: إن المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي، الذي تم من خلاله وصف الظواهر الاقتصادية المرتبطة بالموضوع وهي التحول الرقمي وكشف دوره في دعم وتطوير ريادة الأعمال.

5.1. هيكل الدراسة: للإجابة عن هذه الإشكالية تطرق الباحثان في هذه الدراسة إلى المحاور الرئيسية التالية:

- المحور الأول: الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي.
- المحور الثاني: الإطار المفاهيمي لريادة الأعمال.
- المحور الثالث: علاقة التحول الرقمي بدعم وتطوير ريادة الأعمال.

2. الاطار المفاهيمي للتحويل الرقمي:

ان التطورات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتوجه العالمي نحو الاقتصاد الرقمي انعكس بشكل كبير على منظمات الاعمال وبيئتها مما ادى الى بروز مفاهيم جديدة كالتحويل الرقمي، وعليه سنركز على مفهوم التحويل الرقمي واهميته ودوره على زيادة الاعمال.

1.2. مفهوم التحويل الرقمي:

يعد مفهوم التحويل الرقمي من أبرز المفاهيم المتداولة في الأونة الاخيرة في القطاعات الاقتصادية كافة، بل أصبح الاستراتيجية التي تتبعها الدول لتنمية اقتصاداتها ومجتمعاتها، وللتحويل الرقمي تعريفات مختلفة بحسب القطاع المراد تحويله لذا سنتطرق الى اهمها:

- يعتبر التحويل الرقمي بانه تطبيق التكنولوجيا لبناء نماذج اعمال جديدة، وعمليات وبرامج وانظمة تؤدي الى ايرادات أكثر ربحية، وميزة تنافسية أكبر، وكفاءة اعلى، وتحقق الشركات ذلك من خلال تحويل العمليات ونماذج الاعمال، وتمكين كفاءة القوى العاملة والابتكار، وتخصيص تجارب العملاء (شهادة، 2022).
 - كما يعتبر اداة لتحسين الكفاءة وتقليل الانفاق وتطبيق خدمات جديدة بسرعة ومرونة (صمع).
 - كما يمكن اعتباره عملية انتقال الشركات الى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات وفرص تزيد من قيمة منتجها (الدين، 2022).
 - كما عرفته الشركات الاستشارية العالمية مثل شركة IDC اعتبرت التحويل الرقمي بانه "العملية المستمرة التي تقوم بها المؤسسات للتكيف مع متطلبات عملائها واسواقها (النظام البيئي الخارجي) عبر توظيف القدرات الرقمية من اجل ابتكار نماذج الخدمات عمل جديدة ومنتجات وخدمات تمزج بسلاسة الاعمال الرقمية واليدوية وتجارب الزبائن مع تحسين الكفاءة التشغيلية والاداء التنظيمي في نفس الوقت، اما شركة CAP Gemini فاعتبرت التحويل الرقمي هو التحدي الرئيسي في ادارة التغيير لأنه لا يؤثر فقط على هياكل الصناعة والموقع الاستراتيجي ولكن على جميع مستويات المؤسسة (كل مهمة، نشاط، عملية) وسلسلة التوريد الموسعة الخاصة بها" (بوشي، 2019).
- مما سبق ذكره يتضح لنا ان التحويل الرقمي مرتبط بالتكنولوجيا الحديثة وابتكار نماذج وحلول ذكية ورقمية تلبية لاحتياجات الافراد والمؤسسات والحكومات في بيئة تتسم بالتنافسية والتغيرات المتسارعة، كما ان التحويل الرقمي في بيئة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يتكامل ويتفاعل مع الاقتصاد.

2.2. المكونات الاساسية للتحويل الرقمي:

نال موضوع تحديد مكونات التحويل الرقمي اهتمام الكثير من الباحثين في هذا المجال، اذ قاموا بتحديد هذه المكونات عن طريق مراجعة وتحليل اكثر من 70 من المطبوعات الاكاديمية للأعمال الرقمية، فضلا عن ذلك تم اجراء العديد من المقابلات الاستكشافية مع الخبراء والمختصين والمستشارين في مجال التحويل الرقمي وكانت كل المطبوعات الاكاديمية تتميز بدرجة عالية من الموثوقية، حيث ادى الامر الى اقتراح مجموعة مكونات وهي (جبر، 2019): الاستراتيجية الرقمية، التقنيات الرقمية، القدرات التنبؤية التحليلية، علاقات العملاء، الثقافة والناس، علاقة الشبكة، نماذج الاعمال الرقمية الجديدة، ولو حظ عن طريق الابحاث التي جرت عن هذه المكونات ان البعض يركز على الجانب التنظيمي، والبعض الاخر يركز على السياقات التكاملية بين هذه الابعاد، والبعض الاخر يركز على الكفاءات التنظيمية التي سيحققها التحويل الرقمي والاتى توضيح مختصر لتلك المكونات:

- التقنيات الرقمية: مثل انترنت الأشياء واجهزة المحمول والطابعات مثل انترنت الأشياء واجهزة المحمول والطابعات الثلاثية الابعاد والبيانات الكبيرة والذكاء الاصطناعي وكذلك الحوسبة السحابية في نماذج الاعمال في العديد من المؤسسات والشركات.
- الاستراتيجية الرقمية: تتمثل الاستراتيجية الرقمية في مجموعة العمليات التنظيمية والاهداف والقضايا التي تتعلق بالتحول الرقمي.
- القدرات التنبؤية والتحليلية: يجب على المؤسسة لكي تكون ناضجة بشكل رقمي ان يكون لها القدرة على التنبؤ بالظروف البيئية والتكيف معها بسرعة.
- رقمنة العملاء وعلاقتهم: يمثل هذا البعد بجميع النواحي المتعلقة بعلاقات العملاء ومدى تأثير التقدم التكنولوجي الرقمي على هذه العلاقات.
- الثقافة والناس: يعد التعامل مع الثقافة السائدة في المجتمع من الصعوبات الكبيرة التي تقابلها المؤسسات عندما تتحول رقميا، اذ ان للثقافة اهمية كبيرة في تكوين المواقف والسلوكيات التي تتعلق بالأداء التنظيمي.
- العلاقات الشبكية: ان المنظمة التي تسعى الى التطور رقميا يجب ان تكون عنصرا من عناصر الشبكة التي تتمثل بالموردين، والشركات الناشئة، والحكومات، والمستثمرين، والجامعات، اذ ان تقنيات التكنولوجيا الرقمية تتفاعل بشكل كبير مع هؤلاء عن طريق تقنيات الاتصالات التي تكون على مستوى عال من السرعة والدقة والتواصل.
- نماذج الاعمال الرقمية الجديدة: ان المنظمات التي تتمتع بنضج رقمي يمكن ان تقوم بإنشاء نماذج اعمال جديدة تنافسية، اذ ان التقنيات الرقمية المتكاملة تمكن المنظمات من تطوير عروضها.

3.2. فوائد واهمية التحول الرقمي:

للتحول الرقمي العديد من الفوائد التي تكسبه اهمية كبرى، يمكن ذكرها في التالي (جبر، 2019):

- فوائده: هناك الكثير من الفوائد التي يمكن الحصول عليها عند استخدام التكنولوجيا الرقمية، وقد اثبتت التجارب والرؤى التي قامت بها العديد من الدول التي تميزت بالتطور واستخدامها للتكنولوجيا الرقمية بفعالية وخبرة عالية فمن المتوقع ان تحقق مكاسب كبيرة عن طريق ثلاثة مجالات وهي:
 - تجارب افضل للعملاء، عن طريق تحسين تجربة الزبون واطلاق منتجات وخدمات جديدة؛
 - تسهيل العمليات (التحسينات التشغيلية) عن طريق أتمته العمليات التشغيلية وتحسين التواصل الداخلي للعمليات الداخلية؛
 - تغيير نموذج الاعمال لتمكين الشركات من توسيع نطاقها للوصول الى العملاء والاسواق الجديدة واطلاق اعمال جديدة وتطويرها.
- أهميته: للتكنولوجيا الرقمية اهمية ايضا في تسيير الطريقة التي عن طريقها يتم الوصول الى المدفوعات بكل امان وسرية وتخفيض التكاليف الصغيرة والمتوسطة وذلك عن طريق التقدم في مجال الخدمات المالية وشفافية العمليات الحكومية للتخلص من الفساد، عن طريق التقنيات التي يوفرها التحول الرقمي، ويمكن الكشف عن الاحتمالات وادارة مخاطر الائتمان والتحسين من ادارة الضمانات والاتباع التنظيمي ومن ثم توفير الاستقرار المالي والاندماج.

4.2. ابعاد التحول الرقمي:

للتحول الرقمي بعدين اساسيين هما (فراح، 2021):

- التقنيات الرقمية: حيث يمثل التحول الرقمي للمؤسسات التكنولوجيات الجديدة، فقد لوحظ في الادييات ان التقنيات الرئيسية المذكورة في سياق التحول الرقمي للمؤسسات هي تكنولوجيات الانترنت التحليلية، ولقد تطورت هذه التقنيات التكميلية الثلاثية هذه السنوات الاخيرة بشكل خاص بفضل التقنيات السحابية.
- تجربة المستخدم: يضع التحول الرقمي المستخدمين في صميم استراتيجية المؤسسة، فالزبائن يطالبون اكثر فاكثر فيما يتعلق بجودة المنتجات والخدمات، ويتوقعون ان تكون المؤسسة قادرة على التكيف بسرعة حسب احتياجاتهم المتغيرة، وينطبق الامر بشكل خاص على الاجيال الرقمية الجديدة، التي لديها معرفة عميقة بالتكنولوجيا الجديدة وقدرة عالية لمشاركة تجربتها مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي ولمواجهة هذه التوقعات الجديدة، يتعين على المؤسسات تكيف سلوكياتها للتعامل مع منتجاتها وخدماتها وفقا لاتجاهات الاستهلاك، هذا هو السبب الذي يجعل التحول الرقمي يبدأ عموما بتحويل وظيفة التسويق، ويمر هذا الأخير على وجه الخصوص من خلال اعتماد ادوات ادارة العلاقات الزبائن كأحدث جيل يدمج بعدا اجتماعيا قويا من خلال وحدات تحليل الشبكات الاجتماعية، كما جاء رقمنة وظيفة الموارد البشرية ايضا مع تنفيذ ادوات ادارة علاقات الموظفين ويعتبر هذا النوع من الادوات ان الموظف زبون داخلي، كما انه يهدف الى ضمان مستوى عالي من الخدمة.

5.2. استراتيجيات التحول التكنولوجي الرقمي:

- في واقع الامر عندما تريد أي منظمة ان تتحول رقميا لا بد لها من خطة عمل واضحة وذات توقيتات محددة، تراعي موارد المنظمة وقدراتها الحقيقية، وهي استراتيجية التحول الرقمي، وفي هذا الصدد يمكن تلخيص استراتيجيات التحول التكنولوجي الرقمي بثلاث استراتيجيات رئيسية وهي (جبر، 2019):
- استراتيجية الاستجابة للمنافسة الجديدة: في هذه المرحلة تتفاعل المنظمات بشكل عام والمصارف بشكل خاص مع التغيرات في العرض والطلب على الخدمات المالية عن طريق تطوير منتجات وخدمات رقمية جديدة يمكن عن طريقها وضع نفسها في بيئة تنافسية جديدة، ونلاحظ هنا ان المنظمات تبني استراتيجيات الاستجابة للتغيرات البيئية، بمعنى انها تكون تابع لقائد السوق.
- استراتيجية التكيف التكنولوجي: تتمثل في عملية التحويل الرقمي المصرفي في احداث تغيير عميق في البنى التحتية في المنصة التكنولوجية، وتحويلها الى بنية تحتية اكثر مرونة ليتم استيعاب تقنيات جديدة، فضلا عن سرعة عملية التطوير، وتقديم منتجات جديدة.
- استراتيجية التموضع: ففي هذه الاستراتيجية تحاول المؤسسات المالية ان تجعل استثماراتها الرئيسية في التكنولوجيا تؤدي ثمارها عن طريق اعتماد استراتيجيات رقمية تنطوي على تغيير جذري في هيكلها التنظيمي، بالشكل الذي يجعلها رائدة في مجال عملها، ويكون لها اسمها ضمن قادة السوق، يمكن ان نطلق على هذه الاستراتيجية (استراتيجية التدعيم الالكتروني)

3. الاطار المفاهيمي لريادة الاعمال:

1.3. مفهوم ريادة الاعمال: هناك عدة مفاهيم خاصة بريادة الاعمال نذكر اهمها في التالي:

- عرف الاستاذ عبد الله الاعوج ريادة الاعمال بانها فكرة ابداعية تتبلور بعمل ناجح يتسم بالمخاطرة وفق خطة مدروسة مسبقا لتحقيق نتائج ايجابية ذات منفعة مشتركة (ابراهيم، 2019).

- اما عبد الحميد مصطفى ابو ناعم فاعتبر ريادة الأعمال بأنها خلق وتقديم شيء جديد ومبتكر له قيمة وذلك ببذل الوقت والجهد اللازمين، مع تحمل كافة المخاطر المالية والجسمانية والاجتماعية ومخاطر عدم التأكد، وذلك في مقابل تحقيق الاشباع المادي والشخصي لرائد الأعمال (ناعم، 2020).

- كما تم اعتبار ريادة الأعمال انها عملية إطلاق مشروع تجاري وتطويره وإدارته من جميع النواحي مع الأخذ بعين الاعتبار كافة المخاطر المالية المرتبطة به، وبكلمات أبسط، فهي الاستعداد والرغبة في إنشاء مشروع جديد (Faizal) او يمكن كذلك اعتبارها بأنها القدرة على تطوير، وتنظيم، وإدارة مشروع تجاري صغير مع الأخذ بعين الاعتبار المخاطر التي قد تحصل كنقص التمويل، وقرارات العمل السيئة، والأزمات الاقتصادية، ونقص الطلب في السوق، وذلك من أجل تحقيق ربح (الصغير).

من خلال ما تم ذكره تعتبر ريادة الأعمال كمفهوم يعبر على قدرة الأشخاص على ابتكار الأفكار وتطويرها وتحمل المخاطر التي يمكن أن تواجه رواد الأعمال في خطوات تنفيذ مشروعهم الريادي، يتميز رواد الأعمال بكثير من الصفات الشخصية الناتجة عن المدارس السلوكية وغيرها من المدارس؛ لذلك قد يشترك البعض منهم في صفات متعددة، إلا أنهم يشتركون في سلوكيات معينة؛ كالشغف، والمثابرة، وحب المغامرة؛ لأن المشاريع الرائدة تحمل مخاطر عالية؛ لذا يعتقد أن هذه الصفات الثلاث من أهم ما يميز رائد الأعمال الناجح، مع التركيز بشكل كبير على المثابرة؛ فهي دائما ما تكون سر النجاح (العظيمان).

2.3. عناصر ريادة الأعمال:

توجد العديد من العناصر الأساسية الممثلة لريادة الأعمال يمكن ذكرها في التالي (المعرفة):

- **الإبتكار:** يعتبر عامل الإبتكار من عناصر ريادة الأعمال الأساسية لنجاح رائد الأعمال فهو يجعله يستغل الفرص المتاحة ويتغلب على التهديدات والمخاطر التي تواجهه.

- **المخاطرة:** عندما تقول تعريف ريادة الأعمال فلا بد أن نذكر بجانبها المجازفة، فهما عاملان مرتبطان ببعضهما والعامل الحقيقي الذي يجعل المشاريع الريادية تنطلق وتنجح هو المخاطرة والخروج عن المألوف.

- **الرؤية:** البصيرة التي تكون لدى رائد الأعمال ماهي الاحتمالات التي يمكن أن يواجهها مستقبلا وكيف يمكن أن يتغلب على التهديدات التي ستظهر مستقبلا بالإضافة الى ان الرؤية تساهم على بناء الثقافة التي سيكون عليها المشروع الريادي.

- **التنظيم:** من عناصر ريادة الأعمال التي يجب على رائد الأعمال أن يمتلكها هي المهارات والقدرات ومميزات وعناصر أخرى تساعده على تحقيق التوافق بين المهمات التي يجب تحقيقها في الوقت المناسب، وادارة الموظفين والتواصل معهم بشكل منتظم وفرز كل عنصر من عناصر ريادة الأعمال حتى يتمكن المشروع من تحقيق نتائج سريعة وفعلية في الوقت المناسب.

3.3. فوائد ريادة الأعمال:

تتبع ريادة الأعمال على العديد من الفوائد يمكن ذكرها في التالي (ابراهيم، 2019):

- الاستقلالية وعدم الاعتماد على وظائف الآخرين؛ فرص للتميز وتحقيق الانجازات العظيمة؛
- فرصة لتحقيق اقصى الطموحات؛ فرصة لتحقيق الارباح والمكاسب الضخمة؛
- فرصة للمساهمة في خدمة المجتمع وتشجيع التصنيع سواء للاستهلاك المحلي او للتصدير وخلق المزيد من المنتجات والخدمات؛ التوظيف الذاتي وخلق فرص وظيفية للآخرين؛ زيادة الدخل وزيادة النمو الاقتصادي؛
- تقليل هجرة الكفاءات من خلال توفير المناخ الملائم لريادة الأعمال محليا.

4.3. اهداف زيادة الاعمال: لعل من أهم أهداف زيادة الأعمال ما يلي (المعرفة):

- تحسين الاقتصاد: تساهم المشاريع الريادية في خلق تعاون مشترك بين العديد من القطاعات وهذا بدوره ما يحرك عجلة الاقتصاد، كما تساهم على التعاون بين المشاريع الجديدة والقطاعات في المجتمع على تحسين الوضع الاقتصادي وخلق فرص عمل جديدة؛
 - تطوير الأفراد وتدريبهم: تقوم زيادة الأعمال على استغلال الفرص في الدرجة الأولى، وهي تبحث دائماً عن الأشخاص المبدعين الذين يقدمون أفكار جديدة تساهم في خلق منتجات مبتكرة، كما تساهم زيادة الأعمال في تطوير قدرات ومهارات الأشخاص الذين يعملون في المشاريع الجديد.
 - خدمة المجتمع: من المعروف أن من مميزات زيادة الأعمال أنها تقوم على حل مشكلة ما أو تطوير فكرة معينة، تسهل من خلالها على الأفراد ف والمجتمع.
 - تطوير أساليب التخطيط: تقوم زيادة الأعمال على دراسة المشاريع السابقة وفهم مميزات التنافسية لهذه المشاريع وامتلاك مفهوم زيادة الأعمال والاحاطة به بشكل كامل، وهذا ما يجعلها تتطور بشكل مستمر من الخطة التي تتبعها حتى تحقق النجاح المطلوب. فهي من خلال عدة أدوات ووسائل تفهم ماهي الجوانب التي لم تغطيها باقي المشاريع.
 - تطوير مهارات العمل ضمن الفريق: يعتمد نجاح أي مشروع ريادي في البداية على الأفكار وعناصر زيادة الأعمال التي يقدمها الفريق، وهذا ما جعل من زيادة الأعمال مكان مناسب لتطوير مهارات فريق العمل واحترامها.
- 5.3. اهمية زيادة الاعمال:

ان من بين الاسباب التي تقف وراء اهمية زيادة الاعمال للاقتصاد والدول نذكر ما يلي (المعرفة):

- زيادة الاعمال تخلق فرص جديدة: العروض الرائدة التي يقدمها رواد الاعمال تؤدي الى خلق وظائف جديدة، ويمكن ان ينتج عنها تأثير متتالي في الاقتصاد، كما يؤدي تحفيز الشركات والقطاعات ذات الصلة التي تدعم المشروع الجديد الى المزيد من التطور الاقتصادي في البلد؛
- زيادة الاعمال اضافة الى الدخل القومي: المشاريع الريادية تولد حرفياً ثروة جديدة، اذ تتيح العروض والمنتجات والتقنيات الجديدة والمحسنة من رواد الاعمال امكانية تطوير اسواق جديدة وانشاء ثروة جديدة، بالإضافة الى ذلك، فان التأثير المتراكم لزيادة العمالة وزيادة الارباح يساهم في تحسين الدخل القومي على شكل ايرادات ضريبية اعلى، وانفاق حكومي اعلى مما يمكن الحكومة من استخدام هذه الايرادات في الاستثمار في القطاعات الاخرى المتعثرة؛
- زيادة الاعمال تخلق تغييراً اجتماعياً: عن طريق عروض رواد الاعمال الفريدة للسلع والخدمات الجديدة، هم يتعدون عن التقاليد ويدعمون الحرية بشكل غير مباشر وذلك من خلال تقليل الاعتماد على الانظمة والتقنيات القديمة، هذا يؤدي الى تحسين الحياة الاجتماعية وزيادة الروح المعنوية والحرية الاقتصادية؛
- تنمية المجتمع: يقوم رواد الاعمال برعاية مشاريع زيادة الأعمال بانتظام، كما يستثمرون في مشاريع مجتمعية هامة ويقدمون الدعم المالي للجمعيات الخيرية المحلية، وهذا يتيح المزيد من التطوير من وراء مشاريعهم الخاصة، وقد استخدم بعض رواد الاعمال المشهورين مثل بيل جيتس، اموالهم لتمويل القضايا المهمة من التعليم الى الصحة العامة.

تأخذ ريادة الأعمال أشكالاً متعددة، نلخصها فيما يلي (Faizal):

- ريادة الأعمال الصغيرة: في عالم اليوم يمكن القول أن معظم المشاريع التجارية هي مشاريع صغيرة. حيث أن ما نسبته 99.7% من مجمل الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية هي شركات صغيرة، وتوظف ما نسبته 50% من إجمالي العاملين غير الحكوميين. هذا النوع من الريادة بالكاد مربح، ويحقق أفرادها أرباحاً صغيرة تغطي نفقاتهم وتضمن لهم إعالة أسرهم. وتفتقر المشاريع الصغيرة إلى القدرة على جذب رأس المال الاستثماري حيث يتم تمويلها في غالب الأحيان من قبل الأهل والأصدقاء أو القروض التجارية الصغيرة. من الأمثلة على الأعمال الصغيرة نجد المحلات التجارية الصغيرة والبقالات، صالونات الحلاقة، الاستشاريون وأصحاب الحرف الذين يعملون لحسابهم الخاص.

- ريادة الأعمال القابلة للتطوير: في هذا النوع من ريادة الأعمال، ينشئ رواد الأعمال شركاتهم وهم مؤمنون بأن نظرتهم وأفكارهم ستغير العالم. ويحصلون على التمويل من رأس المال المخاطر، حيث يسعون لإيجاد نموذج أعمال قابل للتطوير والتكرار، وبمجرد أن يعثروا عليه سيحتاجون إلى المزيد من التمويل حتى يتمكنوا من تطوير مشاريعهم والانتقال بها إلى المرحلة التالية. وتشكى ريادة الأعمال القابلة للتطوير نسبة ضئيلة من عالم الأعمال نظراً لما تنطوي عليه من مخاطرة كبيرة في رأس المال. ومن الأمثلة عليها، نجد شركات ناجحة مثل فيسبوك و نستغرام ومختلف منصات التسوق الإلكتروني عبر الإنترنت.

- ريادة الأعمال الكبيرة: يتميز هذا النوع من الريادة بالابتكار المستمر، وتقديم المنتجات الجديدة على الدوام التي تتمحور حول المنتج الرئيسي الأصلي. حيث يتم تطوير هذه المنتجات باستمرار لتتوافق مع احتياجات المساهمين المتغيرة والتقدم التكنولوجي السائد. غالباً ما يتوسع هذا النوع من الأعمال من خلال عقد شراكات أو شراء شركات ابتكارية أخرى. ومن الأمثلة على شركات ريادة الأعمال الكبيرة نجد مايكروسوفت، سامسونج... الخ.

- الريادة الاجتماعية: تظهر ريادة الأعمال الاجتماعية عندما يحاول رائد الأعمال خلق منتجات أو خدمات تحل مشكلات اجتماعية قائمة. حيث يهدف في هذه الحالة إلى جعل العالم مكاناً أفضل وليس تحقيق الأرباح والثروة المادية. وقد تأتي في شكل شركات ربحية أو غير ربحية أو مزيج من النوعين. من الأمثلة على هذا النوع من الريادة نجد منظمة Safepoint Trust ، وهي منظمة بريطانية تأسست على يد Marc Koska ، وتعمل على إعادة تصميم الأدوات الطبية وتزويد العيادات الطبية والمراكز الصحية في العالم بالحقن قليلة التكلفة غير القابلة لإعادة الاستعمال. حيث تمكنت من تقديم ما يزيد على 4 مليارات حقنة آمنة فيما يزيد على 40 دولة حول العالم.

4. دور التحول الرقمي في دعم وتطوير ريادة الأعمال:

بما أن التحول الرقمي مدفوع بمجموعة من التقنيات الرقمية، التي تشمل انترنت الأشياء، الروبوتات، والطباعة ثلاثية الأبعاد، والذكاء الصناعي، والواقع المعزز، وتقنية البلوك شين وتكنولوجيا النانو، وفي ظل المنافسة الشرسية التي تتعرض لها المشروعات الصغيرة ورواد الأعمال التي لا يمكن أن تستمر دون أن تتبنى ثقافة الابتكار والابداع، فهي مفتاح نجاح هذا العصر، ويمكنها من الوصول إلى التميز والنجاح وسرعة الوصول إلى الأسواق وبهذا يكون من أهم دوافع ريادة الأعمال التي تبني التحول الرقمي من أجل زيادة أحجام المبيعات، وتحقيق وفورات في التكلفة وابتكار طرق حديثة لخلق القيمة وتوليدها، وتقليل تكاليف الإنتاج، فضلاً عن تحسين جودة منتجاتها عبر تطبيق التكنولوجيا الجديدة، وتحقيق الكفاءة التشغيلية، وتحسين الأداء التنظيمي، فالتحول الرقمي سولء كان نتيجة لريادة الأعمال أو كان إحدى موجاتها الأكثر تقلباً وتطوراً، فما من شك أن بين التحول الرقمي وريادة الأعمال علاقة جد وثيقة، بغض النظر عن ماهية هذه العلاقة أو بالأحرى زاوية النظر إليها.

فقد يرى البعض أن التحول الرقمي ما هو إلا نتاج عمل ونشاط ريادي في الأساس، فيما قد يذهب البعض إلى أنه لولا هذه الانفتاحات التقنية الحديثة، وهذه الوسائط والأدوات الرقمية الأخذة في الازدياد والتنامي يوما بعد يوم لما تمكن كثير من رواد الأعمال من تحقيق نجاحات معتبرة. ما يعني أن العلاقة بين التحول الرقمي وريادة الأعمال هي علاقة تأثير وتأثر، علاقة تبادلية، كل طرف فيهما يؤثر في الآخر ويتأثر به دون أن ينفيه (علواني)، فمساعي رواد الأعمال الرقمية وتبنيهم لطرق وآليات التقنية الجديدة ودمجها في أعمالهم كانت نتيجة إدراكهم بأهميتها، وبالتالي فإن كل الجهود الرقمية تصب في صالح المشاريع الريادية، حتى وإن كان كثير من المشروعات والمنتجات التقنية الجديدة مدينة بوجودها لرواد أعمال بارعين ومبتكرين، ومن أجل توضيح العلاقة التبادلية بين ريادة الأعمال والتحول الرقمي نتطرق إلى كل من:

1.4. المزايا التي تتوفر عليها ريادة الأعمال: عند تبني التحول الرقمي (شحادة، 2022):

- سهولة تأسيس العمل الرقمي الذي يتطلب فقط مهارة رقمية، واتصالا بالإنترنت وجهازا ذكيا؛
- عمل أكثر مرونة مقارنة بالعمل التقليدي، الذي يستغرق ساعات عمل معين، فيستطيع رائد الأعمال الرقمي تحديد اوقات العمل المناسبة له وقضاء مزيد من الوقت مع عائلته؛
- تقليل التكاليف الثابتة للمنشآت مقارنة بمنشأة مادية مكانية، فرائد الأعمال الرقمي يستطيع مزاوله العمل من أي مكان يتوفر فيه اتصال بالإنترنت، ودون الحاجة إلى التكاليف الثابتة المتعلقة باستئجار الموقع والبنية التحتية كالكهرباء والمياه..؛
- سهولة التسويق والوصول إلى مزيد من العملاء على النطاق المحلي والعالمي، والسهولة في الارتقاء، فالتوسع في السوق الرقمي غير مقيد بفترة معينة، ولا بمكان معين، إذ يوفر الإنترنت مجموعة كبيرة ومتنوعة من المنتجات والخدمات لكل شخص على هذا الكوكب، ولذلك فمن الممكن لأي مشروع ناجح أن يصل إلى العالمية؛
- يتيح الوصول إلى الإنترنت لأصحاب المشروعات الرقمية الاستفادة من الموظفين والشراكات المحتملة في جميع أنحاء العالم دون اجبار أي شخص على الانتقال، فيمكن للفرق الافتراضي العالمي أن يقدم خدمات كثيرة مفيدة لرجل الأعمال الرقمي، مما يجعل من السهل تحديد المواهب وتوظيفها، وتسخير التنوع الثقافي وتحسين استخدام الموارد، وزيادة المرونة والاستجابة؛
- يوفر امتلاك منتج رقمي مزايا تتجاوز كذلك سهولة التصنيع والتخزين والشحن، إذ يمكن تعديل المنتج بسهولة، بل يمكن إجراء تغييرات جذرية دون تعطيل العملية التي يتم من خلالها تسويق المنتج ونتاجه وبيعه.

2.4. دور التكنولوجيا الحديثة في تحفيز مناخ الريادة والابداع:

وفق العصر الرقمي الذي تعيشه البشرية حاليا والذي عمل على تغيير البيئات التنافسية بعمق، وإعادة تشكيل استراتيجيات الأعمال والهياكل والعمليات التقليدية، وأصبحت تعطي المنظمات الفرصة لمزيد من التبصر في تفضيلات العملاء، وانشاء منتجات وخدمات جديدة تواكب احتياجاتهم، وتمكن المنظمات من علاج المشكلات الناشئة في طريقة فهمهم للعملاء، حيث وصفت البيانات بانها "النفط الجديد" لهذا العصر، فهي تعمل على اعطاء رائد الأعمال الفرصة للتطور بسرعة كبيرة حتى بدون رأس مال كبير (شحادة، 2022)، حيث أصبح في عالم اليوم رقمنة الاقتصاد تمثل آلية أساسية للابتكار، والقدرة التنافسية والنمو، التي تتطلب بدورها عملية تكييف وتحويل.

وهكذا اوجدت التكنولوجيا سبلا جديدة لتطوير ريادة الأعمال، حيث تثير التكنولوجيا جيلا جديدا من رواد الأعمال الذين يستخدمون التقنيات الرقمية والانترنت لتنفيذ معظم العمليات المطلوبة لإطلاق مشروع جديد، وبهذا المعنى التقنيات الرقمية هي عوامل تمكين لنشاط ريادة الأعمال، وهنا تبرز أهمية التكنولوجيا في تحفيز مناخ الريادة والابداع من

خلال دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة والناشئة، ومنحها فرص البقاء والتطور والاستمرارية عبر التقنيات الرقمية التي تبشر بعصر جديد في ريادة الأعمال، فمن خلال التكنولوجيا تستطيع هذه المشروعات جعل موقعها الإلكتروني أكثر جاذبية وسهولة للعملاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتساعدهم على الوصول إلى ملايين العملاء، لتحسين أعمالهم بطريقة مختلفة، فبنقرة واحدة على أي جهاز ذكي يمكنهم جعل علاماتهم التجارية متاحة لملايين المستخدمين في جميع أنحاء العالم.

3.4. تحديات تبني التحول الرقمي لريادة الأعمال:

ومن أجل اعتناق الرقمنة وتبنيها هناك تحديات تقف أمام ريادة الأعمال أثناء تنفيذ مشروعهم، أو خلال تحولهم الرقمي ومن تلك التحديات نذكر ما يلي (شحادة، 2022):

- البنية التحتية: تعتمد ريادة الأعمال الرقمية أساساً على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التي من دونها لن يتمكن رواد الأعمال من إيصال منتجاتهم إلى مختلف أجزاء العالم لا سيما البلدان النامية، لذا يمثل الوصول إلى البنية التحتية عريضة النطاق بتكلفة معقولة وموثوقة عالية السرعة تحدياً كبيراً؛

- القضايا الثقافية والاجتماعية: بوجود بيئة الأعمال الفضلى والبنية التحتية الصحيحة يبقى هناك نقص في الاستعداد المجتمعي أو الثقافي لهذا النوع من الأعمال، ويعود هذا إلى عدة أسباب، منها: عدم الثقة بالأعمال الإلكترونية، ونقص الوعي، والتخوف من كل ما هو جديد.

- قضايا حقوق الملكية الفكرية: يولد كثير من رواد الأعمال الرقميين عالمياً على الإنترنت أو في الحوسبة السحابية، أو لديهم القدرة على النمو والتوسع عبر الحدود بسرعة كبيرة، لذا غالباً ما يكون راس مال هؤلاء راس مال فكرياً، مما قد يثير قضايا تتعلق بحماية الملكية الفكرية لهم؛

- قضايا المهارات: وتبدأ من تحديد القدرة على المهارة المطلوبة، وتوظيفها، إلى امتلاك المهارات لتحديد التكنولوجيا الجديدة التي تتيح فرص الأعمال، واحضارها كمشروع جديد، أو نماذج أعمال موجودة، كما أن هناك حاجة لمهارات القيادة الإلكترونية والأشخاص الذين يجمعون بين عقلية ريادة الأعمال ومهارات العمل والاتصال، وكذلك المهارات التقنية، فمع تحول مزيد من البلدان إلى الاقتصاد القائم على المعرفة يستمر مفهوم الحوسبة السحابية وتحليل البيانات الضخمة في اكتساب أهمية قصوى، لكن الوصول إلى هذه المهارات يمثل تحدياً كبيراً لرواد الأعمال.

- الهجمات السيبرانية: على الرغم من المزايا التي يحققها التحول الرقمي لمنظمات الأعمال إلا أن هذه العملية لا تخلو من المخاطر والتحديات المتعلقة بالأمن السيبراني وخطر الهجمات السيبرانية والجرائم الإلكترونية.

4.4. مساهمة التحول الرقمي في تطوير وتعزيز نشاط رواد الأعمال:

ووفق الاقتصاد الرقمي تطور العديد من النشاطات والأساليب، والتي سنحاول تحديد نوع الصلة بينهما كالتالي (فراح، 2021):

- الإدارة الإلكترونية: حيث يعتبر مصطلح الإدارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة التي ظهرت نتيجة التحول الرقمي الذي أحدث تحولاً هاماً في أداء المؤسسات بتحسين إنتاجيتها وسرعة أداؤها وجودة خدماتها وبشكل عام فإن الإدارة الإلكترونية تعني القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتقنيات الحديثة، لتنفيذ الأنشطة الإدارية وشبكات الحاسب الآلية وتقديم الخدمات الآلية في كل الأوقات، وهذا ما يساهم في تحسين الأداء وتوحيد الإجراءات وسرعة التنفيذ وخفض التكاليف مع توفير البيانات والمعلومات اللازمة، بهدف تحقيق أهداف المنظمات بأقل وقت وجهد وتكلفة مع تطوير العمليات الإدارية، وهذا ما يثبت حقيقة أن الإدارة الإلكترونية كمصطلح إداري لم تظهر إلا مع ظهور شبكة الإنترنت واتساع استخداماتها على المستوى الدولي.

- الأعمال الالكترونية: هي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الأعمال أي ادخال اساليب الكترونية في الادارة والتخطيط لموارد المشروع وفي ادارة المخزون وفي غيرها من الانشطة التي تقوم بها المؤسسات، وقد عرفتها ibm بانها مدخل متكامل ومرن لتوزيع قيمة الأعمال المميزة من خلال ربط النظم بالعمليات التي تنفذ من خلالها أنشطة الأعمال الجوهرية بطريقة مبسطة ومرنة باستخدام تكنولوجيا الانترنت، وهنا اشارة الى ان الأعمال الالكترونية هي ما تتضمنه عمليات الادارة الالكترونية بعد التحول الرقمي لها.

- التجارة الالكترونية: عرفتها منظمة التجارة العالمية بانها تنفيذ لبعض او كل العمليات المتعلقة بالتجارة (البيع والشراء) عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التجارة الالكترونية تختلف عن التجارة التقليدية من ناحية الوسائل والتقنيات المستخدمة هذا من ناحية ومن ناحية أخرى تختلف في طريقة تفعيل نشاطاتها سواء ما تعلق بالتسويق او التوزيع وعرض المنتجات.

- التسويق الالكتروني: يعرف بانه عملية التخطيط وتنفيذ والتطوير او التسعير او الاتصال او توزيع فكرة منتج او خدمة لإنشاء التبادلات، كليا او جزئيا باستخدام التقنيات الرقمية، بما يتفق مع الاهداف الفردية والتنظيمية، ويهدف تطبيق تقنيات التسويق متعدد القنوات او عبر القنوات، وهذا يتيح التسويق الالكتروني عمليات اتصال مباشرة ما يساهم في زيادة ولاء الزبائن والحصول على تغذية عكسية.

5. خاتمة:

مما سبق ذكره نجد ان كل الوقائع التي بنيت عليها الخطط في السابق تغيرت تغيرا جذريا وهو الأمر الذي يعني أن رواد الأعمال مجبرون على تحويل مسار اعمالهم، وتغيير طرق أداء عملهم، اخذا بعين الاعتبار الأدوات والعمليات التحويلية الرقمية التي يمكن أن تؤدي إلى إحداث التغيير الضروري لتحسين الإنتاجية وتقليل نفقات الموارد واكساب الميزة التنافسية، ولعل أبرز النتائج التي يمكن تحقيقها من وراء هذا التحول الرقمي ما يلي:

✓ تحسين الكفاءة التشغيلية، زيادة الإنتاج، تحسين وتطوير المنتج، سهولة وسرعة الوصول، الحفاظ على العملاء، زيادة نسب ولاء العملاء، تقديم المنتجات والخدمات الجديدة.

✓ التحول الرقمي هو طوق نجاة رواد الأعمال في عصر السرعة والتغير المستمر.

✓ تعتبر زيادة الأعمال هي العصب الرئيسي لتطور المجتمعات بما يمتلكه من عناصر ومميزات وخصائص هامة. وفي أغلب الأحيان تساهم بحل المشكلات وتقديم حلول جديدة تساعد المستهلكين على تجربة جديدة للمنتج لذلك يجب الاحاطة جيدا بتعريف زيادة الأعمال.

✓ للتحول الرقمي اهمية كبيرة للمنظمات، فهو يعنى بدمج التقنيات الرقمية الجديدة في جميع مجالات الأعمال، مما يؤدي الى تغيير اساسي في طريقة عمل المنظمات تعمل على كفاءتها التشغيلية وتحسين ادائها التنظيمي وتعزيز قدرتها التنافسية وتعطي الفرصة لرائد الأعمال بالتطور بسرعة كبيرة.

✓ التحول الرقمي أصبح لغة العصر واساسي ولم يعد اختياري او التفريد خارج السرب والخروج من المعادلة بل اصبح ضرورة.

✓ التحول الرقمي ليس مكننة العمليات فقط وانما تغيير في نماذج العمل بفكر ابداعي وتمكين تقني ومن اهم مسؤوليات القائد الاول في المنظمة وليس مدير تقنية المعلومات.

1. Fesmina Faizal, What Is Entrepreneurship? – Types & Importance, <https://www.feedough.com/what-is-entrepreneurship-types-importance/>, 31/12/2023, 10:00.
2. احسان الصغير: ريادة الأعمال، الموقع الإلكتروني: <https://www.arageek.com> تاريخ الاطلاع 2023/03/31، الساعة 14:00.
3. احمد كاظم بريس و ورود قاسم جبر، تكنولوجيا التحول الرقمي وتأثيرها في تحسين الاداء الاستراتيجي للمصرف (دراسة استطلاعية لاراء عينة من مديري المصارف الخاصة في محافظة كربلاء)، المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد 16، العدد 65.
4. جميلة سلايمي ويوسف بوثي، التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، 2019.
5. حبوبكر الحاج محمد عبد الله ابراهيم، ملخص دورة ريادة الأعمال، مؤسسة قوافل للتنمية والابداع، اليمن، 2019.
6. رشيد فراح واخرون، التحول الرقمي ودوره في تطوير المؤسسات الناشئة- نتائج تطبيق الادارة الالكترونية- مجلة البحوث الادارية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، 2021.
7. عبد الحميد مصطفى ابو ناعم، ادارة المشروعات الصغيرة كيف تصبح رجل اعمال ناجح، دار الفجر، مصر، 2020.
8. علي بن صالح آل صممع، التحول الرقمي كمرتكز استراتيجي لقيادة التحول الاقتصادي، الموقع الإلكتروني: <https://mile.org/images/2018/citc.pdf>، تاريخ الاطلاع: 2023/04/01، الساعة 20:30.
9. فريق عمل المعرفة، عناصر ريادة الأعمال، الموقع الإلكتروني: <https://www.alefstartup.com>، تاريخ الاطلاع 2023/03/31، الساعة 09:00.
10. قريبي نور الدين، دور المؤسسات الناشئة التقنية في تحقيق التحول الرقمي المنشود في الجزائر، مجلة الابداع، المجلد 12، العدد 1، 2022.
11. ماجد العظيمان: ريادة الأعمال قفزت بشكل هائل مع التحول الرقمي، الموقع الإلكتروني: <https://www.rowadalaamal.com>، تاريخ الاطلاع 2023/03/31، الساعة 20:00.
12. محمد علواني، التحول الرقمي وريادة الأعمال (التأثير والتأثر)، الموقع الإلكتروني: <https://www.rowadalaamal.com/>، تاريخ الاطلاع 2023/03/31، الساعة 09:00.
13. مها خليل شحادة، التحول الرقمي وريادة الأعمال الرقمية، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد 62، 2022.

متطلبات تعزيز دور اقتصاد المعرفة في ظل المتغيرات الاقتصادية الكلية

Conditions required to strengthen the role of the knowledge economy in light of .macroeconomic changes

ابحري سفيان¹ ، زروق لادن كهيبة²

¹ جامعة امحمد بوقرة- بومرداس (الجزائر)

² المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي(الجزائر)

ملخص: إن من أهم مميزات تطور المجتمع الإنساني هي المعرفة، لأن من خلالها يمكن تحقيق تحولات ايجابية عميقة في جميع مجالات الحياة، كما تعتبر المعرفة المحرك الأساسي للمنافسة الاقتصادية وهذا من خلال الاهتمام بالطلب على الابتكارات والتقنيات الجديدة، ومن هنا تبرز أهمية المعرفة ودورها الذي باتت تلعبه على كافة المستويات، حيث كثرت الابتكارات والأبحاث التي تحولت إلى سلعة يكون الناس على استعداد مقابل الحصول عليها. ويتطلب الانتقال إلى الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة تطور المجتمع المحلي بتحقيق مستويات عالية من المعرفة والكفاءة والمهارة التكنولوجية، مما يؤدي إلى تغير في دور المعلم والمتعلم وفي طرق التعليم والبيئة التعليمية وتجهيزاتها، وكذلك في المناهج التعليمية.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد المعرفة؛ الإصلاح الاقتصادي؛ السياسات الاقتصادية؛ تحديث الصناعة الوطنية.

Abstract: One of the most important features of the development of human society is knowledge, because through it profound positive transformations can be achieved in all areas of life. Knowledge is also considered the primary driver of economic competition, and this is through attention to the demand for innovations and new technologies. Hence the importance of knowledge and its role that has become apparent. It is played at all levels, as there have been many innovations and research that have turned into a commodity that people are willing to obtain. The transition to a global knowledge-based economy requires the development of the local community by achieving high levels of knowledge, competence, and technological skill, which leads to a change in the role of the teacher and the learner, in teaching methods, the educational environment and its equipment, as well as in the educational curricula.

Keywords: Knowledge economy; The reform is economic; economic policies; Modernization of national industry.

تقف السياسة الاقتصادية أمام تحديات كبيرة بما تفرزه المنافسة العالمية في قطاع المعرفة باعتبارها حتمية ينجم عن تركها آثار سلبية على الاقتصاد الوطني وما يقدمه من فرص كبيرة للنمو الاقتصادي وهذا يتناسب مع دور الحكومة والقطاع الخاص في تمكين وتعزيز التوجه نحو نشر المعرفة واستخدامها باعتبارها العنصر الأساسي لتطور المجتمعات، إن من أهم مميزات تطور المجتمع الإنساني هي المعرفة، لأن من خلالها يمكن تحقيق تحولات ايجابية عميقة في جميع مجالات الحياة، كما تعتبر المعرفة المحرك الأساسي للمنافسة الاقتصادية وهذا من خلال الاهتمام بالطلب على الابتكارات والتقنيات الجديدة، ومن هنا تبرز أهمية المعرفة ودورها الذي باتت تلعبه على كافة المستويات، حيث كثرت الابتكارات والأبحاث التي تحولت إلى سلعة يكون الناس على استعداد مقابل الحصول عليها، ويتطلب الانتقال إلى الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة تطور المجتمع المحلي بتحقيق مستويات عالية من المعرفة والكفاءة والمهارة التكنولوجية، مما يؤدي إلى تغير في دور المعلم والمتعلم وفي طرق التعليم والبيئة التعليمية وتجهيزاتها، وكذلك في المناهج التعليمية.

إن التوجهات الحالية للتعليم على المستوى العالمي بصفة عامة والعربي بصفة خاصة تتجه لتطوير التعليم نحو الاقتصاد المعرفي حيث أصبح حتمية لأنظمة التعليم مما يتيح من فرص وتحديات في استغلال القدرات التكنولوجية، والوظائف والأعمال الجديدة وهذا يتطلب يد عاملة تتميز بصفات خاصة مثل الإبداع، وسرعة التكيف مع التغيرات الخارجية، وبناء على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تتحدد في مفهوم الاقتصاد المعرفي وأبعاده في تعزيز الدور المنوط به في ظل المتغيرات الاقتصادية الكلية من خلال التركيز على دور كل من: (سعيان، الخدمات في اتفاقية الشراكة السورية الأوروبية، 2004/12/21)

– أولاً: دور الدولة في تعزيز ونشر المعرفة؛

– ثانياً: دور القطاع الخاص ومساهمته في نقل وتطوير التكنولوجيا؛

1.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعرف على مفهوم الاقتصاد المعرفي وتحديد سماته وخصائصه ومؤشراته مع إعطاء قراءة تقييمية لواقع السياسة الاقتصادية ودورها في تفعيل وتمكين اقتصاد المعرفة على مستوى الاقتصاد الوطني.

2.1. أهمية الدراسة: سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من الأسئلة أهمها مفهوم الاقتصاد المعرفي، والتركيز على دور كل من الدولة والقطاع الخاص في تشجيع وتأهيل اقتصاد المعرفة

3.1. منهجية الدراسة: في دراستنا لهذا الموضوع استخدمنا المنهج التحليلي الذي يقوم على وصف الظاهرة، وإظهار العوامل المؤثرة في تفعيل وتمكين التكنولوجيا على مستوى الاقتصاد الوطني.

4.1. فرضية البحث:

• هناك آثار ايجابية لاقتصاد المعرفة على التنمية الاقتصادية في الدول العربية.

• للسياسة الاقتصادية والقطاع الخاص دورا كبيرا في تأهيل وتمكين اقتصاد المعرفة.

5.1. هيكلية البحث: تقسيم البحث: وفقا لذلك تم تقسيم محتوى هذا البحث إلى ثلاثة عناصر أساسية، تضمن العنصر الأول الإطار النظري لاقتصاد المعرفة مع تحديد خصائصه ومؤشراته وإبراز أهم المعوقات التي تحول نحو الاقتصاد المعرفي في الدول العربية، أما العنصر الثاني والثالث تطرقنا فيه إلى دور الدولة والقطاع الخاص في نشر وتطوير المعرفة على مستوى الاقتصاد الوطني.

2. مفهوم وخصائص اقتصاد المعرفة:

1.2. مفهوم اقتصاد المعرفة:

يطلق على مفهوم اقتصاد المعرفة عدة مصطلحات كـاقتصاد المعلومات أو الاقتصاد الافتراضي، الاقتصاد الشبكي... إلخ. وكل هذه المصطلحات في الحقيقة تشير بصفة مباشرة وبطريقة متبادلة مع اقتصاد المعرفة، مما يشير أن تسمية أو مفهوم اقتصاد المعرفة لم يلقى إجماعاً واحداً يتعلق بهذا المصطلح وعليه سوف نحاول في هذه الفقرة إعطاء بعض الآراء والتعاريف على سبيل المثال ولا الحصر. (علة، 2014)

اقتصاد المعرفة هو عبارة عن نظام اقتصادي مكونه الأساسي البحث العلمي في خلق وإنتاج الثروة حيث تتحقق معدلات النمو في هذا الاقتصاد بفضل استخدام التكنولوجيا بصفة مرتفعة في المدى الطويل، وقد عرفت منظمة التعاون والتنمية اقتصاد المعرفة على انه نظام اقتصادي قائم على آليات تسمح باستخدام المعرفة وتكنولوجيا المعلومات بصفة واسعة. (عبد الرحمان و فائزة، 2007)

أما التقرير الاستراتيجي العربي يعتبر اقتصاد المعرفة عبارة عن نظام اقتصادي فرضته التحولات التكنولوجية وتطور التجارة الالكترونية، أما برنامج الأمم المتحدة يرى بأن إقامة التنمية الإنسانية والمتعلق بنشر المعرفة وتوظيفها في جميع المجالات بهدف تحسين نوعية الحياة بكافة مجالاتها، أما البنك الدولي يعرف اقتصاد المعرفة على انه الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا والأفكار والإبداع من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال هذه التعاريف يمكن الوصول إلى إعطاء مفهوم شامل لاقتصاد المعرفة باعتباره يمثل الاقتصاد الذي يعمل على توليد ونشر المعرفة مع تحسين توظيفها باعتبارها الحجر الأساسي لخلق الثروة وتحقيق النمو.

2.2. خصائص اقتصاد المعرفة. يتميز اقتصاد المعرفة بمجموعة من الخصائص أهمها:-

- الإبداع: وهو ربط المؤسسات الأكاديمية وغيرها من مخابر البحث المواكبة لثورة المعرفة والتكنولوجيا مع المؤسسات الإنتاجية والصناعية والتجارية من أجل تزويدها وتحديثها بنظام المعرفة والتطورات التكنولوجية.

- التعليم الأساسي للإنتاجية والتنافسية الاقتصادية: وهذا عن طريق تكوين اليد العاملة المتميزة بالمهارة والإبداع عن طريق إدماج التكنولوجيا الحديثة في التكوين والمناهج وهذا في إطار تنامي الحاجة إلى إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الحياة الاقتصادية.

- البنية التحتية: وهذا عن طريق توفير بنية تحتية مبنية على التكنولوجيا والمعرفة من أجل تسهيل وسرعة نشر المعلومات وفق الاحتياجات المحلية.

- تفعيل وتشجيع البحث العلمي: باعتباره المحرك الأساسي لتحقيق التنمية الاقتصادية.

- اقتصاد المعرفة اقتصاد متفتح على العالم: باعتباره يسمح بتبادل المعارف الجديدة مع الآخرين في ظل مناخ اقتصادي مبني على تشجيع الاستثمارات في المعرفة والمعلومات والابتكار.

- يعتبر اقتصاد المعرفة كثيف المعرفة: حيث يركز أساساً على الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس المال الفكري.

- يتميز اقتصاد المعرفة بالمرونة وبسرعة التغيير: بهدف تلبية الاحتياجات المتغيرة، وكذلك بالانفتاح والمنافسة العالمية باعتباره اقتصاد مفتوح بالكامل.

3.2. مؤشرات اقتصاد المعرفة: يتميز اقتصاد المعرفة بمجموعة من المؤشرات والتي من خلالها إمكانية التحول إلى هذا الاقتصاد الجديد الذي يعتمد بصفة كبيرة على التكنولوجيا والمعرفة، نذكر منها:- (الاسكوا، 2003)

1.3.2. مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: من الناحية الواقعية تعتبر تكنولوجيا المعلومات مؤشر كبير الأهمية، لأنه يسمح للاقتصاد القائم على التكنولوجيا والاتصالات بتعزيز وازدهار النشاطات المكثفة في المعرفة والإنتاج ونشر التكنولوجيا، وهذا من خلال العناصر التالية:-

- تعمل على توفير عائد كبير من خلال تبادل المعلومات وفي مجال المعالجة؛
 - تعمل على اعتماد نماذج تنظيمية بهدف استخدام أمثل للإمكانيات الجديدة كنشر المعلومات؛
 - تعمل على تطوير وخلق صناعات جديدة تعتمد على التكنولوجيا مثل التجارة الالكترونية، ووسائل الإعلام المتعددة.
- وفي هذا النطاق وضع مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بعض المؤشرات التي تسمح بخلق القدرات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين البلدان. (قاسم)

2.3.2. مؤشر العلم والتدريب: إن قياس كفاءات الأفراد يتميز بنوع من الصعوبة وبناء على هذا فإن لمؤشرات الموارد البشرية مصدران رئيسيان الأول والمتعلق بالبيانات المرتبطة بالتعليم والتدريب، والبيانات المتعلقة بالكفاءات أو بمهن العمال، حيث يسمح المصدر الأول أو ما يسمى برأس المال البشري بتقييم المخزون والاستثمار في الموارد البشرية، حيث تجتمع إحصاءات التعليم في قاعدة بيانات دولية عن طريق اليونسكو وإدارة الإحصاء في الاتحاد الأوروبي، أما العنصر الثاني يعمل على تقديم المخزون والاستثمار في الموارد البشرية.

3.3.2. مؤشر البحث والتطوير: يتم في هذا العنصر استخدام مؤشرين أساسيين هما النفقات التي تخصص للأبحاث والتطوير وكذلك أعضاء فريق البحث والتطوير، والتي تعمل على إجراء تحاليل ديناميكية ومقارنات دولية.

4.2. واقع اقتصاد المعرفة في الوطن العربي: إن الدول العربية غير موجودة كضمن مجموعة أعلى 25% من دول العالم، والتي يبلغ دليل اقتصاد المعرفة فيها في حدود 5,7 بينما تقع ثماني دول عربية ضمن مجموعة ثاني 25% من دول العالم والتي يبلغ دليل اقتصاد المعرفة فيها بين 5 و 5,7، بينما تتميز سبعة دول عربية والمتمثلة في كل من الجزائر، تونس، مصر، المغرب، ليبيا، سورية، العراق. والموجودة في مجموعة ثالث أعلى 25% من دول العالم، والتي يتراوح دليل اقتصاد المعرفة فيها بين 5 و 5,2، أما الدول العربية المتبقية فتقع في آخر 25% من دول العالم، والتي يقل دليل اقتصاد المعرفة فيها عن 5,2، مثل موريتانيا و السودان و اليمن و جيبوتي، كما أن المنطقة العربية هي أدنى من 7G من المناطق الجغرافية الثاني بالنسبة لمؤشرين وأدنى من 6 من تلك المناطق بالنسبة لإحدى عشرة مؤشرا بينما سجلت المناطق العربية مؤشر أفضل والمتعلق بمتوسط النمو للناتج المحلي الإجمالي ويعود هذا الارتفاع إلى حد كبير إلى تحسن الأسعار العالمية للنفط الخام.

1.4.2. واقع تكنولوجيا المعلومات في الوطن العربي: انتشر استخدام الانترنت بشكل محسوس في العشر سنوات الأخيرة في الدول العربية حيث بلغ معدل الاستخدام في أغلب الدول العربية 21% من السكان وهي نسبة ضعيفة مقارنة مع دول أخرى متقدمة في العالم، كما أن عدد من سكان الدول العربية مثل مصر والجزائر والتي يقارب عدد سكانها ثلث عدد سكان الدول العربية، يستخدمون الانترنت بمعدل أقل من المعدل السائد في الدول ذات الدخل المرتفع ومنه يبدو واضحاً أن العالم العربي مازال في مرحلة متأخرة من حيث نشر واستخدام الانترنت وهذا راجع إلى عدم توفر الهياكل الأساسية لتكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات.

2.4.2. العوامل المؤثرة في مجتمع المعلومات العربي:

- عوامل البنية التحتية: والمتمثلة في تطوير شبكة الاتصالات والتي تعمل على كفاءة التكنولوجيا الرقمية الحديثة مع توفير خطوط الهاتف بشكل كبير باعتباره أداة للنفاذ إلى شبكة الانترنت كما تشير إلى توفير اليد العاملة المؤهلة في استخدام الانترنت في المنطقة العربية.

- العوامل الاقتصادية: وتتمثل في تحسين دخل الأفراد عن طريق الزيادة في الناتج الداخلي الخام الإجمالي مع التركيز على عنصر الجودة والمرتبطة بالمواصفات والمقاييس العالمية واللجوء إلى الاندماج باعتباره يعمل على زيادة النمو والازدهار.

3.4.2. جهود الدول العربية للتحويل نحو اقتصاد المعرفة: من الملاحظ أن هناك تفاوت من حيث الاهتمام والوعي بالمعلوماتية والاتصالات لدى الدول العربية سواء على مستوى السياسات أو من حيث تنفيذ الاستراتيجيات المتعلقة بهذا المجال، ويكمن هذا التفاوت من خلال اعتماد الأطر القانونية والتشريعية للمعلوماتية وتحديثها بما يوافق التطور التكنولوجي، وكذلك العمل على بيئة مشجعة للبحث العلمي عن طريق تخصيص ميزانية مشجعة في هذا المجال، كما أن تطوير الطاقة العلمية الكامنة في الدول العربية مع اتساع الفرص أمام الباحثين للعمل والحصول على مخصصات المناسبة، وتجدر الإشارة إلى أن الاهتمام بالنخب العربية وبالتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، يعمل على زيادة وتسريع الدخول إلى شبكة الدولية للمعلومات وهي تمثل عدد مستخدمي الشبكة الدولية للمعلومات كنسبة مئوية من السكان.

4.4.2. معوقات التحويل نحو الاقتصاد المعرفي في الدول العربية: إن حاجة الدول العربية للتحويل نحو اقتصاد المعرفة تتطلب إعطاء أولوية كبيرة لنشر المعرفة قبل نقل نتائجها المتمثلة في التكنولوجيا، نظرا لتوفر القدرة الاستيعابية التي تهيئ المناخ لنجاح نقل المعرفة، كما أن الجامعات العربية تعمل على تكوين باحثين عن فرص العمل وليس منتجين للمعرفة، باعتبار أن هناك بعض الدول العربية نجحت في إنشاء البنى التحتية للتعليم والصحة غير أنها بحاجة لإتباع بعض السياسات الاقتصادية التي تقوم بالاعتماد على الميزة التنافسية وعلى سرعة توليد ونشر واستثمار المعرفة. كما أن هذه الدول تعاني من ضعف في استقطاب العقول، وعلى هذا يتوجب على هذه الدول إعادة النظر في سياستها المتعلقة بالهجرة والاستقطاب في ظل غياب رؤيا إستراتيجية موحدة بين الدول العربية يظل عائقا أساسيا من معوقات إقامة مجتمع المعرفة.

ونظرا لإفرازات العولمة الخاضعة لتحرير حركة المنتجات الصناعية المبنية على المعرفة. فإن استفادة الدولة من هذا الجانب وقدرتها على تقليل الخسائر في الأجل القصير، وزيادة المنافع في الأجل الطويل. تتوقف على نجاحها بتنمية وتعزيز المعرفة، وتحديثها بهدف تطوير التكنولوجيا. مما يساهم في رفع معدل النمو الاقتصادي من خلال التركيز على كل من: (سعيان، الخدمات في اتفاقية الشراكة السورية الأوروبية، 2004/12/21)

- أولا: دور الدولة في تعزيز ونشر المعرفة؛ ثانيا: دور القطاع الخاص ومساهمتها في نقل وتطوير التكنولوجيا؛
3. دور الدولة في تعزيز ونشر المعرفة:

يتوقف دور الدولة، بالقيام بعملية إصلاح عميق وشامل للاقتصاد الوطني سواء، على صعيد السياسات الاقتصادية المتبعة، أو بنيته الهيكلية، وإصلاح الإطار المؤسسي بهدف جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة الناقلة للتكنولوجيا، وتحديث الصناعة الوطنية نظرا لأهمية هذا الدور في خلق وبناء القدرة التنافسية في ظل ما تشهده البيئة العالمية من تطورات وتزايد للمنافسة، خاصة بعد أن أصبح مفهوم الميزة التنافسية يمثل التطور الحديث لمفهوم الميزة النسبية في التجارة الدولية والذي يعتبر مفهوما ديناميكيا يعتمد على خلق عوامل الإنتاج بما يضمن تحقيق الثروة. بينما تعتبر الميزة النسبية مفهوما استاتيكيًا يعتمد على الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج الموروثة التي تحدد تكلفتها النسبية، وتأتي أهمية بناء القدرة التنافسية المبنية على المعرفة والتطور التكنولوجي باعتبارها العامل الثاني اللازم لتحقيق النمو بعد إصلاح الاقتصاد الكلي. (طعيمة الجرف، 2002) حيث تعتبر السياسات الحكومية أحد محدداتها (طعيمة الجرف، مفهوم القدرة التنافسية و محدداتها، 2002) بالإضافة إلى عوامل الإنتاج وخصائصها، وظروف الطلب المحلي والصناعات المكملة والمغذية، وإستراتيجية المؤسسة وأهدافها وسيادة

المنافسة المحلية، ويعبر عن القدرة التنافسية للدولة بإمكانيتها على خلق النمو المستمر للقيمة المضافة أو زيادة الإنتاجية بمعدل أسرع من الدول الأخرى.

وكذلك ضرورة قيام الدولة بدور الموجه والمساعد والمشجع واستخدام أساليب التدخل غير المباشر مثل إقامة المؤسسات التي تحد من حالة عدم التأكد وتشجيع الحصول على المعرفة في المراحل الأكثر تطوراً لضمان توفير البيئة الملائمة لبحث المؤسسات على التجديد والابتكار ودعم القدرة التنافسية. (مطانيوس، 2000) ولكن السؤال الذي يطرح نفسه هنا هل تسمح البيئة العالمية بما تشهده من تغيرات بتكرار النموذج الآسيوي في الدول النامية الذي أتاحت له البيئة العالمية في حينه الكثير من الفرص؟

1.3. إصلاح شامل وعميق للاقتصاد الوطني: يقع على عاتق الحكومات لعب دور جديد وأكثر فعالية في إدارة الاقتصاد الوطني من خلال آليات الاستثمار والسياسات النقدية والائتمانية المحفزة على النمو شرط إجراء إصلاح شامل للاقتصاد الوطني (خوري، 1999). لأن الاقتصاد الوطني يحتاج إلى إصلاح شامل للقضاء على المشاكل الهيكلية، التي يعاني منها، وعدم القدرة على الصمود تجاه الصدمات الخارجية. وبعد ما أفرزته العولمة من منافسة شرسة، أصبح ذلك فريضة يتوجب القيام بها في ظل التحديات التي تنشأ عنها، والفرص التي يتيحها. مما يفرض على صانعي السياسة الاقتصادية ضرورة الإسراع بتنفيذ برنامج شامل للإصلاح الهيكلي، وتبني حزمة واسعة من الإصلاحات التي تؤدي إلى خلق مناخ مناسب، يشجع القطاع الخاص، ويعزز الكفاءة والمنافسة، في مناخ مفتوح من شأنه أن يزيد القدرة التنافسية للاقتصاد الوطني، ويجذب المستثمرين من الخارج، وإيجاد بنية مؤسسية واضحة وتوجيه السياسة الصناعية لتدعيم قطاعات الاقتصاد التي تعتبر مصادر محتملة للنمو واستحداث فرص العمل.

ويتطلب تحقيق ذلك تطبيق برنامج إصلاحي شامل يتم وفق برنامج زمني محدد، من شأنه معالجة نقاط الضعف التي تعاني منها الصناعة الوطنية. بحيث تهدف هذه الإصلاحات المطلوبة إلى كسر حالة الجمود في إنتاج جميع القطاعات، وتطوير القطاع الخاص، وإصلاح النظامين المالي والتعليمي. على أن يتم ذلك في إطار إستراتيجية تنموية تضعها الدولة وفقاً لاحتياجاتها، وبما يضمن لها اختيار الطرق المناسبة للتكيف مع المشاكل الهيكلية، والعقبات المؤسسية، وكذلك التكيف مع التحديات والفرص، التي تنشأ عن طريق المنافسة، بعيداً عن أي برنامج إصلاحي تنموي قد تفرضه جهات خارجية لا يتناسب مع متطلباتها.

2.3. على صعيد الإجراءات وإصلاح الإطار المؤسسي: يشير الإطار المؤسسي إلى مجموعة القواعد والسياسات والمؤسسات، التي تحملها الدولة متابعة وضمان تطبيق الالتزامات، تجاه تأهيل وتعزيز المعرفة، خاصة الهيئات الخاصة بالموصفات والمقاييس، وضمان الجودة وتحديد اختصاصات الأجهزة والمؤسسات، في مجال التطوير وكيفية اتخاذ القرارات فيها.

ونظراً للتأثيرات السلبية للقيود المؤسسية، والفساد وسوء الإدارة، وغياب المحاسبة، وضعف القانون، وعشوائية الضرائب والأطر التشريعية المعقدة والغامضة على أداء الاقتصاد الوطني، وعلى تدفق الاستثمارات الأجنبية الناقلة للتكنولوجية. (ريشة، 2004) فإن الإصلاح المؤسسي يصبح ضرورة لزيادة فعالية الخدمات الحكومية والأهلية وكفاءة النظام القانوني، وفعالية أسواق المواد والمنتجات، لما له من دور هام في خفض تكلفة المعاملات الاقتصادية من خلال تخفيض الروتين والمنازعات التجارية، وبالتالي زيادة الإنتاجية. شرط أن يكون هدف الإصلاح المؤسسي تعزيز الشفافية وانسجام الأطر التشريعية، وبناء الثقة بين الحكومة والفاعلين الاقتصاديين، أما على صعيد الإجراءات فيجب أن نتناول ما يلي:

- إصدار وتطبيق التشريعات الخاصة بحماية المنافسة، ومكافحة الاحتكار وتطوير الأنظمة التشريعية وتشجيع المعرفة؛
- وضع برنامج لسياسة الجودة والابتكار يضمن الارتقاء بمواصفات جودة الإنتاج المحلي ومطابقته للمواصفات العالمية؛

- حماية الصناعة الوطنية من المنافسة والإغراق، واتخاذ الإجراءات الوقائية التي يمكن للدولة أن تطبقها على وارداتها من السلع الأخرى؛
 - رفع مستوى التعليم وتكثيف برامج تأهيل وتدريب العمالة، وتشجيع الإنفاق على الجودة والتطوير والابتكار. (ريشة، تطوير التعليم و دوره في بناء اقتصاد المعرفة في سوريا، 2004)
 - اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لتحفيز القطاع الخاص نحو تحقيق جودة المنتج النهائي والدخول في استثمارات جديدة مبنية على المعرفة ومنحه التسهيلات الائتمانية بأسعار فائدة فعالة.
 - تطوير الشركات المنتجة التي تهدف إلى التصدير، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة للصناعات التصديرية، وتقديم الدعم الفني للشركات لكي ترتقي إلى مستوى الكفاءة التصديرية. مع التركيز على الشركات الصغيرة والمتوسطة بإعفاءها من شرط دفع نسبة من رأس مال المشروع الذي يتم إنشاؤه بتمويل من برنامج تحديث الصناعة، نظرا لضعف قدرتها المادية.
 - ضرورة أن يتم الترويج إعلاميا لبرنامج تحديث الصناعة بإدراج المعرفة حتى يتم تعريف كل الشركات بمزايا البرنامج؛
 - استكمال إصلاحات النظام الضريبي، وتقريب معدلات الضرائب الوطنية من المستويات العالمية التي تكفل للإنتاج الوطني أوضاع المنافسة المقبولة؛
 - توجيه جانب هام من المساعدات الأوروبية إلى البحث العلمي وتطبيقاته، وبصفة خاصة في مجال الصناعات التحويلية من أجل تطويرها وتحديث أساليب العمل فيها وزيادة قدرتها التنافسية؛ (سعيقان، الخدمات في اتفاقية الشراكة السورية الأوروبية، 2004)
 - توفير آليات ميسرة للتمويل ونقل التكنولوجيا، وعلاج المشاكل الفنية والإدارية والتنظيمية لقطاع الصناعة؛
 - توفير المعلومات والبيانات ذات الصلة بالأنشطة الصناعية، وإتاحة استخدامها في ترشيد قرارات الاستثمار؛
 - تبني برامج وطنية وزيادة الموارد المخصصة للتعليم الأساسي والصحة والتدريب والكفاءة المهنية؛
 - تحرير سوق العمل وتطوير تشريعاته، للمحافظة على حق المنتج في مواءمة حجم العمالة تبعا للتغير في ظروف الإنتاج والتكنولوجيا واختيار العناصر الأفضل؛
 - خلق الهياكل الداعمة للصناعة التي تعتمد على التكنولوجيا. خاصة الصناعات الصغيرة لزيادة قدرتها على مواجهة المنافسة المتزايدة من الواردات؛
- 3.3. فيما يتعلق بالسياسة الاقتصادية والإسراع بوضع وتنفيذ برنامج لتحديث الاقتصاد الوطني:
- 1.3.3. أهم عناصر برنامج تحديث الاقتصاد الوطني المقترح: قبل التطرق إلى متطلبات إعداد وتنفيذ برنامج تحديث الاقتصاد الوطني وأهدافه، لابد من الإشارة أن للحكومة دورا رئيسيا في تحديث الاقتصاد على ثلاثة مستويات هي:
- المستوى الجزئي (مستوى المؤسسة الصناعية): من خلال توفير برامج دعم فني وتدريب متخصص، والمشاركة في تمويل الدراسات الفنية وتقديم دعم مالي كنسبة من قيمة المؤسسة.
 - المستوى القطاعي (أو مستوى الصناعة): يتمثل دور الحكومة في هذا المستوى من خلال الدعم المباشر، لإقامة صناعة مغذية مبنية على التكنولوجيا لا تستهدف التصدير حتى تثبت أقدامها في السوق المحلي، وإقامة مجتمعات صناعية والمتابعة المستمرة لتأثير التحرير التجاري على قطاعات معينة، وتقديم الدعم للصناعات التصديرية.

- المستوى الوطني (أو المستوى الكلي): يتحدد دور الحكومة هنا برفع كفاءة الخدمات المرتبطة بالصناعة المبنية على المعرفة، والاهتمام بشبكات المعلومات وإتاحة استخدامها وتمييز الصناعات التي تنجح في تحقيق التعاون الصناعي، ومنحها ضرائب مخفضة وإقامة بنية أساسية تتفق مع احتياجات الصناعة.

أولاً: متطلبات الإعداد والتنفيذ:

- متطلبات الإعداد:

• تشخيص الوضع الراهن لنسبة استخدام التكنولوجيا في القطاعات الاقتصادية؛

• تكوين مجموعات عمل من الجهات والمنظمات ذات العلاقة بالتكنولوجية.

- متطلبات التنفيذ:

• وجود إدارة مركزية للإشراف على التنفيذ وضمان سرعة الأداء؛ وجود نظام للمتابعة وتقييم أداء المشروعات المستفيدة؛

• المراجعة والتقييم للخطوات التي يتم اتخاذها أولاً بأول؛

• أن تتم عملية المشاورة بين الجهات والفئات المعنية قبل اتخاذ القرارات وهو ما يضمن المرونة والقبول لها.

2.3.3. العناصر الأساسية للبرنامج المقترح:

• زيادة القدرة التنافسية للسلع الوطنية المبنية على التطور التكنولوجي في الأسواق العالمية؛

• زيادة جاذبية الاستثمار المبني على المعرفة؛ تشجيع الابتكار في خلق الصناعات الصغيرة؛

• تكييف الصناعة الوطنية مع إستراتيجية النمو المبنية على المعرفة؛

• التركيز على دور وزارة التعليم العالي في تحسين جودة التعليم؛

• ربط الجامعة بالمحيط الاقتصادي باعتبارها قاطرة للنمو الاقتصادي.

3.3.3. ما هي الأهداف التي يجب أن يسعى إليها برنامج تحديث الاقتصاد الوطني؟ هناك مجموعة من الأهداف التي يجب أن يحققها البرنامج تتمثل بما يلي:

• زيادة قدرة الاقتصاد الوطني المبني على المعرفة والمنافسة داخليا وخارجيا؛

• زيادة القيمة المضافة وبالتالي مساهمة المعرفة في زيادة الناتج المحلي الإجمالي؛

• التركيز على المنتجات ذات الميزة التنافسية؛ زيادة الاستثمار في تأهيل وتطوير مهارة العمال؛

• تشجيع الصناعات الصغيرة والمتوسطة؛

• جذب الاستثمارات الصناعية الأجنبية وتوظيف التكنولوجيا الحديثة وتوفير إمكانيات التطوير المحلي.

4. دور ومساهمة القطاع الخاص في نقل وتطوير التكنولوجيا:

إن سعي الدولة لتحقيق وتمكين المعرفة يتطلب قيام القطاع الخاص بدور قيادي في العملية الإنتاجية بهدف نقل وتطوير التكنولوجيا في ظل تراجع دور الدولة الاقتصادي. نظرا لأن الانفتاح الاقتصادي سوف يؤدي إلى جعل الصناعيين المحليين أكثر قدرة على المنافسة من خلال تحرير التجارة. إلا أن ضخامة حجم القطاع العام سيعوق هذه المنافسة في ظل عدم قدرة السياسة الاقتصادية على التفاعل مع المتغيرات الدولية. نظرا لاعتمادها لفترة طويلة على الاعتبارات السياسية وليس الاقتصادية، والتي كان من نتائجها هيمنة القطاع العام على النشاط الاقتصادي، وعدم مرونة الجهاز الإنتاجي.

لذلك فإن هذا الوضع يتطلب حوصصة قسم كبير من منشآت القطاع العام على الأقل، على اعتبار أن الحوصصة تؤدي إلى زيادة كفاءة استخدام رأس المال، وزيادة الكفاءة الاقتصادية على المستوى الكلي، وتوقف تدفق الموارد إلى المؤسسات الخاسرة، وتعكس تراجع دور الحكومة في بعض قطاعات النشاط الاقتصادي، والتوجيه الأمثل للموارد. إضافة إلى دورها في زيادة الاستثمار الخاص المبني على التطور التكنولوجي، وجذب الاستثمار الأجنبي من خلال دورها في تحسين الحرية الاقتصادية. إلا أن

تطبيق الخصوصية يتطلب وجود سوق مالي نشط، وقطاع مالي تنافسي، وتوفير بيئة اقتصادية تنافسية، وطبقة من المديرين الأكفاء، من هنا فإن انتهاج سياسات اقتصادية مبنية على الخصخصة يعتبر أفضل بديل للاستفادة من المتغيرات الدولية والتفاعل معها. حيث تتيح السياسة التجارية تنشيط دور القطاع الخاص في مجال المعرفة مراعية متطلبات السوق العالمية والاستفادة من الظروف الدولية المتاحة، إلا أن نجاح الخصوصية وتشجيع المدخرات المحلية، وجذب الاستثمارات الأجنبية، يتوقف على توفر شرطين.

— أن يسبق خصوصية المؤسسات البنية الأساسية، إدخال المنافسة للأسواق المعنية، وحل المؤسسات القائمة، وإتباع الإجراءات والقواعد القانونية المناسبة بالنسبة لأسعار الخدمات والاتصالات مثلا وخلق أجهزة تشريعية مستقلة فعلا؛

— أن يتم استخدام الإيرادات الناشئة من عمليات الخصوصية في سداد الدين العام المحلي، مما يسمح بتخليص الموازنة الناشئة من عبء خدمة الدين، وزيادة المدخرات العامة.

إلا أن رفع مساهمة القطاع الخاص في عملية النمو ونقل المعرفة، تتطلب منه أن يجري تغييرا في ثقافته الإدارية، وأن يجري عمليات إصلاح عميقة لنفسه في ظل المشاكل العديدة التي يعاني منها والمتمثلة، بالافتقار إلى مهارات الإدارة والتنظيم ومهارات استخدام أدوات وتقنيات المعلومات والاتصالات، ومهارات الابتكار، وضعف الشفافية والتهرب الضريبي، وأن يضع لنفسه سياسة صناعية حديثة مبنية على المعرفة، وأن يكون لديه الرغبة الحقيقية في التحديث. لذلك عليه تنفيذ ما يلي:

- استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج وترشيد القرارات؛ التفاعل مع المتغيرات على الساحة الدولية؛
- تطوير الإنتاج وابتكار منتج جديد غير تقليدي؛ الاهتمام بالموارد البشرية وتدريبها.

كما أن جمعيات الأعمال الصناعية والغرف الصناعية لها دور متميز في الإسهام في جهود تحديث الاقتصاد من خلال:

• المتابعة المستمرة لحركة الأسواق، وتوفير البيانات والإحصاءات الخاصة بنشاطات القطاعات الاقتصادية وتطورها. خاصة الترويج للمنتجات ودراسة الأسواق الخارجية والداخلية، لتحديد القطاعات التي تتمتع بمزايا والعمل على تعظيمها وتحديد متطلبات التطوير التكنولوجي لتنمية الصادرات ووضعها أمام جهات صنع القرار بالجهات الحكومية والتمويلية؛

• بلورة المقترحات الخاصة بتطوير المناخ المحيط بالنشاط الاقتصادي والمساعدة في وضع السياسات الاقتصادية التي تزيد من القدرة التنافسية الوطنية؛ تكوين مراكز خبرة تساهم في رفع القدرات المهنية والإدارية للأعضاء وتوفير الخدمات الاستثمارية والمساهمة في جذب الاستثمارات المحلية والأجنبية إلى الاقتصاد الوطني واقتراح وسائل تحفيز الاستثمارات والابداع؛

• التعاون مع الحكومة في مجال الاستفادة من المنح الدولية لتوفير القوى المدربة وتحديد التخصصات وبرامج التدريب المعبرة عن احتياجات سوق العمل.

5. خاتمة:

إن من متطلبات تعظيم الاستفادة من تشجيع وتمكين القطاع الاقتصادي المبني على المعرفة ودور كل من الدولة والقطاع الخاص في ذلك على اعتبار أن التمكين يقدم فرصا كبيرة للاقتصاد الوطني، لذلك فإن تعظيم المزايا يتوقف على ضرورة قيام الدولة بإجراء إصلاح اقتصادي شامل يعطي المصدقية للسياسات الحكومية مع الابتعاد عن سياسة اللامبالاة في الإصلاح الاقتصادي، وتحديث الصناعة الوطنية المبنية على المعرفة ورفع الإنتاجية في كافة أنشطتها من خلال الاستفادة من المعونة المالية والفنية المقدمة من الاتحاد الأوروبي، ويتركز دور القطاع الخاص برفع مساهمته في عملية النمو مما يستدعي قيامه بإجراء تغيير في ثقافته الإدارية وأن يصنع لنفسه سياسة صناعية متطورة تواكب التطور التكنولوجي، وأن يكون لديه

الرغبة الحقيقية في التحديث وبالتالي العمل على إقامة روابط عميقة إنتاجية وتكنولوجية بين الشركات المحلية والشركات العالمية والمساهمة في تسويق الإنتاج الصناعي في السوق الدولية.

التوصيات:

- ضرورة قيام الحكومة بإجراء إصلاح اقتصادي شامل يعطي المصدقية للسياسات الحكومية مع الابتعاد عن سياسة الخطوة من أجل الخطوة في الإصلاح الاقتصادي، وذلك من خلال إجراء إصلاحات هيكلية في الاقتصاد الوطني توفر الشروط اللازمة لزيادة الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج، وخاصة بإعادة هيكلة الصناعة الوطنية.
 - إجراء إصلاحات مؤسسية تعمل على خفض تكاليف التعامل التي تعد بمثابة قيود غير جمركية على أنشطة الاستيراد والتصدير وتكبل الأنشطة الإنتاجية وتحول دون انطلاقها.
 - اعتماد الحكومة سياسة ضريبية تقوم على خفض معدلات الضرائب غير المباشرة وعدم اللجوء إلى رفعها لتعويض الانخفاض الحاصل في الإيرادات الحكومية الناتج عن خفض الرسوم الجمركية على الواردات.
 - اتباع سياسة مرنة لسعر الصرف لتعزيز القدرة التنافسية للصادرات عن طريق تجنب المغالاة في تقييم العملة وتجنب المبالغة في تخفيض قيمة العملة بأقل من المستوى التوازني لتحقيق فائض في الميزان التجاري، سوف يؤدي إلى خفض الأجور الحقيقية وعناصر الإنفاق المحلي بشكل عام، والاستثمار بشكل خاص.
 - العمل على تحديث الصناعة الوطنية بالسرعة القصوى واعتماد سياسة صناعية موجهة للخارج تراعي الميزة النسبية للاقتصاد الوطني وتعطي دوراً فاعلاً للقطاع الخاص، ووضع معايير واضحة ذات أولوية لتحديد الصناعات التي يمكن جذب الاستثمارات الأجنبية إليها ودعمها، والاهتمام برفع مستوى التعليم الفني والتكنولوجي لزيادة نسبة المكون المعرفي والبحثي إلى المكون المادي والمنتجات الصناعية.
- لقد أصبح الابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مطلباً حتمياً لذلك لا بد من توفير عوامل التحفيز حتى تتمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الاعتماد على المفاوالتية أو ما يطلق عليها بالريادة في أنشطتها وتبقى روح وثقافة المفاوالتية هي المحفز الجوهرى للتطور والتميز والابتكار في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأثرها على أداء وتنافسية المنظمات.

6. قائمة المراجع:

1. سمير سعيفان: الخدمات في اتفاقية الشراكة السورية الأوروبية، بحث مقدم إلى ندوة الثلاثاء الاقتصادية، حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سوريا جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق 2004/12/21 لغاية 2005/1/18 <http://Syrian.economy.org/index.html>
2. مراد علة: الاقتصاد المعرفي ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الأقطار العربية ودول مجلس التعاون الخليجي نموذجاً، عبد الرحمان الهامى وفائزة عزاوي: المنهج واقتصاد المعرفة، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان، الطبعة الأولى، 2007، ص 25
3. الاسكوا، مؤشرات العلم والتكنولوجيا والابتكار في المجتمع المبني على المعرفة، الأمم المتحدة، نيويورك 2003، ص 23
4. خالد مصطفى قاسم: دور آليات الاقتصاد المعرفي في تعزيز التنافسية للصناعة العربية، مجلة التنمية الصناعية العربية، العدد 70، ص 26
5. سمير سعيفان: الخدمات في اتفاقية الشراكة السورية الأوروبية، بحث مقدم إلى ندوة الثلاثاء الاقتصادية، حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سوريا جمعية العلوم الاقتصادية السورية، دمشق 2004/12/21 لغاية 2005/1/18 <http://Syrian.economy.org/index.html>
6. منى طعيمة الجرف: مفهوم القدرة التنافسية ومحدداتها، أوراق اقتصادية، العدد 19، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، أكتوبر 2002، ص 29.
7. مطانيوس حبيب: الاقتصاد السوري ومتطلبات الشراكة الأوروبية المتوسطية، بحث مقدم إلى ندوة الثلاثاء الاقتصادية: تحت عنوان الاقتصاد السوري على عتبة القرن الحادي والعشرين، دمشق من 2000-1-18 إلى 2000-1-21، ص 32.
8. عصام خوري: الشراكة السورية الأوروبية وأهم منعكساتها الاقتصادية في إطار العولمة، البحث الاقتصادي، العدد 58، دمشق، 1999/6/15 ص 8.
9. حسان ريشة: تطوير التعليم ودوره في بناء اقتصاد المعرفة في سوريا، بحث مقدم إلى ندوة الثلاثاء الاقتصادية، حول التنمية الاقتصادية والاجتماعية في سوريا، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، من 2004/3/23 لغاية 2004/7/6، <http://www.Syrian economy.org/index.html>
10. حسان ريشة: تطوير التعليم ودوره في بناء اقتصاد المعرفة في سوريا، مرجع سبق ذكره، <http://www.Syrian economy.org/index.html>
11. سمير سعيفان: الخدمات في اتفاقية الشراكة...، مرجع سبق ذكره، <http://www.Syrian economy.org/index.html>

دور الخدمات المالية الرقمية في تعزيز ريادة الأعمال - عرض تجربة Paytm -

The role of digital financial services in promoting entrepreneurship A presentation of the experiences of Paytm

عبد الله عيجولي¹، يوسف لزرق²

¹ جامعة الجزائر 3- الجزائر-

² جامعة المسيلة- الجزائر-

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الخدمات المالية الرقمية وتحليل علاقتها مع ريادة الأعمال من الناحية النظرية، كما نتطرق فيها إلى تجربة مؤسسة paytm في تقديم الخدمات المالية الرقمية ومساهمتها في دعم ريادة الأعمال، كما شملت هذه الدراسة تحليل واقع الخدمات المالية الرقمية في الجزائر، وقد توصلت الدراسة إلى أن الخدمات المالية الرقمية يمكن أن تساهم في دعم ريادة الأعمال وذلك من خلال ما توفره من إمكانية تسوية مختلف المعاملات المالية عن بعد سواء على المستوى المحلي أو الدولي، كما توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات القائمة على تلك الخدمات يمكن أن تساهم في دعم ريادة الأعمال من خلال تقديم التمويل اللازم لها أو الاستثمار فيها.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المالية الرقمية؛ ريادة الأعمال؛ مؤسسة paytm؛

Abstract: the objective of this study is to explore digital financial services and examine their connection to entrepreneurship in theory, we also discuss the experience of the Paytm Foundation in providing digital financial services and its contribution to supporting entrepreneurship, This study also included an analysis of the reality of digital financial services in Algeria, The study concluded that digital financial services can contribute to supporting entrepreneurship through the possibility of settling various financial transactions remotely, whether at the local or international level, The study also found that the institutions based on these services can contribute to supporting entrepreneurship by providing the necessary financing for it or investing in it.

Keywords: digital financial services; entrepreneurship; Paytm Foundation;

يشهد العالم اليوم تطورا سريعا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الامر الذي أدى الى ظهور العديد من الابتكارات التي مست مختلف المجالات، وانعكس ذلك على إمكانيات المؤسسات المالية في تقديم خدماتها، فانتقلت من تقديم خدماتها بأسلوب تقليدي الى أسلوب يعتمد على الانترنت باستخدام مختلف المواقع والتطبيقات الالكترونية، ولكي تحافظ زيادة الاعمال على مكانتها في الأسواق وتستفيد من المزايا التي تقدمها الخدمات المالية الرقمية أصبحت مجبرة على استخدامها في تنفيذ مختلف العمليات المالية التي تقوم بها، وفي هذا السياق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن للخدمات المالية الرقمية ان تساهم في دعم التوجه نحو زيادة الاعمال؟

ولاكتشاف الدور الذي تقوم به الخدمات المالية الرقمية في تعزيز زيادة الاعمال تم تقديم تجربة شركة paytm التي تعد من أكبر الشركات الناشئة في مجال الدفع الرقمي بالهند، وذلك من أجل التعرف على العوامل التي ساعدت في انشائها ومدى مساهمتها في تعزيز زيادة الاعمال في الهند وماهي المتطلبات الواجب توفرها لكي تستفيد منها زيادة الاعمال في الجزائر وللوصول للأهداف التي سبق ذكرها تم التطرق في هذه الدراسة الى العناصر التالية:

- أولا: الإطار المفاهيمي لزيادة الاعمال والخدمات المالية الرقمية؛

- ثانيا: عرض تجربة شركة Paytm؛

- ثالثا: متطلبات استفادة زيادة الاعمال في الجزائر من تطبيقات الخدمات المالية الرقمية.

2. الإطار المفاهيمي لزيادة الاعمال والخدمات المالية الرقمية:

نستعرض من خلال هذا العنصر مختلف المفاهيم المرتبطة بكل من زيادة الاعمال والخدمات المالية الرقمية:

1.2 مفاهيم عامة حول زيادة الاعمال:

1.1.2 مفهوم زيادة الأعمال: هناك العديد من المفاهيم لزيادة الأعمال تختلف عن بعضها حسب المنطلقات الفكرية للباحثين نذكر بعضها كما يلي:

تعد زيادة الاعمال عاملا رئيسيا في تحقيق التميز التنافسي، وتطوير حلول أفضل قبل المنافسين، كما تعمل على تعزيز القدرة على التكيف مع المتغيرات البيئية واتجاهات السوق، ومواجهة القدرة التنافسية للمنافسين. (Pedro M. García, Villaverdea, 2018, p. 52).

تعد زيادة الأعمال قدرة مبتكرة وإبداعية يتم استخدامها كنقطة انطلاق واستراتيجية ومورد للبحث عن فرص للنجاح، ويتمحور موضوع زيادة الأعمال حول القدرة على خلق شيء جديد ومتنوع باستخدام الأفكار الإبداعية والابتكارية لتحقيق الفرص. (Siswiandini, 2020, p. P681).

تعرف على أنها عملية تصميم وإطلاق وتشغيل عمل جديد، والذي يبدأ عادة كشركة صغيرة، مثل شركة ناشئة، تقدم منتجا أو عملية أو خدمة للبيع أو التأجير، وتشمل زيادة الأعمال على القدرة والاستعداد لتطوير وتنظيم وإدارة المشاريع التجارية من خلال الابتكار والابداع في البحث عن الفرص ومواجهة التحديات البيئية والمخاطر التنافسية. (Burton, 2017, p. 1)

من خلال المفاهيم السابقة يمكن القول ان زيادة الاعمال هي العملية التي يتم من خلالها انشاء المشاريع الجديدة سواء كانت انتاجية او خدمية وتطويرها من خلال الابتكار الإبداعي، وتشمل زيادة الاعمال القدرة على مواجهة المنافسين والتكيف مع الظروف المحيطة.

2.1.2 أبعاد زيادة الأعمال: تتمثل ابعاد زيادة الاعمال في العناصر الأساسية التالية (مفتن، 2021، صفحة 7):

- الابداع والابتكار: يعتبر الابداع والابتكار من ابعاد زيادة الاعمال التي تمثل مطلباً أساسياً في عملية توليد الفكرة الريادية، أي هي الروح التي ينبثق من المنظمة من اجل البقاء والاستمرار، حيث يعتبر المسار الجديد الذي يمد بالأفكار الإبداعية والمبتكرة من خلال الاستراتيجيات الجديدة وغير المألوفة لحل المشكلات ولتلبية الاحتياج؛ وان الابداع والابتكار تمثل رؤية مستقبلية جديدة ذات بعد استراتيجي «مبتكر من تفكير ينطوي على ابتكار رؤى جديدة تعمل على زيادة النشاط التجاري لدى المنظمات المالية.

- المخاطرة: المخاطرة من السمات الرئيسية المرتبطة بزيادة الأعمال، والريادي يتعرض للمخاطر من خلال القرارات التي يشوبها حالات الغموض أو عدم التأكد في بيئة المنظمة، هذا يتطلب نطاق واسع من التفكير لتحقيق النجاح داخل المنظمة، وريادي الاعمال هو شخص محفوف بالمخاطر أي انه يميل نحو تبني المخاطر من خلال ادخال المنتجات أو الخدمات الجديدة، وان المخاطرة تتمثل في قيام المصرف بتكريس أصوله عن قصد لتوفير المنتجات أو الخدمات التي لديها القدرة على تحقيق عوائد استثنائية أو تنطوي على خسارة، وان المخاطرة تتمثل في قيام إدارة المصرف باستخدام طرق وآفاق جديدة مبتكرة من اجل تفادي المخاطر التي من الممكن التعرض اليها، وإيجاد الحلول التي تناسب استقرار العمل المصرفي.

- المبادرة: يمتلك الأفراد الرياديين الشجاعة للحصول على الفرص المتاحة والاستفادة منها من خلال الاعتماد على الموارد المتاحة في المجتمع، وكان الهدف الوصول الى رؤية متكاملة حول سير أنشطة الافراد وفعاليتها ومتابعة التطورات التكنولوجية، التي أدت الى ظهور أهمية المبادرة في زيادة الاعمال، وتعتبر المبادرات عاملاً أساسياً في تحقيق أفكار ريادي الاعمال، وان المبادرة تعني ميل المنظمة لاقتناص الفرص الجديدة واستغلالها وتحديد حاجات الزبائن القائمة والمستقبلية والقيام بالفحص البيئي بشكل يفوق المنافسين.

3.1.2 أهمية زيادة الأعمال: تتزايد وتتعاضد أهمية زيادة الأعمال لما اثبتته معدلات النمو المرتفعة وقدرتها الفائقة على علاج ثلاث قضايا هامة مؤثرة بقوة وهي: البطالة، تحقيق التنمية، محاربة الفقر فهي تساهم في تنمية المجتمع وذلك من مختلف النواحي (جميل، 2022، صفحة 296):

- الناحية الاقتصادية والتي تتمثل في:

- تساهم زيادة الاعمال بدور فعال في خلق فرص عمل وبالتالي تقليص معدلات البطالة؛
- تكوين عمال ذوي مهارات تحتاجها مختلف المشروعات، ويمكن تحقيق ذلك من خلال تدريب العمال في مراكز التكوين، واكتساب مهارات عملية في الميدان؛
- اكساب المهارات الإدارية والتنظيمية لمديري المشروعات؛ الرفع من معدلات النمو الاقتصادي؛
- تساهم زيادة الاعمال بدور أساسي في دعم ورفع الكفاءة الإنتاجية للمشروعات الكبيرة وذلك من خلال اعداد العمالة الماهرة وخفض تكاليف الانتاج وزيادة القيمة المضافة؛
- تنمية المناطق الريفية خلال تواجد العمل المنتج في المكان الذي توجد فيه قوة العمل ومن ثم يوضع حد للهجرة الريفية، وتوفير فرص عمل زيادة حقيقية في دخول الاسر ومستوى معيشتهم مما يؤدي الى تحديث المناطق الريفية؛
- دعم الصادرات وتخفيف العجز في ميزان المدفوعات والتي غالباً ما تعتمد في نشاطها على المواد الخام المحلية والكثافة العمالية،

- الناحية الاجتماعية وتتمثل الأهمية الاجتماعية كما يلي:

- خلق مجتمع منتج من الشباب يثق في قدراته ومؤمن بالعمل الحر؛

● تحقيق العدالة في التنمية الاجتماعية المتوازنة بين مختلف فئات الدولة:

- الناحية البيئية: تعمل زيادة الاعمال على استغلال المخلفات الزراعية الامر الذي يقلل من تلوث البيئة، لذا تهتم هاته المشاريع بالتنمية المستدامة من خلال حماية الموارد الطبيعية الحالية والمستقبلية بالقيام بما يسمى بالمشاريع الخضراء مما يؤدي الى رفع القيمة الاقتصادية للموارد الطبيعية المتوافرة بالدولة وحل مشكله التلوث البيئي، أين أصبحت تنال محلا للاهتمام والدعم من قبل عدة أجهزة الحكومية أسستها الدولة.

2.2 ماهية الخدمات المالية الرقمية:

1.2.2 تعريف الخدمات المالية الرقمية: تعرف الخدمات المالية الرقمية بأنها النظام الذي يتيح للزبائن الوصول إلى حساباتهم أو أية معلومات يريدونها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الكمبيوتر الخاص به أو الوسائل الالكترونية أو الرقمية (مسعودي، 2015، صفحة 21).

الخدمات المالية الرقمية هي ظاهرة تصف الإمكانيات المشتركة بين الخدمات المالية والقطاعات التقنية حيث تقوم شركات التقنية الناشئة والشركات الحديثة بالدخول إلى الأسواق بابتكار (أو تغيير) المنتجات والخدمات التي يقدمها قطاع الخدمات المالية التقليدية (العلمي، 2019، صفحة 5).

تتمثل الخدمات المالية الرقمية في الوصول الرقمي إلى الخدمات المالية الرسمية واستخدامها -التحويلات، والمدفوعات، والمدخرات، والائتمان، والتأمين، وما إلى ذلك من قبل المستهلك النهائي، ويشترط فيها أن تكون هذه الخدمات مناسبة لاحتياجات العملاء وتقديمها بمسؤولية وبتكلفة معقولة للعملاء ومستدامة لمقدمي الخدمات (Lyman, 2015, p. 1).

2.2.2 مكونات الخدمات المالية الرقمية: هناك ثلاث مكونات رئيسية لأي من الخدمات المالية الرقمية نذكرها كما يلي (الحيدري، 2021، صفحة 105):

- منصة المعاملات الرقمية: تتيح هذه المنصة للعميل استخدام جهاز لإجراء أو تلقي المدفوعات والتحويلات وتخزين القيمة إلكترونيا لدى بنك أو جهة غير بنكية يسمح لها بتخزين القيمة الإلكترونية.

- وكلاء البيع بالتجزئة: ان المزودين بجهاز رقمي متصل بالبنية التحتية للاتصالات لنقل واستلام تفاصيل المعاملات يمكن العملاء من تحويل النقد إلى قيمة مخزنة إلكترونيا وتحويل القيمة المخزنة إلى نقود. اعتمدا على اللوائح المعمول بها والترتيب مع المؤسسة المالية الرئيسية، قد يؤدي الوكلاء أيضا وظائف أخرى.

- أن يكون جهاز العميل رقميا مثل (الهاتف المحمول) وهو وسيلة لنقل البيانات والمعلومات أو تمليك (بطاقة الدفع)، تتصل بجهاز رقمي مثل (جهاز نقاط البيع).

3.2.2 متطلبات تقديم الخدمات المالية الرقمية: لتقديم الخدمات الرقمية وجب توافر بعض العناصر المهمة أهمها (جازية، 2020، صفحة 14):

- البنية التحتية: إن عدم توافر بنية تحتية لفروع البنوك أو عدم ملائمة ساعات العمل أو المواقع في بلد ما، من شأنه تشجيع العملاء على إجراء مدفوعاتهم باستخدام التكنولوجيا الرقمية، وإذا كانت الفروع بعيدة جدا عن أماكن سكن العملاء أو أماكن قيامهم بأعمالهم، فهذا أيضا يدفعهم إلى استخدام وسيلة بديلة، وبينما نجد في الأردن ولبنان تغطية بنكية جيدة وبشكل عام تتواجد على مسافة جغرافية صغيرة من مدينة لأخرى، نجد أنه في أماكن أخرى مثل مصر والعراق قد تم البدء في إنشاء أرضية ملائمة للخدمات المالية الرقمية.

- التكلفة: إن تكلفة المعاملات الناتجة عن ترك مشروع ما والذهاب بعيدا إلى فرع أو إلى مكتب بريد من أجل إجراء بعض المدفوعات يؤدي إلى تضييع للمال، وعلاوة على ذلك، فإذا انطوت عملية إرسال الأموال أو إجراء المدفوعات على رسوم كبيرة لإجراء المعاملة كنسبة مئوية من المبلغ، فإن العملاء سوف يبحثون عن خيارات أخرى أقل تكلفة، لذلك يجب وضع طريقة لتوضيح المبالغ التي سيتم توفيرها وذلك من أجل تحفيز العملاء على استخدام المدفوعات الرقمية.

- الاعتبارات الأمنية: إن ترك المنزل والذهاب بعيدا إلى بنك أو مكتب بريد يعتبر في بعض مجتمعات الشرق الأوسط من الأمور غير الآمنة، وكذلك فإن الوقت المستغرق في التنقل يعتبر كبيرا جدا. وبالتالي، فإن ظروف الأمان والسلامة غير المواتية من شأنها أن تولد رغبة لدى العملاء في السعي وراء خيارات أسهل مثل استخدام التكنولوجيا الرقمية، وهذا هو الحال بشكل خاص في العراق حيث تقوم مؤسسة "فيتاس" بصرف ما يزيد عن 11 مليون دولار كل شهر للعملاء، إلا أنها كانت غالبا ما تضطر إلى إغلاق بعض الفروع مؤقتا أو تضع قيودا على بعض المعاملات من أجل التأقلم مع البيئة الأمنية غير المستقرة.

- تعزيز تنوع المؤسسات المالية: تضم القطاعات المالية الشاملة أنواعا كثيرة من المؤسسات المالية بخلاف البنوك التجارية، مثل البنوك البريدية ومؤسسات التمويل الأصغر والجمعيات التعاونية الائتمانية - تطبق نماذج أعمال متنوعة وتمارس نشاطها في مناطق جغرافية مختلفة بغرض خدمات قطاعات شرائح متميزة من العملاء - ومن الأهمية بمكان وجود إطار قانوني وتنظيمي يسمح بدخول المؤسسات المتنوعة ويطبق لوائح وقواعد رقابية متناسبة تلائم مستويات المخاطر بكل مؤسسة، وذلك من أجل الوصول إلى العملاء الذين لا يحصلون على خدمات كاملة من جانب البنوك التجارية.

- تيسير استخدام التقنيات المبتكرة ودخول المؤسسات غير التقليدية التي تعتمد على التكنولوجيا لا يوجد بلد مثل الصين يوضح بشكل أفضل ما يمكن تحقيقه من خلال النهج المبتكرة التي تعتمد على أطراف فاعلة غير تقليدية مثل منصة علي بابا (Ali Baba) للتجارة الإلكترونية وشبكة تنسنت (Tencent) للتواصل الاجتماعي يستغل مقدمو الخدمة المبتكرون في كثير من البلدان التكنولوجيا وشبكات العملاء القائمة بالفعل والبنية التحتية والبيانات الضخمة لخفض تكلفة المعاملات وتقديم منتجات مالية تناسب احتياجات العملاء محدودي الدخل. وكما ورد في المبادئ رفيعة المستوى لتعميم الخدمات المالية الرقمية الصادرة عن مجموعة العشرين هناك ضرورة لإطار قانوني وتنظيمي واضح يتيح الفرصة أمام التقنيات والأطراف الفاعلة الجديدة، وفي الوقت ذاته مواجهة المخاطر الناشئة عن الابتكار.

- توسيع نطاق القنوات المصرفية التي تعتمد على الوكلاء وغيرها من قنوات تقديم الخدمة ذات التكلفة المعقولة: هناك إدراك قائم أن الاعتماد على الفروع التقليدية دون غيرها يمثل عقبة رئيسية في سبيل تعميم الخدمات المالية، ويمكن للمناهج التنظيمية أن تساعد على التغلب على هذه العقبة عن طريق السماح باستخدام قنوات منخفضة التكلفة مثل متاجر التجزئة المحلية التي تعمل كوكلاء لمقدمي الخدمات المالية والفروع، وتؤدي هذه النهج إلى توسيع نطاق الحضور الفعلي لمقدمي الخدمات المالية بتكلفة معقولة، وفي الوقت ذاته توفير مزايا حقيقية للفئات التي تصل إليها الخدمات.

- الاستثمار في الإشراف واستخدام التكنولوجيا لتعزيز الموارد المحدودة: إن القطاع المالي الذي لا يخضع لرقابة جيدة من وجهة النظر التي تقوم على أساس التحوط أو تهتم بأداء السوق من غير المرجح أن يكون شاملا وفي الواقع، يستلزم تنفيذ الكثير من البنود الواردة في هذه القائمة رقابة فعالة. ومع ذلك، نادرا ما نصادف بلدا لا تمثل فيه معوقات القدرة قضية دائمة، ما يعني أن هناك ضرورة في أغلب الأحوال لنهج الرقابة القائم على أساس المخاطر، تتحول الجهات الرقابية في النمسا ورواندا وغيرها من البلدان إلى استخدام التكنولوجيا أيضا للمساعدة على ميكنة التقارير وإجراء التحليلات الرقابية، وهو نهج يشار إليه عادة باسم "التكنولوجيا التنظيمية".

- تنفيذ اشتراطات متدرجة قائمة على أساس المخاطر لمكافحة غسيل الأموال يشير المؤشر العالمي لتعميم الخدمات المالية إلى أن أكثر من 300 مليون شخص بالغ على مستوى العالم يذكرون الوثائق الكثيرة باعتبارها معوقا رئيسا لفتح حساب مصرفي، ويعد النظام المرن القائم على أساس المخاطر لمكافحة غسيل الأموال المقترن بخطة وطنية شاملة لتحديد الهوية يمكن الاطلاع عليها من الأمور المهمة للتغلب على هذه العقبة.

- تشجيع تطوير منتجات مالية مبتكرة ومنخفضة التكلفة: تواجه الفئات المحرومة من الخدمات معوقات فريدة ولديها احتياجات مالية فريدة، ويتعين على صانعي السياسات العامة إرساء أطر تنظيمية تشجع على إعداد منتجات مالية ملائمة، مثل الحسابات المصرفية الأساسية والتأمين الأصغر، تلبي احتياجات العملاء المحرومين من الخدمات ومحدودي الدخل، ويجب أيضا التشجيع على تصميم المنتجات التي تركز على العملاء وتتغلب على المعوقات السلوكية وتزيد من حجم المنفعة.

- حماية العملاء عن طريق إرساء قواعد للإفصاح والمعاملة العادلة: حماية العملاء من الاستغلال المحتمل ومعاملتهم معاملة عادلة من جانب مقدمي الخدمة في غاية الأهمية، ويؤكد تقرير البنك الدولي حول الممارسات الجيدة للحماية المالية للعملاء على ضرورة أن يزود مقدمو خدمة العملاء بمعلومات واضحة حول شروط وأحكام المنتجات من خلال نموذج موحد بغرض تسهيل المقارنة عند تسوق المنتجات.

3.2 تحليل العلاقة بين زيادة الاعمال والخدمات المالية الرقمية:

يعتمد تحليل العلاقة بين زيادة الأعمال والخدمات المالية الرقمية القيام بتقييم شامل لمختلف التقنيات المستخدمة في الخدمات المالية الرقمية، إضافة إلى تحليل الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية المحيطة بالشركات الناشئة، ويمكن توضيح هذه العلاقة من خلال النقاط التالية:

- التقليل من التكاليف: من خلال المزايا التي تقدمها الخدمات المالية الرقمية مثل التطبيقات في الهاتف المحمول، فإن ذلك يساعد على تحسين كفاءة العمليات المالية وتقليل التكاليف التي تقوم بها الشركات، وذلك من خلال التحكم في الإنفاق (Sommer, 2020, p. 39).

- الرفع من القدرة التشغيلية للريادة الأعمال: ان استخدم الخدمات المالية الرقمية يسمح لريادي الاعمال من زيادة قدرتهم التشغيلية من خلال التقليل من استخدام الوسطاء الماليين وبالتالي ربح الوقت وازالة البيروقراطية التي يمكن ان تمارس من قبل البنوك التقليدية (Tello-Gamarra, 2022, p. 729).

- زيادة عدد العملاء: من خلال المزايا التي توفرها الخدمات المالية الرقمية كالشفافية والمنافسة الواسعة، ورقمنة العمليات، فإنها تساعد على توسيع نطاق العملاء المستهدفين من قبل الشركات الناشئة، حيث يتم الوصول إلى زبائن جدد باستخدام التسويق الإلكتروني والترويج للخدمات المالية الجديدة، كما يتم الوصول إليهم عن طريق الخدمات المقدمة عبر الانترنت والتطبيقات الرقمية المختلفة (Tello-Gamarra, 2022, p. 730).

- تحسين كفاءة الأعمال: اعتبرت العديد من الدراسات بأن الخدمات المالية الرقمية تمارس دورا مهما في تحسين سرعة وكفاءة الأعمال ومن جهة أخرى أكدوا إمكانيتها في إعاقة الشركة من خلال خفض معدلات نموها (Wang, 2020, p. 2).

- الوصول إلى المنتجات الائتمانية: تسهل الخدمات المالية الرقمية على رواد الأعمال الوصول إلى المنتجات الائتمانية لبدء وتوسيع أعمالهم، وتشجيع ريادة الأعمال الرسمية من خلال تسهيل الامتثال للوائح التنظيمية والالتزامات الضريبية (Klapper, 2017, p. 1).

-تحسين فاعلية البرامج الحكومية لدعم الشركات الصغيرة: يمكن للخدمات المالية الرقمية تحسين فاعلية البرامج الحكومية لدعم الشركات الصغيرة عن طريق تحويل الأموال مباشرة إلى حسابات المستفيدين المقصودين، هذا يحسن شفافية التحويلات المالية ويقلل من "التسرب" -الميل إلى سرقة مبالغ صغيرة من قبل الوسطاء (Klapper, 2017, p. 2).

3. عرض تجربة شركة Paytm:

تعتبر شركة Paytm من اهم الشركات التي توضح كيف ان للخدمات المالية الرقمية دور في تعزيز ريادة الأعمال وتمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة، لهذا سنستعرض هاته التجربة كما يلي:

1.3 التعريف بشركة Paytm:

أطلقت شركة One97 Communications Limited "أو كما تعرف بـ Paytm خدمة الدفع عبر البريد الإلكتروني كممنصة لإعادة شحن الهاتف المحمول المدفوعة مسبقا في أغسطس 2010، يقع مقرها الرئيسي في نويدا ، أوتار براديش بالهند يقودها الرئيس التنفيذي فيجاي شيخار شارما، تطورت الأعمال في Paytm من موقع إلكتروني لإعادة شحن الهواتف الذكية إلى مؤسسة رائدة في التجارة الإلكترونية في الهند، حيث أصبحت في سنة 2013 محفظة مالية محمولة، لديها أكثر من 200 مليون مستخدم يتم استخدامها لتسديد فواتير الكهرباء والقيام بعملية الحجز في الفنادق، إضافة الى ذلك يتم استخدامها في دفع تذاكر السينما وسيارات الأجرة والقطار وتذاكر الطيران، ومدفوعات القروض والتأمين، ومدفوعات الطعام والخضروات، ومرافق وقوف السيارات، وصناديق البريد، والصيدليات، والمؤسسات التعليمية، كما لم تقتصر خدمات Paytm في تسوية العمليات المالية داخل الهند بل تعدت ذلك واصبحت تساهم في التجارة الدولية للهند (Puneeth, 2021, p. 126).

حصلت Paytm في فيفري 2015 على ترخيص من البنك الاحتياطي الهندي لإدارة بنك مدفوعات، الأمر الذي جعلها تحتل المرتبة الثانية من حيث نوعية الخدمات التي تقدمها بعد Airtel¹، تبلغ القيمة السوقية لشركة Paytm أكثر من 46370 مليون دولار أمريكي، ونتيجة لما تتميز به الخدمات التي تقدمها Paytm من تنوع الخدمات والاستعداد للتعاون مع مزودي الخدمات المالية الآخرين، والرغبة في بناء قاعدة مستخدمين، جعلها تحافظ على ريادتها في السوق على الرغم من وجود العديد من مزودي المحفظة الإلكترونية (Puneeth, 2021, p. 126).

2.3 العوامل المساهمة في نجاح Paytm

هناك العديد من العوامل التي ساهمت في نجاح paytm نذكر بعضها كما يلي (Smriti, 2019, p. 547):

- مزود بأكبر محفظة رقمية في الهند: تعتبر المحفظة الرقمية لـ paytm من أكبر المحافظ المالية في الهند حيث تحتوي على أكثر من 15 مليون مستخدم نشط، حيث يقومون بأكثر من 10 مليون عملية شهريا باستخدام المحفظة.
- سهولة انضمام التجار: توفر Paytm تسهيلات تسجيل التجار بكل سهولة حتى بدون وجود حساب مصرفي لديهم، كما يمكنهم من تلقي الأموال في محفظة Paytm الخاصة بهم، إضافة الى امكانية تسوية نفقاتهم عند قيامهم بعملية الشراء من التجار الذين يقبلون مدفوعات Paytm، ولا يحتاج هؤلاء التجار الى حساب مصرفي الا في حالة رغبتهم في صرف أموالهم من حساب Paytm.
- محفظة الكترونية معتمدة من قبل بنك الاحتياطي الهندي: يتم تأمين أموال المستخدمين تحت حساب الاحتياطي الاجباري لدى البنك الاحتياطي الهندي، في 16 أكتوبر قام هذا الأخير بإزالة عائق عدم التوافق الذي يحد من نمو القطاع، حيث أصدرت الهيئة التنظيمية مجموعة جديدة من الإرشادات التي ستسهل تحويل الأموال بين المحافظ الرقمية المختلفة، بحيث يمكن

¹ Airtel هي شركة خدمات اتصالات هندية متعددة الجنسيات مقرها في نيودلهي .

للعلماء إرسال الأموال إلى بطاقات الهدايا وحسابات البنوك الأخرى عبر واجهة الدفع الموحدة للحكومة، وهي واجهة الدفع الفوري التابعة للحكومة الهندية.

- ميزات الأمان: يستخدم Paytm تقنية تشفير SSL (Secure Sockets Layer) طبقة مأخذ التوصيل الآمنة) -128 bit-، هذا يضمن الأمان في استخدام معلومات المستخدم المتعلقة بكلمة المرور او بالمعلومات المالية عبر الإنترنت، وبالتالي توفيرها حماية أكبر للمستخدمين.

- السعة العالية: إحدى السمات المميزة لـ Paytm تتمثل في إمكانية التعامل مع حوالي 5000 معاملة في الثانية، وذلك من خلال تطبيق طريقة دفع بسيطة للغاية تتميز بالفعالية والأمان، الامر الذي جعلها أحد أكثر التطبيقات استخداما في تسوية المعاملات من قبل المستخدمين.

- المدى الواسع: لا تحظى Paytm بشعبية كبيرة في المدن الكبرى فحسب، بل تتسم بشعبية متساوية سواء في المدن أو القرى الصغيرة، حيث تشهد اعتمادا متزايدا للمدفوعات الرقمية من قبل مستخدميها والتجار.

- سهولة الاندماج: ان وسيلة الدفع لـ Paytm تندمج بسهولة في الانظمة الحالية للمستخدمين لذا ليس هناك حاجة لتغيير أي شيء، وعلاوة على ذلك تعطي القدرة لمستخدميها على تخصيص احتياجاتهم بكل سهولة وكفاءة، كما تقدم محفظة Paytm حلوًا تقنيًا مثل Thinclients- نوع من الأجهزة المستخدمة في الحوسبة المركزية توفير حلول حوسبة بسيطة ومبسطة للمستخدمين. - ومجموعات أدوات تطوير البرمجيات، وحل للدفع الآمن لجميع عربات التسوق الرئيسية.

3.3 مساهمة paytm في دعم زيادة الاعمال:

قامت paytm بالعديد من المساهمات الفعالة لدعم زيادة الاعمال نذكر بعضها كما يلي:

الجدول رقم 01: مساهمات واستثمارات PAYTM

السنة	موضوع المساهمة والاستثمار
2013	استحوذت PAYTM على (Plustxt) - هو تطبيق مراسلة نصية، يحسن للغات الهندية، يسمح بإجراء الرسائل النصية السريعة بأي لغة هندية ، مقابل 3 ملايين دولار
2015	قامت Paytm باستثمار 5 ملايين دولار في مجمع سيارات auto-rickshaw وشركة Jugnoo للتوصيل المحلي، كانت الأموال تهدف إلى تمكين Jugnoo من توسيع نطاق عملياتها في جميع أنحاء البلاد، وتحسين كفاءة السائقين.
2016	استثمرت Paytm في الشركات اللوجستية الناشئة مثل XpressBees ² و LogiNext
2017	• استثمرت Paytm في شركة QorQL الناشئة للرعاية الصحية والتي تستخدم الذكاء الاصطناعي (AI) والبيانات الضخمة لمساعدة الأطباء على تحسين إنتاجيتهم وجودة الرعاية الصحية، وتمكين المرضى من إدارة صحتهم بشكل أفضل. • كما استحوذت في يوليو 2017 على حصة أغلبية في منصة Insider.in لبيع التذاكر (القطار- الحفلات.. الخ)
2018	استحوذت Paytm على شركة Cube26 ³ الناشئة.

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على: Dhanalakshmi Komirisetty, a study on paytm's growth in india as a digital payment platform, International Journal of Research and Analytical Reviews, V 5, issue 4, p870 and B. Sarath Simha,

بعد التعرف على شركة Paytm واستعراض بعض مساهماتها واستثماراتها، يمكن القول أن للشركة لها دور فعال في تعزيز زيادة الاعمال من جانبيين الأول كمؤسسة قائمة بذاتها حيث تقوم بتقديم مجموعة واسعة من الخدمات المالية الرقمية لمختلف المستخدمين سواء افراد أو مؤسسات فهي تعمل جاهدة على تطوير مختلف التطبيقات التي تسهل المعاملات لمنسبها،

² LogiNext هي شركة تقنية عالمية تقدم منصة للتسليم تساعد في التجارة الإلكترونية والتجزئة والنقل كما تعمل على رقمنة عمليات التسليم وتحسينها، XpressBees هي شركة لوجستية للتجارة الإلكترونية تقدم خدمات توصيل سريع مخصصة.

³ Cube26 هي شركة تكنولوجيا مقرها الهند تركز على إحداث ثورة في تجربة المستخدم عبر أجهزة ومنصات متعددة

إضافة إلى قيامها بالاستحواذ على بعض المؤسسات التي تقدم خدمات رقمية كشركة QorQL الناشئة للرعاية الصحية وشركة Cube26 الناشئة، أما الجانب الثاني فهي تقوم بالاستثمار في مؤسسات أخرى للقيام بدعمها بالرغم من حداثة نشأتها كقيامها باستثمارها في مجمع سيارات auto-rickshaw وشركة Jugnoo للتوصيل المحلي.

4. متطلبات استفادة الاعمال في الجزائر من تطبيقات الخدمات المالية الرقمية:

1.4 الإمكانيات التقنية للخدمات المالية الرقمية في الجزائر:

ان التطرق إلى الخدمات المالية الرقمية في الجزائر يقودنا إلى الحديث عن تكنولوجيا الاعلام والاتصال التي تسعى الحكومة الجزائرية جاهدة لتطويرها وتحسينها لذا سمحت لجميع الجزائريين بالانفاذ إلى تكنولوجيا الاعلام والاتصال بما في ذلك الشبكات والخدمات، وركزت على تطوير الخدمات المبتكرة والمضامين الرقمية الوطنية وتعزيز القدرات في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتعميم استعمالها في شتى ميادين الحياة، كما تسعى إلى تعزيز الحوكمة الالكترونية وتحسين النظام البيئي للرقمنة، وكذا ارساء المبادئ العامة للثقة الرقمية، وفيما يلي نستعرض الامكانيات التقنية للجزائر فيما يلي (مولود، 2021):

- وصلة الألياف البصرية الرابطة بين الجزائر-عين قزام، وهي جزء لا يتجزأ من الوصلة البحرية للألياف البصرية الرابطة بين الجزائر العاصمة (الجزائر)-زندر (النيجر)-أبوجا (نيجيريا) التي تمت مباشرتها في إطار النيباد. وسيتم تعزيز هذه الوصلة وتأمينها من خلال إنجاز خطين آخرين بغرض ضمان استمرارية الخدمة في حال طرأ خلل وظيفي.

- الوصلة البحرية للألياف البصرية الرابطة بين وهران (الجزائر) وفالنسيا (اسبانيا)، ذات قدرة 100 جيجابايت/ثا، الداعمة للكابلات الموجودين مسبقا، أي SMW4 الرابطة عنابة (الجزائر) بمارسيليا (فرنسا)، و ALPAL2 الرابطة الجزائر العاصمة (الجزائر) ببالما (اسبانيا)؛

- الهاتف النقال بتكنولوجيا الجيل الثالث الذي تم بسطه تدريجيا منذ سنة 2014 في كافة التراب الوطني والذي تم تحويله سنة 2016 إلى تكنولوجيا الجيل الرابع ذي الدفع السريع جدا؛ والعمل مستقبلا على تكنولوجيا الجيل الخامس وانترنت الأشياء.

- القمر الصناعي للاتصالات AComSat-1 الذي أطلقته الجزائر سنة 2017 والذي سيسمح بربط كل التراب الوطني بشبكة الانترنت بما فيه المناطق المعزولة، حيث تمتد التغطية بهذا القمر الصناعي أيضا إلى بعض البلدان الإفريقية على غرار المغرب، الصحراء الغربية، موريتانيا، مالي، النيجر، ليبيا، شمال التشاد، مصر، شمال السودان وبوركينا فاسو؛

- بمنح تشكيلة من الحلول والخدمات عبر القمر الصناعي (VSAT هاتف IP، المحاضرة المرئية وتحديد الموقع الجغرافي بشكل خاص)؛

- ضمان استمرارية التوصيل مقابل أسعار منخفضة نسبيا في حال حدوث اضطراب في الشبكات الأرضية.

2.4 تطور الخدمات الدفع الالكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2023

بدأ استخدام خدمات الدفع الالكترونية في الجزائر في سنة 2016 وشمل أربع قطاعات (الهاتف/ اتصالات، نقل، تأمين، كهرباء/ ماء)، ليتسع استخدامه بعد ذلك تدريجيا بعد دخول -قطاع خدمات إدارية، خدمات، بيع السلع- حيز الخدمة (عائدة، 2021، صفحة 368) وللتعرف على تطور خدمات الدفع الالكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2023 تطورا ملحوظا نستعرضه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 02: تطور نشاط الدفع الالكتروني في الجزائر خلال الفترة 2016-2023

السنة	هاتف/ اتصالات	نقل	تأمين	مصدر فواتورات	خدمة إدارية	خدمات	بيع السلع	رياضة وترفيه	العدد الإجمالي للمعاملات	المبلغ الإجمالي
2016	6536	388	51	391	0	0	0	0	7366	15009842.02
2017	87286	5677	2467	12414	0	0	0	0	107844	267993423.40
2018	138495	871	6439	29722	1455	0	0	0	176982	332592583.28
2019	141552	6292	8342	38806	2432	5056	0	0	202480	503870361.61
2020	4210284	11350	4845	85676	68395	213175	235	0	4593960	5423727074.80
2021	6993135	72164	8372	120841	155640	457726	13468	0	7821346	11176475535.68
2022	7490626	195490	23571	302273	153957	705114	24169	152925	9048125	18151104423.96

المصدر: من الموقع الالكتروني تجمع النقد الألي: giemonetique.dz تاريخ الاطلاع 2023/05/20

من خلال بيانات الجدول رقم 02 نجد أن خدمات الدفع الالكتروني بدأت في سنة 2016 بداية جد ضعيفة حيث بلغ العدد الإجمالي للمعاملات 7366 فقط ويرجع ذلك الى استخدام كل من قطاع النقل والتأمين ومصدر فواتورات فقط، بينما نجد أن القطاعات كل من الخدمات الإدارية و الخدمات وبيع السلع والرياضة والترفيه استخدمت على الترتيب الدفع الالكتروني في السنوات ،2018، 2019، 2020، 2022، ووصل بذلك العدد الاجمالي للمعاملات الى 152925 في سنة 2022 كما نلاحظ ان سنة 2020 ارتفع فيها استخدام الدفع الالكتروني بقدر 4391480 معاملة وذلك بسبب انتشار جائحة كورونا الذي أجبرت المتعاملين الاقتصاديين باستخدام الدفع الالكتروني ، كما استمر هذا الارتفاع في السنوات 2021، 2022 حتى بعد انخفاض خطر جائحة كورونا، نظرا للمزايا التي يفورها الدفع الالكتروني من ربح الوقت وتجنب مشقة التنقل الى المؤسسات المختلفة لتسوية معاملاتهم، بالرغم من ذلك يبقى هذا الاستخدام ضعيف جدا مقارنة بعدد المؤسسات والافراد الذين لديهم القدرة على استخدام الدفع الالكتروني ويرجع ذلك للعديد من الأسباب المعرفة الضعيفة للأعوان الاقتصاديين الجزائريين الخاصة بالدفع الالكتروني ومشكلة عدم ثققتهم فيها لحداتها، كما نسجل ضعف المؤسسات في توفير خدمات الدفع الالكتروني او لنقل انعدامها في بعض الأحيان.

3.4 متطلبات مساهمة الخدمات المالية الرقمية في دعم زيادة الاعمال:

تعتبر الخدمات المالية الرقمية أداة هامة لتسهيل تسوية المعاملات التي تقوم بها مختلف زيادة الاعمال، ولتكون تلك الخدمات أكثر فعالية لابد من توفر العديد من المتطلبات، وبعد التطرق الى تجربة PYTM وتحليل واقع الخدمات المالية الرقمية في الجزائر نوجز بعضها كما يلي:

- تحسين وتطوير الإمكانيات التقنية لتوفير أحسن الخدمات المالية الرقمية وذلك من خلال استخدام أحدث الوسائل التكنولوجية، وتطوير وسائل الدفع المختلفة، إضافة الى تحسين تدفق الانترنت؛
- فتح المجال للبنوك الوطنية لإنشاء تطبيقات توفر الخدمات المالية لمختلف المؤسسات لتسوية معاملاتهم المحلية والدولية؛
- تقديم تراخيص من قبل المؤسسات النقدية للمؤسسات الخاصة التي ترغب في فتح تطبيقات تعمل في تقديم الخدمات الرقمية وتحقق بذلك هدفين الأول توفير الأمان لزيادة الاعمال والثاني مراقبة نشاط تلك المؤسسات الخاصة لكي لا تسبب بأزمات مالية تؤثر على الدولة.
- القيام بنشر الوعي الرقمي من خلال القيام بدورات تدريبية، ووضع مقاييس تعليمية في الجامعات الامر الذي يوسع من افاق المتعاملين حول الخدمات المالية الرقمية؛

5. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة العوامل التي تساهم في دعم ريادة الأعمال، وذلك من خلال التطرق الى الإطار المفاهيمي لكل من الخدمات المالية الرقمية وريادة الأعمال، ثم التعرض الى تجربة مؤسسة IPAYTM الهندية، ومحاولة استخراج العوامل التي ساهمت في دعم ريادة الأعمال سواء العوامل المحيطة بالمؤسسة أو العوامل الداخلية للمؤسسة.

النتائج: من خلال هذه الدراسة توصلنا الى النتائج التالية:

✓ تمكن الخدمات المالية الرقمية مختلف الاعوان الاقتصاديين سواء افراد او مؤسسات من استخدامها في مختلف معاملاتهم سواء لتسديد فواتير الكهرباء، الحجز في الفنادق، دفع تذاكر السينما وسيارات الأجرة والقطار وتذاكر الطيران، ومدفوعات القروض والتأمين، ومدفوعات الطعام والخضروات، ومرافق وقوف السيارات... الخ، مما يسمح لهم من كسب الوقت وضمان توفير الخدمات من أي مكان يتواجدون فيه دون التنقل، كما يمكنها المساهمة في تسوية العمليات المالية التي يقومون بها خارج دولتهم التي يقيمون بها.

✓ توفر المؤسسات التي تقدم الخدمات المالية الرقمية خاصية الأمان لريادة الأعمال من حيث سرية معلومات المستخدمة المتعلقة بكلمة المرور او بالمعلومات المالية عبر الإنترنت، الامر الذي يشجعهم على استخدامها.

✓ توفر الخدمات المالية الرقمية تسهيلات لتسجيل ريادة الأعمال بكل سهولة حتى بدون وجود حساب مصرفي لديهم، كما تمكنهم من تلقي الأموال في محافظهم المالية، اضافة الى امكانية تسوية معاملاتهم المالية عند قيامهم بها بين مختلف المؤسسات الذين يستخدمون نفس الشركة التي تقدم الخدمات المالية الرقمية.

✓ توفر المؤسسات التي تقدم الخدمات المالية الرقمية إمكانية الاستثمار ودعم مختلف المؤسسات من الناحية المالية لتطويرها أو لتوسيع أنشطتها؛

التوصيات: من خلال النتائج التي تم التوصل اليها في هذه الدراسة يمكن اقتراح التوصيات التالية:

- توسيع استخدام الخدمات المالية الرقمية وضرورة توفر مختلف الأجهزة لدى المؤسسات المالية التقليدية أو تلك المؤسسات المالية الرقمية، إضافة الى اجبار كل المتعاملين الاقتصاديين سواء افراد او مؤسسات في استخدام الخدمات المالية الرقمية للمزايا التي توفرها؛
- السماح بوجود مؤسسات خاصة تقدم خدمات مالية رقمية، وضرورة القيام بمنحها تراخيص من قبل بنك الجزائر وذلك لتوفير الحماية لريادة الأعمال وكذا المتعاملين الاقتصاديين من جهة، وتجنب تسبب تلك المؤسسات في أزمات مالية من جهة أخرى؛
- السماح للمؤسسات الخاصة التي تقدم خدمات مالية رقمية من الاستثمار في مختلف الأنشطة الاقتصادية سواء لحسابها أو منح التمويل لمختلف المؤسسات سواء الخدمية او الصناعية؛

1. Pedro M. García-Villaverdea and al , (2018), Technological dynamism and entrepreneurial orientation: The heterogeneous effects of social capital , Journal of Business Research ,n83 .
2. Tyas Siswiandini,2020, the effect of internal and external factors on entrepreneurial interest mediated by entrepreneurship education on students of an najiyah vocational school tanggerang of 2019/2020 academic year, Volume 1, Issue 5.
3. Gabe Burton, Entrepreneurship and Small Business Management, Published by Library Press, New York USA.
4. هدى ابراهيم مفتن، (2021)، دور زيادة الاعمال في تحقيق التنمية المصرفية المستدامة، مجلة الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق.
5. فاطمي مولات ومراد بودية محمد جميل، (2022)، المحيط المؤسسي المؤثر على زيادة الأعمال في الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الثامن، العدد 08.
6. عبد الهادي مسعودي، (2015)، الاعمال المصرفية الالكترونية، دار اليازوري، عمان.
7. مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، (2019)، فيتنك الابتكارات المالية التقنية، مرمورمينا انتيليجينتس، الكويت.
8. Kate Lauer and Timothy Lyman, Digital Financial Inclusion : Implications for Customers, Regulators, Supervisors, and Standard-Setting Bodies, cite <https://www.cgap.org/research/publication/digital-financial-inclusion>,
9. سيف علي حسين ووفاء حسين الحيدري، (2021)، دور التمويل الرقمي في تحسين وتعزيز الشمول المالي/ بحث تطبيقي في الجهاز المصرفي العراقي، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 16، العدد 57، العراق.
10. حسيني جازية، (2020)، تعميم الخدمات المالية الرقمية لدعم الشمول المالي في الدول العربية، مجلة اقتصاديات شمال اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 16، العدد 23.
11. Sabrina Disse Christoph Sommer, (2020), Digitalisation and its Impact on SME Finance in Sub-Saharan Africa, German Development Institute, Bonn, Germany.
12. Jorge Tello-Gamarra and al, (2022),Fintechs and Institutions: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda, Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research.
13. Zhuquan Wang and al, Multidimensional Perspective of Firms' IT Capability Between Digital Business Strategy and Firms' Efficiency: A Case of Chinese SMEs , Original Research .
14. Leora Klapper,(2017), How digital payments can benefit entrepreneurs, econstor, World Bank.
15. Puneeth B. R and Nethravathi P. S, (2021), Paytm's Journey Towards Digital Payment in India – A Case Study, International Journal of Case Studies in Business, IT, and Education, vol5.
16. Smriti Mathur and Akanchha Singh, (2019), Entrepreneurship and Innovation: A Case Study of Paytm, International Journal for Research in Engineering Application & Management, vol4.
17. Dhanalakshmi Komirisetty and B. Sarath Simha,(2018), a study on Paytm's growth in India as a digital payment platform, International Journal of Research and Analytical Reviews, Vol 5,issue4.
18. مولود لحام، آفاق التحول الرقمي في الجزائر الاجتماع الافتراضي لمديري برامج الحكومة الالكترونية العرب التاسع ديسمبر 2021، الامم المتحدة، من الموقع الالكتروني: www.unescwa.org/ar
19. الموقع الالكتروني تجمع النقد الألي: www.giemonetique.dz
20. عائدة حواسي وسليمة بن زكة، (2021)، دور التمويل الرقمي في تعزيز الشمول المالي، المؤتمر الدولي الثامن التمويل الرقمي ودوره في تعزيز الشمول المالي لضمان تمويل مستدام، جامعة بشار، الجزائر.

دور المؤسسات الناشئة في خلق اقتصاد المعرفة

The role of emerging institutions in creating the knowledge economy

بداش وردة¹

¹ جامعة وهران 2 محمد بن أحمد (الجزائر)

ملخص: يعرف العالم اليوم تحولات وتوجهات جديدة تتجلى في النمط الاقتصادي الجديد الذي يضم في مفهومه ومضمونه بثمين عنصر المعرفة كمحدد رئيسي في العملية الإنتاجية، بحيث أصبحت اليوم الاقتصاديات المتقدمة في العالم تستثمر بدرجة عالية في المعرفة والتكنولوجيا والانفاق على البحث والتطوير بحيث تحقيق الرقي الاقتصادي يكون كذلك بالاستثمار في العنصر البشري من خلال الابداع والابتكار بغرض تحقيق التنمية المستدامة وتطوير اقتصاد المعرفة ويكون ذلك من خلال تحقيق البيئة الاقتصادية الملائمة لذلك، تعتبر المؤسسات الناشئة من أهم مؤشرات النمو الاقتصادي وهي إحدى ميكانيزمات الولوج الى اقتصاد المعرفة، من خلال إرساء ثقافة ريادة الاعمال لدى الشباب في المجتمع وخلق جيل من الشباب لهم القدرة والرغبة في التوجه نحو ريادة الاعمال الابتكارية وخلق المؤسسات الناشئة الخلاقة للثروة بالاستناد على أسس ودعائم الابتكار والتكنولوجيا، يهدف الى إيجاد حلول تقنية أو تكنولوجيا أو رقمية لمؤسسات قائمة بذاتها. وعليه تقف ورفقتنا البحثية عند مفهوم وسمات اقتصاد المعرفة من خلال الإشارة الى أهمية عنصر الابتكار ودور المؤسسات الناشئة في تطوير وخلق الاقتصاد المعرفي بوصف القدرات الحكومية في الجزائر لتطوير اقتصاد المعرفة من خلال إرساء ميكانيزم المؤسسات الناشئة في الجزائر بجعل الجامعة كقاطرة لخلق الابداع والابتكار والمساهمة في خلق مجتمع المعرفة من خلال تطوير اقتصاد المعرفة. تبعا للمقرر الحكومي 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 الذي يحدد كليات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة؛ اقتصاد المعرفة؛ الابتكار؛ التنمية المستدامة

Abstract: The world today is witnessing new transformations and trends that are evident in the new economic model, which includes in its concept and content the valuing of the knowledge element as a major determinant in the production process, so that today the advanced economies in the world are investing to a high degree in knowledge and technology and spending on research and development, so that achieving economic progress can also be done by investing in The human element through creativity and innovation for the purpose of achieving sustainable development and developing the knowledge economy, through achieving the appropriate economic environment for this. By establishing the mechanism of emerging institutions in Algeria by making the university a locomotive for creating creativity and innovation and contributing to the creation of a knowledge society through the development of the knowledge economy. In accordance with Government Decision No. 1275 of September 27, 2022, which specifies the methods for preparing a draft graduation thesis to obtain a university degree - a start-up institution by students of higher education institutions.

Keyword: startup; Knowledge economy; Innovation; sustainable development

يجمع أغلبية الباحثين المعاصرين على الدور الأساسي الذي لعبته المعرفة في صنع حركة تقدم الأمم وبناء التاريخ الإيجابي للشعوب. فالإنسان بتميزه التكويني يعتمد بشكل كبير على وعائه المعرفي في اشباع حاجياته المادية والمعنوية، حيث يمثل انتاجه الفكري واستنتاجاته العقلية وسيلة سلوكية للتعامل مع العالم الخارجي وفهم المحيط الذي يعيش بداخله لاكتساب المزيد من التجارب والخبرات بالتالي يرتبط تطور الحياة البشرية بتطور المعرفة وتقدم العلوم.

وعليه عملت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تقوية الاقتصاد المعرفي بحيث لعبت دوراً أساسياً في إحداث التغيير والقفزات الكبيرة في الواقع الاقتصادي من خلال حجم الإنتاج وكذا وتيرة الإنتاج التي اتسمت بالسرعة في النمو والتقدم ناهيك عن الاستثمار في العنصر البشري كأساس للتقدم والتنمية المستدامة كما أن اقتصاد المعرفة يعتمد على منظومة البحث والتطوير كركيزة له.

وهذا ما تقر به منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية الاقتصادات القائمة على المعرفة تلك التي تعتمد بشكل مباشر على انتاج وتوزيع واستخدام المعرفة والمعلومات. كما تشمل المحددات الأساسية لاقتصاد المعرفة نسبة اعتماد الاقتصاد على القدرات الفكرية أكثر من اعتمادها على المدخلات المادية، أو الموارد الطبيعية في سياق تكامل المعرفة الجديدة في كل مستوى من عملية الإنتاج. بالتالي يتطلب تحقيق اقتصاد قائم على المعرفة الانتقال من تصور مادي للاقتصاد الى تصور يستغل إمكانات الابتكار ورأس المال البشري والمعرفة والتقنيات الجديدة.

2. مفهوم الاقتصاد المعرفي:

فرع جديد من فروع العلوم الاقتصادية ظهر في الآونة الأخيرة هو اقتصاد المعرفة، يقوم على فهم جديد أكثر عمقا لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطور الاقتصاد وتقدم المجتمع. إن مفهوم المعرفة ليس بالأمر الجديد بالطبع، فالمعرفة رافقت الإنسان منذ أن تفتح وعيه، باتساع مداركه. وبعد نظره تقييماً للحياة. وارتقت معه من مستوياتها البدائية حتى وصلت إلى ما عليه الآن.

غير أن الجديد اليوم هو حجم تأثيرها على الحياة الاقتصادية والاجتماعية وعلى نمط حياة الإنسان عموماً، وذلك بفضل الثورة العلمية التكنولوجية، فقد شهد الربع الأخير من القرن العشرين أعظم تغيير في حياة البشرية، هو التحول الثالث بعد ظهور الزراعة والصناعة، وتمثل بثورة العلوم فائقة التطور في المجالات الإلكترونية والنوية والفيزيائية والبيولوجية والفضائية وكان لثورة المعلومات والاتصالات دور الريادة في هذا التحول. فهي مكنت الإنسان من فرض سيطرته على الطبيعة إلى حد أصبح عامل التطور المعرفي أكثر تأثيراً في الحياة من بين العوامل الأخرى، المادية والطبيعية.

لقد باتت المعلومات مورداً أساسياً من الموارد الاقتصادية له خصوصيته، بل إنها المورد الاستراتيجي الجديد في الحياة الاقتصادية، المكمل للموارد الطبيعية. كما تشكلت تكنولوجيا المعلومات في عصرنا الراهن العنصر الأساسي في النمو الاقتصادي. فمع التطور الهائل للأنظمة المعلوماتية، تحولت تكنولوجيا المعلومات إلى أحد أهم جوانب تطور الاقتصاد العالمي، حيث بلغ حجم السوق العالمية للخدمات المعلوماتية عام 2000 حوالي تريليون دولار. لقد أدخلت ثورة المعلومات المجتمعات العصرية، بعضها الأكثر تطوراً في الحقبة ما بعد الصناعية.

وقد أحدثت هذه الثورة جملة من التحولات التي تناولت مختلف جوانب حياة المجتمع، سواء بنيته الاقتصادية أو علاقات العمل أو ما يكتنفه من علاقات إنسانية -مجتمعية- إلخ، مع ثورة المعلوماتية هذه ظهرت مفاهيم من نوع الأمن المعلوماتي والحرب المعلوماتية. والمثال على ذلك أن يلجأ البلد المنتج لأجهزة الكمبيوتر عند تصديرها إلى بلد ما لأغراض حكومية

أو دفاعية، إلى تغذيتها ببرامج مع فيروسات خاصة مهمتها تخريب شبكة المعلومات الوطنية في البلد المعني وتشويش أجنبية الاتصالات فيه أو حتى قطعها وشل المنظومات الكمبيوترية للحسابات المالية. إلخ. إن الانتصار في مثل هذه الحرب المعلوماتية يكون بالطبع حليف الدول المتقدمة المصنعة لتكنولوجيا المعلومات. (عليان د.)

3. تعريف اقتصاد المعرفة:

لقد وردت تحت هذا الإطار العديد من الآراء التي تناولت مفهوم اقتصاد المعرفة فمنها من يرى بأنه الاقتصاد الذي يهدف للحصول على المعرفة، والمشاركة فيها، واستخدامها، وتوظيفها، وابتكارها بهدف تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كافة، من خلال الاستفادة من خدمة معلوماتية ثرية، وتطبيقات تكنولوجيا متطورة، واستخدام العقل البشري كراس للمال، وتوظيف البحث العلمي.

كما يرى البعض الآخر أن الاقتصاد المعرفي هو إحداث مجموعة من التغييرات الاستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي و تنظيمه ليصبح أكثر استجابة وانسجاما مع تحديات العولمة و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و عالمية المعرفة، و التنمية المستدامة بمفهومها الشمولي التكاملي، فالمجتمع المبني على امتلاك زمام المعرفة والمساهمة في خلقها و تعميمها و تطوير فروعها المختلفة يكون مؤهلا أكثر من غيره للسير في ركب التقدم و دخول عالم العولمة من أوسع أبوابها، على كافة الأصعدة الاقتصادية والعلمية والثقافية والاجتماعية والسياسية.

يعرف اقتصاد المعرفة تطور سريع واسع النطاق ما أحدث تغيير في الفكر الاقتصادي بكل ما يحمله من خصائص تميزه عن الاقتصاد التقليدي، رغم أن دور المعرفة و أثرها في الاقتصاد ليس بالأمر الجديد، وهذا ما أثار عدة نقاشات من خلالها تظهر عدة تعاريف و تسميات منها الاقتصاد الجديد او الاقتصاد الإلكتروني او الاقتصاد اللاملموس كما يطلق عليه البعض من بين هذه التعاريف يعني اقتصاد المعرفة التحول في مركز الثقل من المواد الأولية و المعدات الرأسمالية الى التركيز على المعدات الرأسمالية الى التركيز على المعلومات و مراكز التعليم والبحث و صناعة الدماغ المصنع بشريا (عليان، 2008)

يعرف باركلاي اقتصاد المعرفة على أنه دراسة وفهم تراكم المعرفة وتحفيز الأفراد لاكتشاف، تعلم والحصول على ما يعرفه الآخرون، فهذا التعريف يميل إلى وجهة نظر الابتكار ودوره في التطور الاقتصادي وزيادة الإنتاجية وتحسين دخل الفرد، بدوره ربط Sushil Wadhvani مفهوم اقتصاد المعرفة بالتغييرات الهيكلية الحاصلة فيه مثل: اختلال التوازن في معدلا التشغيل أو الارتفاع الكبير في النمو الاقتصادي (السعود، 2009)

4. مستلزمات اقتصاد المعرفة:

إن للاقتصاد المعرفة مستلزمات أساسية، أبرزها:

- **أولاً:** إعادة هيكلة الإنفاق العام وترشيده وإجراء زيادة حاسمة في الإنفاق المخصص لتعزيز المعرفة، ابتداء من المدرسة الابتدائية وصولاً إلى التعليم الجامعي، مع توجيه اهتمام مركز للبحث العلمي. وتجدر الإشارة هنا إلى أن إنفاق الولايات المتحدة في ميدان البحث العلمي والابتكارات يزيد على إنفاق الدول المتقدمة الأخرى مجتمعة، وهذا ما يجعل الاقتصاد الأمريكي الأكثر تطوراً وديناميكية في العالم (بلغ إنفاق الدول الغربية في هذا المجال 360 مليار دولار عام 2000، كانت حصة الولايات المتحدة منها 180 مليارات).

- **ثانياً:** وارتباطاً بما سبق، العمل على خلق وتطوير رأس المال البشري بنوعية عالية. وعلى الدولة خلق المناخ المناسب للمعرفة. فالمعرفة اليوم ليست (ترفاً فكرياً)، بل أصبحت أهم عنصر من عناصر الإنتاج.

- **ثالثاً:** إدراك المستثمرين والشركات أهمية اقتصاد المعرفة. والملاحظ أن الشركات العالمية الكبرى (العابرة للقوميات خصوصاً) تساهم في تمويل جزء من تعليم العاملين لديها ورفع مستوى تدريبهم وكفاءتهم، وتخصص جزءاً مهماً من استثماراتها للبحث العلمي والابتكار. إلخ. الثورة العلمية. الوجه الآخر

يركز الباحثون عموماً على تقديم ثورة تكنولوجيا المعلومات كفرصة للتطور الاقتصادي والمعرفي الذي يتيح تشكيل قاعدة راسخة للازدهار الاقتصادي، ولكن مما لا شك فيه أن هذه الثورة تخلق في الوقت نفسه معضلة إضافية، تضاف إلى مشكلات الاقتصاد العالمي الرئيسية، نعني بها تفاقم فائض رأس المال واليد العاملة، ربما تبدو هذه الفكرة مستغربة، ومتناقضة مع المسار الرئيسي للتحليل الذي يؤكد على الفرص الكبيرة للتطور التي تنتجها هذه الثورة، ولكن لو حاولنا التمعن في المسألة عن قرب، لوجدنا أن الدافع الرئيسي لمثل هذا الاستنتاج يتلخص في كون معظم المجالات الاستثمارية، الصناعية والخدماتية، التي خلقتها هذه الثورة، (مثل ما يسمى (البيع الإلكتروني)، أي بيع السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت)، هي ببساطة بدائل للنشاطات القائمة، كالبيع بالمفرق أو العقود التجارية التقليدية، ولا تشكل بالتالي زيادة صافية في الطلب الاستهلاكي الكلي أو في مستوى التوظيف على الصعيد الاقتصادي الكلي.

كما أن الصناعات الجديدة (الإلكترونية، مثلاً)، رغم أنها تتطلب استثمارات كبيرة في مراحلها الأولى، المرتبطة خصوصاً بميدان الأبحاث والتطوير العلمي، فإنها لا تتطلب في مراحلها اللاحقة إنفاقاً استثمارياً كبيراً أو درجة عالية من تشغيل اليد العاملة، مقارنة بصناعات تقليدية، كصناعة السيارات مثلاً ونتيجة لذلك، فإن الطلب على رأس المال ينحس سلبياً، حيث إن هذه الصناعات الجديدة تتطلب حجماً قليلاً نسبياً من رأس المال الثابت (الألات والمعدات والتجهيزات والأرض. إلخ)، وعدداً محدوداً نسبياً من اليد العاملة ذات الاختصاص المميز والمهارة العالية. (شوكت).

5. أركان اقتصاد المعرفة:

يستند الاقتصاد المعرفي إلى المعرفة كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي، ومن الطبيعي أن تكون شروط إقامة عملية تنموية أساسها المعرفة تقتضي قوة عاملة متعلمة ومحتكة، ببنية تحتية حديثة، نظام ابتكاري فعال ونظام مؤسسي محفز على الابتكار الناجح ونشر واستخدام المعرفة الحالية: (طه، 2009)

- القوة العاملة المتعلمة والمهارة:

بمقدور تطوير المهارة بشكل مستمر و تطويعها لخلق المعرفة و تطبيقها بفعالية، من خلال نظام التعليم و التدريب، التعليم الأساسي و الثانوي التدريب المهني و التعليم العالي و التعلم المستمر، تتنوع أهمية ووزن كل من هذه الأقسام التعليمية و فق المستوى التنموي للبلد، على سبيل المثال يستحوذ التعليم الأساسي مزيداً من الاهتمام في المستويات الأولى للتنمية، لأن القراءة و الكتابة و الحساب أسس لا غنى عنها لبناء المهارات العليا، وللتعلم المستمر الذي له أهمية كبيرة في السياق الحالي من ثورة المعرفة، كما أن العولمة تعمل على سد الفجوة بين الحاجة من المهارات الأساسية و الحاجة للمهارات المتقدمة أو العليا مجبرة الدول على تغطية أهداف تربوية متقدمة لكي تظل منافسة في السوق.

- البنية التحتية المعلوماتية الحديثة:

تهدف على تيسير التواصل الفعال و نشر المعلومات و معالجتها، و تعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات البنية التحتية الجوهرية للاقتصاديات الحالية حيث تغطي السياسات الخاصة بها لوائح التواصل عن بعد، الاستثمارات اللازمة لبناء و تسخير تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في كافة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية، عبر مجموعة متنوعة من التطبيقات

الالكترونية، الحكومة الالكترونية، الاقتصاد الالكتروني...، و على الدول متدنية الدخل التركيز أولا على البنية التحتية الأساسية من تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، قبيل تطوير تكنولوجيا و تطبيقات متقدمة.

- النظام الابتكاري:

يتشكل من شركات ومراكز بحثية وجامعات ومستشارين بالإضافة على المنظمات القادرة على مواكبة المعرفة والتكنولوجيا الجديدة، بالنسبة للدول النامية تتأى معظم المعرفة والتكنولوجيا الراجعة للابتكار من مصادر أجنبية، فتدخل الدولة عبر الاستثمار الأجنبي المباشر والواردات من المعدات والبضائع الأخرى، واتفاقيات الترخيص، وللمصادر الأجنبية أهمية وقت تدني النمو الاقتصادي، من دون إغفال المصادر الداخلية الكامنة الممكن تطويرها.

- النظام المؤسسي للدولة:

ينبغي أن يبرئ الظروف للتعينة الفعالة وتخصيص الموارد من أجل تحفيز قيام المشروعات وتشجيع ابتكار المعرفة ونشرها والاستخدام الأمثل لها، هذه الفكرة تشمل الإطار الاقتصادي مروراً باللوائح التجارية، التمويل والنشاطات المصرفية، أسواق العمل والإدارة، بما يقتضي إرساء قواعد الحكم الراشد.

6. مؤشرات اقتصاد المعرفة:

1.6. تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

إن تشييد بنى تحتية تكنولوجية في إطار اقتصاد المعرفة يكون أساساً بالاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال TIC كصناعة البرمجيات وصناعة معدات الإعلام الآلي، وتعرف صناعة البرمجيات على أنها صناعة ابتكارية تقوم على إعداد ورسم وتصميم وتنفيذ واختبار برنامج تشغيل للحاسب الآلي والذي يتضمن مجموعة أوامر وتعليمات للحاسب ليقوم بمجموعة أعمال متكاملة بهدف الوصول إلى نتيجة معينة.

- تأثير تكنولوجيات الإعلام على سوق العمل وبروز اقتصاد الخدمات:

إن التغيير الذي استهدفه اقتصاد المعرفة من خلال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على حجم اليد العاملة في مختلف القطاعات يمكن وصفه بالملاحظ، حيث تشير الإحصائيات في الدول المتقدمة على أنه يوجد 5% من الفئة النشيطة في قطاع الزراعة و بين 20% إلى 30% في قطاع الصناعة بينما كانت هذه النسب 25% و 50% على التوالي في بداية الخمسينات ("مثلاً في ألمانيا بعد ما كان يحتل القطاع الزراعي نسبة معتبرة من اليد العاملة تصل إلى 50% ليتترك المجال للقطاع الثالث (الخدمات) ، الذي يمثل 50% من حجم اليد العاملة، يليه القطاع الصناعي بـ 45% ، وإذا ما أضفنا الخدمات الداخلية للقطاع الصناعي لمجموع قطاع الخدمات، نجد أن هذه النسبة تقارب 80% من مناصب العمل (giarini, 2000) ، وهذا يدل على أن توجه الاقتصاد نحو النشاطات المعلوماتية وأكبه تحول اليد العاملة النشيطة نحو قطاع الخدمات.

2.6. التعليم:

يعتبر التعليم من العوامل الأساسية التي يقوم عليها اقتصاد المعرفة، حيث ازدادت أهميته بداية من سنوات الستينات لاسيما مع إسهامات نظرية الرأس المال البشري، إن إطار حسابات النمو يركز على أن التعليم-من خلال زيادة رصيد رأس المال البشري للأفراد-سوف يجهز إنتاجيتهم، وبالتالي سوف يساهم في زيادة النمو الاقتصادي. أما بالنسبة لأدبيات النمو الداخلي، فقد استخدمت عدد من الطرق لتعديل نموذج النمو النيوكلاسيكي من أجل الحصول على معدل النمو في الأجل الطويل. ومن أمثلة هذه الطرق هو إدخال رأس المال البشري في نموذج دالة الإنتاج.

تنتشر في اقتصاديات المعرفة مخاطر البحث والتنمية، وتولي لها الحكومات والخواص بالغ الاهتمام باعتبارها القلب النابض للتقدم التكنولوجي، يقصد بالبحث متابعة لنقله تكنولوجية رئيسية في ميدان حديث مثل بيوتكنولوجيا، فالبحث هو " تعمق في المعرفة، أما التنمية فهي تطبيق للمعارف التكنولوجية في مجال معروف مسبقا، وبالتالي فهو توسع في المعرفة.

7. مفاهيم عامة حول المؤسسات الناشئة

1.7. تعريف المؤسسات الناشئة:

تعرف المؤسسة الناشئة ستارت اب اصطلاحا حسب القاموس الإنجليزي، على أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة ستارت اب تتكون من جزأين ستارت وهو ما يشير الى فكرة الانطلاق، و، اب وهو يشير لفكرة النمو القوي. وبدأ استخدام المصطلح ستارت اب بعد الحرب العالمية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس مال المخاطر capital-risque ليتطور بعد ذلك استخدام المصطلح يعرفها القاموس الفرنسي la rousse اعلى أنها المؤسسات الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيا الحديثة. بينما عرفها Paul Graham في مقاله حول النمو growth على أنها شركة صممت لتنمو بسرعة، وكونها تأسست حديثا لا يجعل منها شركة ناشئة في حد ذاتها. كما أنه ليس من الضروري أن تكون الشركات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا أو أن تمول من قبل مخاطر أو مغامر أو أن يكون لها نوع من الخطط. الامر الذي يهيم هو النمو وأي شيء اخر يرتبط بالشركات الناشئة يتبع النمو (graham, 2017)

تسعى الجزائر من خلال سياستها الاقتصادية الجديدة الى تطوير نظام بيئي ملائم وقوي يرمي الى تنويع ومضاعفة الأجهزة المخصصة لأنشاء ودعم المؤسسات الناشئة وجعلها القاطرة التي تقود الانتقال بالاقتصاد الجزائري من نظام ريعي الى نموذج يعتمد على قطاعات منتجة أخرى وعلى اقتصاد المعرفة. وحتى يتمكن أصحاب المشاريع المبتكرة من تجسيد أفكارهم كان لابد من تعزيز هذا النظام البيئي للابتكار في الجزائر، وهذا النظام البيئي يرقى الى طموحات الشباب ويضمن لهم ميكانيزمات تمويل المشاريع الملائم.

وحسب المؤتمر الوطني للمؤسسات الناشئة أليجيريا ديسمبر 2020 المنعقد في طبعته الأولى شهر أكتوبر 2020 بالجزائر العاصمة حيث تم الإعلان عن الانطلاق الرسمي للصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة برأسمال قدره 1.2 مليار دج، كأول الية عمومية لتمويل الشباب أصحاب المشاريع، ويقوم هذا الصندوق الذي يعد ثمرة تعاون بين وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة. بتمويل المؤسسات التي تحمل علامة مؤسسة ناشئة وقد استثمر الصندوق الوطني لتمويل الشركات الناشئة.

2.7. تطوير المؤسسات الناشئة ضمن مخطط عمل الحكومة:

اعتبرت الحكومة الجزائرية في مخطط عملها أن الانتقال الرقمي يمثل أحد الرهانات الكبرى التي يجب مواجهتها في سياق دولي تطبعه هوة رقمية ما انفكت تتزايد حديثها يوما بعد يوم و التي تضع الجزائر أمام تحد كبير يتمثل في الاعتماد على شبابها الذي يزخر بغنى الأفكار والبراعة من أجل تطوير القطاع الرقمي والتكنولوجيات الجديدة و اشراك المؤسسات الناشئة للمساهمة في إيجاد الحلول للرهانات الاستراتيجية التي تواجه البلاد (الامن المائي، و الانتقال الطاقوي، و الامن الغذائي)، و لهذا الغرض التزمت الحكومة بترقية منظومة حاضنة للمؤسسات الناشئة والاقتصاد الرقمي من خلال الاعمال الاتية:

- انشاء إطار تنظيمي للابتكار المفتوح ووسائل الدفع الالكتروني وإصدار النصوص التطبيقية من أجل التمويل التشاركي.
- مراجعة الإطار التشريعي للتجارة الالكترونية لجعلها أكثر مرونة مع المؤسسات الناشئة.

- انشاء المؤسسات الناشئة لأصحاب الاعمال الحرة والمقاولين الذاتيين.
- تعزيز دور المؤسسات الناشئة كأداة للإشراك المالي من خلال الدفع الالكتروني والتجارة الالكترونية.
- إنشاء ممثلات إقليمية لصندوق المؤسسات الناشئة الجزائرية.
- إطلاق برنامج للإسراع في إنشاء المؤسسات الناشئة من خلال مسرع عمومي.
- إنشاء حاضنات ومسرعات في كل ولايات البلاد.
- وضع نظام لتقييم الحاضنات وتأهيل مستواها.
- استحداث مخبر مالي لصالح المؤسسات الناشئة التي تنشط في مجال التكنولوجيات المالية. (www.premier-
ministre.gov.dz ، 2023)

3.7. قرار 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 الذي يحدد كفاءات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية-

مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي:

بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 22-208 المؤرخ في ذي القعدة عام 1443 الموافق 5 جوان سنة 2022 الذي يحدد نظام

الدراسات والتكوين للحصول على شهادات التعليم العالي:

- المادة الأولى:

يهدف هذا القرار الى تحديد كفاءات اعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية-مؤسسة ناشئة من قبل

طلبة مؤسسات التعليم.

- المادة الثانية:

يهدف مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية-مؤسسة ناشئة في الأساس، الى خلق جيل من الطلبة رواد

الاعمال لهم القدرة والرغبة في التوجه نحو ريادة الاعمال الابتكارية وخلق المؤسسات الناشئة الخلاقة للثروة ومناصب شغل،

والتي تعد عملا مربحا يقوم على أسس ودعائم الابتكار والتكنولوجيا، يهدف الى إيجاد حلا تقنيا أو تكنولوجيا أو رقميا لمؤسسات

قائمة أو مؤسسات مستقلة بذاتها.

- المادة الثالثة:

تشمل مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية-مؤسسة ناشئة على مجموعة من البرامج التدريبية في مجال إعداد

مخططات الاعمال موجهة لمرافقة الطلبة المسجلين لإعدادها، والتي تسمح لهم بإعداد مذكرة تخرج قابلة للتحويل الى مشروع

مؤسسة ناشئة.

- المادة الرابعة:

يسمح لطلبة الليسانس والماستر والدكتوراه وطلبة الهندسة المعمارية طلبة علوم البيطرة من مختلف التخصصات

والكليات اعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية-مؤسسة ناشئة. (العلمي، 2022).

8. خاتمة:

علما ان المجتمعات اليوم تعرف توجه جديد نحو الإنتاج الفكري والإبداعي الذي تسعى الدول للاستثمار فيه وتطويره بغية التشجيع على الاستثمار في الابداع والابتكار، حيث حاليا معيار تطور الدول لم يعد يقاس بما تملكه من ثروات باطنية، ومواد خام، وإنما ما تستثمره في مجال الابداعات والابتكارات والاختراعات. فالمؤسسات الناشئة اليوم تكتسي أهمية بالغة في الوقت الراهن في اقتصاديات الدول المتقدمة وحتى الدول الناشئة و النامية لما تتميز به من سرعة النمو و التطور و القدرة على تحويل المعرفة الى تكنولوجيا و ابتكارات تساعد على تحقيق التنافسية على الصعيد الدولي و النمو للدول إدراكا للتحديات المرتبطة بإنشاء و تطوير الشركات التكنولوجية الناشئة من المرافقة والدعم و خلق نظام بيئي متكامل يهدف الى تشجيع حاملي المشاريع و مرافقتهم حتى يتمكنوا من تحويل أفكارهم الإبداعية الى مؤسسات ناشئة تجسد على أرض الواقع، علما أن تجربة المؤسسات الناشئة في الجزائر هي تجربة حديثة في اطار إرساء ثقافة جديدة تعمل على تغيير نمط الاقتصاد و خلق نوع من الاقتصاد المعرفي والاستثمار في العنصر البشري والمهارات الإبداعية.

9. قائمة المراجع:

1. giarini, O. (2000). *le plein emploi dans l'économie de service*. paris: éd, economie.
2. graham, p. (2017, décembre 24). Récupéré sur <http://www.paulgraham.com/growthvisited>
3. وزارة التعليم العالي و :الجزائر العاصمة. تطوير نظام بيئي يشجع على خلق المؤسسات الناشئة. (2023). www.premier-ministre.gov.dz. البحث.
1. السعود, م. ا. (2009). تطوير التعليم و دوره في بناء اقتصاد المعرفة. (p. 06). الرياض.
2. العلمي, و. ا. (2022). قرار 1275 يحدد كفاءات اعداد مشروع مؤسسة ناشئة براءة اختراع. العاصمة:وزارة التعليم العالي و البحث العلمي.
3. المرجع,ن. (p. 08). (s.d.).
4. شوكت, م. (s.d.). اقتصاد المعرفة. (p. 08). الرياض.
5. طه, م. أ. (2009). بناء اقتصاديات المعرفة استراتيجيات تنموية متقدمة. أبحاث البنك الدولي. (pp. 60-61) دار الكتاب الجامعي العين.
6. عليان, د. م. (s.d.). الاقتصاد المعرفي. عمان: جامعة الملك سعود.
7. عليان, ر. م. (2008). ادارة المعرفة. الاردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.

مساهمة ريادة الأعمال في تطوير المنظمات السياحية من خلال الابتكار - تجارب ناجحة لمنظمات أعمال سياحية مبتكرة -

The contribution of entrepreneurship to the development of tourism organizations through innovation Successful experiences of innovative tourism business organizations

لوزري نادية¹

¹ كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة الجزائر 3-(الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز دور ريادة الأعمال في دعم وتطوير المنظمة السياحية من خلال الابتكار في الخدمات والمنتجات السياحية، والتنظيم والتسويق السياحي، مرفوقة بمجموعة من التجارب الناجحة لرائدو أعمال من مناطق مختلفة من العالم وانتهجنا في ذلك المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة إلى ضرورة بذل المزيد من الجهود لدعم رواد الأعمال عن طريق توفير التمويل اللازم وتخصيص برامج تعليمية وتدريبية لهم، ومعالجة العقبات التي تواجههم عند بداية نشاطهم.
الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ المنظمة السياحية؛ الابتكار؛

Abstract: This research paper aims to highlight the role of entrepreneurship in supporting and developing the tourism organization through innovation in tourism services and products, tourism organization and marketing, accompanied by a set of successful experiences of entrepreneurs from different regions of the world, and we followed the descriptive and analytical approach. More efforts to support entrepreneurs by providing the necessary funding, allocating educational and training programs for them, and addressing the obstacles they face at the start of their activity.

Keywords: entrepreneurship, the tourist organization; innovation

1. مقدمة:

أصبح القطاع السياحي حسب العديد من التقارير الدولية قاطرة الاقتصاد العالمي نظرا لدوره البارز في دعم اقتصاديات الدول بالمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير العملة الصعبة وتشغيل الأيدي العاملة والقضاء على الفقر والبطالة حيث كان من المتوقع أن يصل متوسط نسبة نموه السنوية في الفترة بين سنة 2022 و2023 إلى 5,8%، مع متوسط نمو متوقع للناتج المحلي الإجمالي قدره 2,7% في الفترة نفسها، وأن يوفر 126 مليون فرصة عمل جديدة.

وفي عام 2019 كان قطاع السياحة مسؤولاً عن عشر الناتج المحلي الإجمالي والوظائف، لكن جائحة كورونا الحقت بالقطاع أضرار كبيرة، القطاع الذي يصل حجمه إلى 9,6 تريليون دولار انخفضت قيمة عائدته إلى النصف وتسببت في تسريح 62 مليون شخص من وظائفهم عالمياً خلال عام 2020.

وبالرغم من الجهود المبذولة في سبيل تطوير هذا القطاع عبر السنوات، إلا أنه لا يزال في حاجة إلى خطة استراتيجية واضحة لتنميته وذلك بالرفع من حجم الاستثمارات المخصصة له وتقوية البنية التحتية الداعمة له وعصرنة الخدمات السياحية بانتهاج أحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلى جانب الاهتمام بالموارد البشري عن طريق تزويده بالمهارات والمؤهلات التي تناسب مع نوع ومستوى الخدمات الموجهة لمستهلكي المنتج أو الخدمة السياحية.

ومع ظهور مفهوم زيادة الأعمال في الآونة الأخيرة بأكثر من شكل وفي العديد من المشاريع الريادية المميزة التي كان أصحابها من الشباب الطموح، والتي ساهمت فعلياً في اكتشاف واستثمار الفرص من أجل تحريك المنظمات إلى حالة جديدة من الوجود لا سيما بعد أن زادت حاجة هاته المنظمات لتكون أكثر ابتكاراً وابتداعاً من أجل البقاء وتسريع النمو في بيئة شديدة التنافس والتغير الحركي، لذا برزت ضرورة تبني زيادة الأعمال كمنهجية استراتيجية، باعتبارها من أهم البدائل التي تتجه لها المنظمة حتى تحقق الاندماج في المنظومة الاقتصادية، فهي القوة التي تقف خلف الابتكار والابداع، ومحركاً للنمو الاقتصادي إن تعافى القطاع السياحي من تبعات فترة الوباء يعتمد على تطوير المنظمة السياحية بالدرجة الأولى والتي تتمثل في المنشآت المعدة للإقامة، والمنشآت المعدة للإطعام، والمنشآت المعدة لاقامة المهرجانات السياحية ووكالات السفر والسياحة والنقل السياحي وكل الهيئات ذات الطابع السياحي، ويمكننا القول أن الابتكار المتأتي من مشاريع زيادة الأعمال بالإمكان أن يعول عليه في دعم وتطوير المنظمات ذات الطابع السياحي ومن تم تنمية القطاع ككل.

على ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن لزيادة الأعمال أن تساهم في تطوير المنظمات السياحية عن طريق الابتكار؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

- ماذا نقصد بزيادة الأعمال وماهي أهميتها؟
- ماهي المنظمة السياحية؟ وماهي أنواعها؟
- ما مدى مساهمة الابتكار في دعم وتطوير الخدمة المقدمة من طرف المنظمة السياحية؟
- للإجابة عن الأسئلة المطروحة نطرح الفرضيات التالية:
- زيادة الأعمال هي العمل على فكرة جديدة تقدم فائدة للمجتمع؛
- المنظمة السياحية هي أحد الأركان الرئيسية للسياحة كونها المسؤولة عن تشكيل نظرة السائحين لمقاصدهم السياحية؛
- يعتبر الابتكار الدافع للإنتاجية والتنافسية في المنظمة السياحية.

2. تعريف ريادة الاعمال وأهميتها:

يقصد بمصطلح ريادة الأعمال أنه العملية التي تتضمن تصميم وتأسيس وإدارة وبدء أعمال ومشاريع جديدة، وغالبا ما تكون هذه الأعمال صغيرة في البداية، ويطلق على أصحاب الأعمال الريادية "ريادي الأعمال"، يمكننا القول بأن ريادة الأعمال: هي القدرة على تطوير، وتنظيم، وإدارة مشروع تجاري صغير مع الأخذ بعين الاعتبار المخاطر التي قد تحصل كنقص التمويل، وقرارات العمل السيئة، والأزمات الاقتصادية، ونقص الطلب في السوق، وذلك من أجل تحقيق ربح (صغير، 2020)

كما يمكن تعريف ريادة الاعمال على انها امتلاك شخص او مجموعة من الأشخاص أفكارا إبداعية وريادية تساهم في انشاء مشروع جديد ومن تعريفاتها أيضا العمل على فكرة جديدة تهدف الى تقديم شيء جديد يحقق فائدة للمجتمع (ليب، 2019)، تلعب ريادة الاعمال دورا مهما في العديد من الجوانب منها :

- خلص فرص العمل: تساهم المشاريع الجديدة التي تنطلق على إحداث مئات فرص العمل سواء للمبتدئين أو للأشخاص ذوي المهارات العالية، تقوم المشاريع أيضا بإعادة تنظيم العمالة في المجتمع وتزويد الصناعات الكبرى بالعملة التي تساهم بتطوير الإقتصاد في حال كانت مستوفية لجميع عناصر ريادة الأعمال وكان لدى الريادي مفهوم جيد حولها.

- تشجيع الابتكار: تعمل المشاريع الريادية على تطوير الأفكار وتشجيع تنميتها هذا بدوره ما يساعد رواد الأعمال على الحصول على تعريف كامل حول استثمار أفكارهم ضمن المجتمع وخلق منتجات جديدة ومواكبة التكنولوجيا وخلق تطور حقيقي يساعد على تحسين الإقتصاد وزيادة الناتج المحلي الإجمالي.

- المساهمة في تنمية المجتمع: تؤدي ريادة الأعمال الى تحسين جوانب المجتمع الصحية والتعليم والبنية التحتية، وازدادة نوع من الاستقرار والتطور وزيادة جوانب التوظيف بحيث تخلق أنواع جديدة للعمل على تطويرها

- تحقيق الإدماج والتكامل: تساعد الريادة على تفعيل دور الأقليات والفئات الجديدة في المجتمع حيث أنها تفتح الفرصة أمام الجميع بتقديم مشاريعهم الريادية.

- تحسين مستوى المعيشة: توفر المشاريع الجديدة حجم كبير وجديد من المنتجات والخدمات وهذا ما يجعلها متوفرة في السوق، اضافة الى زيادة دخل الأشخاص الذين يعملون في الريادة.

- تعزيز البحث والتطوير: توفر المشاريع الريادية فرص لتحقيق الأبحاث والدراسات مع المؤسسات البحثية، وهذا ما يوفر غالبا تجارب وخبرات في البحث والتطوير عند خلق المنتجات الجديدة في المجتمع

- تحقيق الإدماج والتكامل: تساعد الريادة على تفعيل دور الأقليات والفئات الجديدة في المجتمع حيث أنها تفتح الفرصة أمام الجميع بتقديم مشاريعهم الريادية (شرفة، 2021).

3. المنظمة السياحية وأنواعها:

المنظمات السياحية بشكل عام هي الوسيط بين مالكي وموردي الخدمات السياحية المختلفة (الفنادق وأماكن الإقامة الأخرى – وسائل النقل-المنشآت السياحية) وبين مستهلكي تلك الخدمات (السائحين)، تطورت المنظمات السياحية بشكل كبير سواء في الأداء والتنظيم والخبرة او في التجهيزات حتى أصبحت أحد الأركان الرئيسية للعملية السياحية بوجه عام كونها تلعب دورا فعالا في تشكيل نظرة السائحين لمقاصدهم السياحية بل وتمتلك خيوط توجيه الحركة السياحية إلى بعض المناطق دون الأخرى أو تركيز الجهود الدعائية والتسويقية عليها، ويمكن تصنيف المنظمات السياحية بشكل عام الى ثلاثة أنواع:

1.3. منظمات البرامج السياحية: وهي الشركات السياحية الكبيرة التي، تتواجد في الدول المصدرة للسائحين وهي التي تقوم بتجميع عناصر المنتج السياحي المختلفة وتنظيمها في صورة برامج سياحية متنوعة في توقيتات ومناطق محددة مسبقا وعمل الدعاية لها وتسويقها، تكون عادة من الكيانات الكبرى التي تمتلك كل المقومات المالية والفنية والبشرية للقيام بذلك ولها القدرة على التعاقد مع موردي الخدمات السياحية من فنادق ووسائل نقل وخلافه، بالإضافة الى تحملها تكاليف الدعاية المختلفة للبرامج التي تعدها.

2.3. وكالات السفر والسياحة بالتجزئة: تمثل الوسيط بين منظمي البرامج السياحية أو موردي الخدمات السياحية وبين المستهلك السياحي (السائح)، وهي بالتالي لا تتحمل أي تكلفة من تكاليف الدعاية والمطبوعات الدعاية والتي تحصل عليها من الشركات المنظمة الكبرى، ولا تتحمل أي مخاطر، كما لا يحتاج عملها الى الخبرة الكبيرة في التخطيط أو التسويق، تعتمد في عملها على انتشارها في التجمعات السكانية والنشاطات التجارية وقربها من المستهلك للخدمة السياحية.

3.3. وكالات الخدمات السياحية: هي الشركات التنفيذية التي تقوم بتنفيذ البرامج السياحية المعدة مسبقا بواسطة منظمي البرامج السياحية في الأسواق المصدرة للسياحة، أي كوكلاء لمنظمي البرامج السياحية في المقصد السياحي، توجد غالبا في البلدان المستقبلية للسياحة ولا دخل لها في ترتيب الطيران أو وسائل النقل الأخرى بين الدول المصدرة للسائحين والمستقبلية لهم (البطوطي، 2010).

4. مساهمة زيادة الأعمال في دعم وتطوير المنظمات السياحية عن طريق الابتكار:

المنظمات السياحية على اختلاف أنواعها وأشكالها تشكل أحد أهم المنافذ للسياحة وللإقتصاد السياحي، فلا يمكن أن يكون هنالك إقتصاد سياحي ناجح دون وجود منظمات سياحية كونها أول ما يقصده السائح عند ذهابه إلى المناطق السياحية وعند دخوله في الدولة بشكل عام، وهي من أحد أهم الأساسيات التي يبحث عنها السائح.

عادة ما تختلف نسبة الإقبال على هذه المناطق السياحية والمنشآت بحسب جودة الخدمات المقدمة فكلما كانت ذات جودة عالية أصبح الإقبال عليها كبير وبالتالي تكون العوائد المالية أكبر، وكذلك قد يقوم السائح بزيارة هذه الأماكن مرات عديدة بناء على طابعها الجيد وقد يقوم بدعوة أصدقائه ومعارفه، مما يزيد من نسبة الإقبال على المناطق السياحية وزيادة العوائد المالية؛ وهذا الأمر يجعلنا نعمل بمختلف الطرق والأساليب والوسائل على تحسين جميع المنشآت السياحية وتطويرها بما يتلاءم مع حاجة السائح فهي أحد أهم عوامل جذب السائحين من مختلف مناطق العالم (العنوم، 2021)

يعتبر الابتكار الدافع للإنتاجية والتنافسية حيث يأخذ الابتكار في المنظمات السياحية عدة أشكال نذكر منها:

1.4. ابتكارات في المنتجات أو الخدمات: في شكل تغييرات يمكن بطريقة مباشرة من طرف الزبون، إما بمعنى لم يسبق له مثيل من قبل أو جديدة بالنسبة للمؤسسة أو الوجهة السياحية المعنية، تكون ابتكارات المنتجات أو الخدمات مدركة بقدر كبير من طرف الزبائن مما يجعلها في العديد من الأحيان عاملا مؤثرا على قرار الشراء

2.4. ابتكارات في العمليات: تتعلق بإدخال وتنفيذ عملية إنتاجية أو توزيعية جديدة نوعا ما أو محسنة بشكل كاف بهدف الرفع من الإنتاجية والفعالية، إذ تعتبر الاستثمارات التكنولوجية من أهم الابتكارات في العمليات (حنان، 2021)

إن جودة الخدمات السياحية لن تتم إلا بإتاحة وإستخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة والفندقة، من تخطيط وترويج وتسويق وحجز وتعاقد وتسوية مالية وغيرها، وقد نهت إلى ذلك منظمة السياحة العالمية الحكومات والهيئات والمؤسسات بأهمية إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة والفندقة؛ وأصبحت تكنولوجيا المعلومات

والاتصال للبننة الأساسية للتنمية السياحية، ويمكن الإشارة الى مجموعة من الأهداف التي تطمح المنظمات السياحية الى تحقيقها من خلال تبني التكنولوجيا نوجزها فيما يلي:

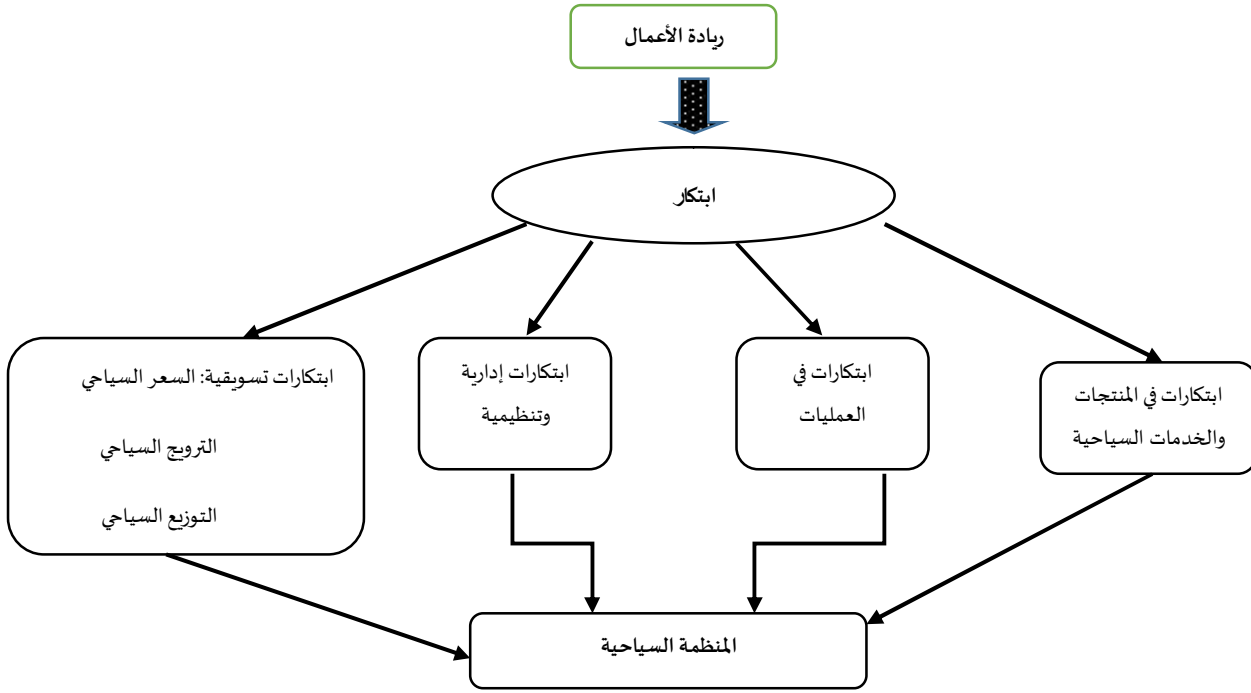
- تقديم خدمات مميزة للسائح من حيث السرعة والسهولة، عن طريق الويب وعن طريق البريد الإلكتروني عند طلبها؛
- جلب فئة جديدة من السواح الذين هم على اتصال بالانترنت؛
- انفتاح المؤسسات السياحية والفندقية على السوق المحلي، الإقليمي والدولي؛
- الحصول على معلومات عن الخدمات المنافسة ومميزاتها حتى تبقى المؤسسة السياحية والفندقية في وضعية تنافسية جيدة
- نشر إعلانات وإشهار لمنتجات وخدمات المؤسسات السياحية والفندقية حتى تجلب أكبر عدد من السواح؛
- متابعة تطور القطاع، من خلال الاتصال الدائم بالعالم من أجل الحصول على معلومات سياحية، كزيارة؛
- مواقع مؤسسات أخرى من نفس نشاط القطاع؛
- وسيلة لتخفيض مصاريف الترويج وتحسين وتطوير الخدمات والمنتجات السياحية والفندقية؛
- الابتكار والتجديد بدون انقطاع للبقاء في الخدمة؛
- التواجد في كل مكان وعرض ملائم مع متطلبات السواح؛
- ركيزة للإبداع والتنمية وخلق منتجات جديدة، خدمات جديدة، أسواق جديدة، ميزة تنافسية... الخ.
- تسمح بتقديم خدمات سريعة ومتنوعة للسواح (ابراهيم و شعوبي، 2009).

3.4. ابتكارات إدارية أو تنظيمية: هي عبارة عن ادخال أساليب جديدة او محسنة تهدف الى تنظيم العلاقات داخل المؤسسة وتنظيم مكان العمل او العلاقات الخارجية وتأهيل الموظفين بالإضافة الى بناء المهن وطرق مكافأة العمال وتهدف الابتكارات الإدارية كذلك الى تحسين الرضا في مكان العمل وإثراء المعرفة الداخلية و المهارات الفاعلة (حنان، 2020-2021)

4.4. ابتكارات تسويقية: الهدف الأساسي للتسويق السياحي هو إرضاء السياح فالمؤسسة السياحية التي تعتمد على نظام معلومات تسويقي فعال يمكنها ان تدرك مختلف المنتجات السياحية التي تلبى حاجات ورغبات المستهلكين (السياح) ومنه يتحقق الرضا لدى السائح ووضع خطة عمل فعلية تأخذ بعين الاعتبار متغيرات البيئة التسويقية السياحية وتتضمن الأساليب والبرامج التي سوف تبث للسياح او الضيوف (الغني، 2016-2017)

ويكون الابتكار التسويقي في المنظمة السياحية في عدة مجالات:

- الابتكار التسويقي في مجال السعر السياحي: ويعتمد على فلسفة المرونة في التسعير على وجه التحديد، أي يعتمد على ابتكار طريقة تسعير جديدة لتعزيز القيمة لصالح الزبون السائح
- الابتكار التسويقي في مجال الترويج السياحي: يتجسد في قدرة المنظمة السياحية على ابتكار استخدامات جديدة في مجال الاتصال المباشر وغير المباشر بالسائح من خلال الإعلان، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، النشر لتعريفه بالخدمات السياحية للمنظمة ومحاولة إقناعه بأنه يحقق حاجاته ورغباته
- الابتكار التسويقي في مجال التوزيع السياحي: لا يعتمد فقط على تحسين الأساليب التقليدية المستخدمة في توصيل الخدمة السياحية للزبون السائح وانما يقوم على أساس إدخال أساليب وطرق جديدة نمن حيث توفير الخدمة السياحية لفترات زمنية أطول، وفي أماكن عدة، فضلا عن توظيف عدة وسائل جديدة في عملية تسليم أو تقديم الخدمات الى السياح ومدى سهولة الوصول للخدمة السياحية وعبر قنوات متطورة (شريف و رايس، 2019).



المصدر: من إعداد الباحثة

5. نماذج عن تجارب ريادية في المجال السياحي:

❖ تجربة إنشاء فنادق منزلية قروية بالصين:

ولد شين جيانغ عام 1971 في قرية شيان تان في منطقة موغانشان الجبلية، كان يعمل في إحدى المصانع المحلية الذي أغلق بابه بسبب سوء الإدارة حيث كان عمره 26 سنة، بدأ بإنشاء مطعم صغير لكسب رزق العائلة، وفي عام 2014 أصبحت منطقتهم المعروفة بالمناظر الطبيعية الجميلة مشهورة في ظل ازدهار القطاع السياحي فيأتي الكثير من التجار الصينيون الذين يدفعون 700 ألف يوان صيني وعلى مدار 20 سنة كنفقة ايجار، اقترح والدا شين جيانغ عليه تأجير الغرف وكانت بداية مشروعه هو تغيير الغرف القديمة وتحويلها الى فندق منزلي بخصائص قروية اعتقادا منه بأن هذا الخيار سيساعد عائلته في تحسين الظروف المعيشية حتى لو قل عدد الزبائن، في شهر ماي من سنة 2015 تم افتتاح الفندق المنزلي الخاص بشين جيانغ رسمياً، ويعد أول فندق منزلي بإدارة القروي المحلي نفسه، الأمر الذي جعله محور نقاش بين القرويين لزيارة فندقه المنزلي ثم قيامهم بتحويل منازلهم القديمة الى فنادق منزلية قروية بعد التزيين الجميل المبتكر.

ارتفع عدد الفنادق المنزلية بالمنطقة الى 150 و5 مطاعم صينية ومقهيين ومصنع للشاي الصيني ومزرعتين في القرية وبلغ راتب كل قروي الى أكثر من 40 ألف يوان صيني سنوياً، وقد استخلص القرويون من التجربة أن تطور هذا المشروع خلال السنوات الأخيرة الماضية جاء نتيجة الابتكار والتضامن والتعلم المتبادل بينهم فساهموا بذلك في عملية تنمية القطاع السياحي الإقليمي، مع التطور السريع لقطاع الفنادق المنزلية في هذه القرية عاد الكثير من الشباب القرويين الذين كانوا يعملون في المدن الكبرى الى قريتهم بهدف زيادة الأعمال حيث تم انشاء جمعية زيادة الأعمال للشباب القرويين وأصبح شين جيانغ رئيس قطاع الفنادق المنزلية في منطقة موغانشان السياحية ونائب مدير الجمعية السياحية القروية الى جانب ذلك تم انشاء منصة للتواصل الاجتماعي الإقليمي الخاصة بالفنادق المنزلية، التي توفر للقرويين بيئة جيدة لتقاسم المعلومات والأفكار الجديدة المبتكرة وتقديم خدمات أفضل للزبائن (https://arabic.cgtn.com, 2020)

❖ منظمة رحلات سياحية لذوي الإعاقة بدعم من حاضنة ابتكار اجتماعي بالأردن:

من رحم تجربة شخصية اختبرتها، انطلقت الشابة آلاء العرباتي لتطوير فكرة إنسانية ورائدة تخدم فئة بحاجة لأن ترفه عن نفسها وترى جوانب مختلفة من الحياة بعيدا عن جدران المنزل وأماكن محددة ترتادها التجربة التي عاشتها العرباتي في حياتها، بعد أن أصيبت والدتها بمرض السرطان، أظهرت لها مدى السعادة والتأثير الإيجابي الكبير الذي ظهر على والدتها حينما ذهبت يوما في رحلة أشرف على تنظيمها مركز الحسين للسرطان لمرضاها، وكيف عادت متمسكة ومحبة أكثر للحياة، قررت آلاء العرباتي أن تعمل جاهدة على تطوير فكرة "شمة هوا" والتي تسعى من خلالها إلى إيجاد مساحة مناسبة لتنظيم الرحلات لذوي الإعاقة ضمن مواصفات وشروط مناسبة.

العرباتي حرصت، في هذا الجانب، على البحث عن وسيلة تدعم من خلالها أطبافا مختلفة من المجتمع الأردني، سواء ذوي الإعاقة أو المرضى الذين يحتاجون إلى إيجاد ظروف مناسبة لهم، بما تتطلبه الحاجة الصحية، انطلقت فكرة العرباتي التي ترى أن كل إنسان لديه الرغبة والحاجة في الوقت ذاته بوجود مساحة ترفيه وسياحة داخلية تساعد على رفع المعنويات لديه، مع مراعاة أن تكون تلك الرحلة التي يتم تنظيمها تتوفر فيها كل أجواء الراحة والمساعدة والدعم، فكان مشروعها "الرائد" بتوفير منصة يتم من خلالها تشبيك شركات السياحة والسفر والباحثين عن فرصة عمل محدودة الأيام ومن يرغب كذلك بالتطوع لمساعدة ذوي الإعاقة، في مكان واحد ومنصة تجمعهم للخروج بـ "شمة هوا" للفئة المستهدفة بتوفير كامل الخدمات.

وفي بحثها عن "حاضنة لفكرتها" من أجل دعمها وضمان نجاح المنصة وتحويلها فيما بعد إلى تطبيق على الهواتف الذكية، قالت العرباتي إنها وجدت مكانا مناسباً وهو حاضنات الابتكار الاجتماعي التابع لجمعية المركز الإسلامي وبالتشارك مع اليونيسيف؛ حيث تم دعمها بكل ما تحتاجه، وحاضنات الابتكار الاجتماعي هي مشروع يهدف لتحويل أفكار الشباب إلى مشاريع على أرض الواقع، على أن يقدم خدمة وهدفا واضحا ويسهم في النهوض بالواقع المحلي والمجتمعي، الكثير من المشاريع الخدمية التي تطورت وأصبحت خدمات على أرض الواقع من خلال التطبيقات على الهواتف الذكية، كانت سببا كافيا لتحفيز العرباتي على إطلاق فكرتها، التي تجاوز لديها الآن أنها مجرد فكرة لمادة دراسية بالجامعة، إلى مشروع ستعمل جاهدة على زيادة رقعة تعميمه وتوصيل الخدمات إلى أكبر فئة محتاجة لذلك، والتي بدأت من خلال المنصة التي تم إنشاؤها عبر موقع "فيسبوك"، لاستقطاب العديد من المهتمين.

وتشعر العرباتي بسعادة غامرة وهي تحاول "التفكير خارج الصندوق" عبر "شمة هوا"، وتمكنها من ابتكار طرق جديدة وبديلة لتنشيط السياحة المحلية، كون وجود مجموعات من الراغبين بممارسة النشاط السياحي في الأردن، قد يحفز الكثير من الجهات السياحية الخدمية والشركات المنظمة للرحلات للعمل على تهيئة الأماكن السياحية بشكل مناسب لذوي الإعاقة، إلى ذلك، توفير حافلات خاصة بهم "مهياة" للصعود والنزول، كما في باصات عمان الجديدة التي وفرت هذه الخدمة، في دلالة على القدرة على "تهيئة الظروف لذوي الإعاقة في حال أراد المجتمع ذلك"، وتشكل السياحة في الأردن من أهم القطاعات في اقتصاد البلاد؛ حيث تشكل 13% من الناتج المحلي الإجمالي، ومن خلال الدعم لـ "شمة هوا"، فإن الهدف هو تعزيز الثقافة السياحية لذوي الاحتياجات الخاصة وحققهم بالرفاهية لعدم وجود مكان واحد يجمع ما بين شركات السياحة المتنوعة في الأردن ويقدم العروض السياحية باستمرار.

كما أن غياب الرفاهية لفئة ذوي الإعاقة يؤثر سلبا عليهم وبشكل كبير، وتوفرها يسهم بتحسين واضح ينعكس على الجانب النفسي، لذلك ينبغي تكاتف الجهود كافة وتنظيم رحلات لأفراد هذه الفئة وتسهيل حركتهم وتوفير كل السبل لذلك، كما تم إطلاق مشروع تدريب لشباب وفتيات من المصايبين بـ "متلازمة داون" على مهارة صنع الحرف اليدوية من "عجينة الفيمو"،

بحيث يقدمون منتجات حرفية فنية، ومن خلال حاضنات الابتكار، كذلك يتم تسويق المنتجات وتوفير مصدر دخل مهما كانت كمية الإنتاج لديهم (السعادة، 2020)

❖ تجربة المسار السياحي "إبراهيم الخليل" بفلسطين:

تعود فكرة مسار إبراهيم الخليل الى عشر سنوات ومؤسس المبادرة هو وليام يوري، هذا المسار هو طريق سياحي طويل يربط بين الثقافات على امتداد الدرب الذي سلكه النبي إبراهيم أبو الأنبياء، مسافة تمتد لأكثر من 400 كيلومتر تربط حالياً بين 40 مجتمعا محليا في أربعة بلدان وسيتمدد في النهاية حوالي 5 آلاف كيلومتر ويمر بعشرة بلدان في الشرق الأوسط، يشكل المسار توجها مبتكرا ليس فقط نحو السياحة بل أيضا نحو التنمية الاقتصادية وبناء السلام، وعلى امتداد المسار، يستمتع السائرون بالإقامة المنزلية وتناول الوجبات المحلية مع الأسر الفلسطينية، ويرافقهم مرشدون محليون يدلونهم على الطريق أثناء عرض ما لديهم من معلومات عن تاريخ المنطقة وثقافتها. وكلاهما يوضح الأموال في الاقتصاد المحلي بشكل أقوى وأكثر أهمية مما تفعله الرحلات اليومية لبيت لحم والتي تشكل الغالبية العظمى للسياحة في فلسطين حاليا. وقد سلك هذا الدرب أكثر من 4 آلاف شخص منذ عام 2008، أغلبهم في فلسطين والأردن.

وتنسجم الشعبية المتنامية لمسار إبراهيم مع توجه متصاعد في السياحة العالمية وهو: سياح المغامرات الدوليون الذين ينشدون القيام برحلات إلى بقاع قلما سلكها غيرهم من قبل. فهم يتوقون إلى خوض تجارب حقيقية وفريدة تخلو من الترف والرفاهة. هؤلاء السياح أيضا يطلبون التزاما بمعايير أخلاقية سامية ومسؤولية اجتماعية من قبل الشركات، ولا يرون أنفسهم سياحا مقيدين ببرامج سياحية بل مساهمين في أفكار جديدة ولقاءات وأساليب للسفر. فقد غدا استكشاف القرى والمدن الصغيرة، التي عادة ما تسقط من خرائط البرامج السياحية السائدة، جزءا من هذه الأسفار المفيدة التي ينشدونها.

كما يشكل دعم عروض السياحة التجريبية والثقافية، كمسار إبراهيم، طريقة مبتكرة لخلق الوظائف في المجتمعات الريفية الفقيرة والوصول إلى الفئات المهمشة في الغالب كالنساء والشباب، ومن ثم الحد من الفقر وتعزيز الرخاء المشترك. والنساء هن المضيفات الرئيسيات على امتداد مسار إبراهيم حيث يقمن بإدارة نزل الإقامة وتجهيزه وإعداد الوجبات دون أن يتركزن منازلهن بالضرورة (وهو أمر مهم للأسرة العربية التقليدية). وتساعد المنظمات المحلية على تشجيع بيع منتجات الحرف اليدوية النسائية للسائرين الذين يعبرون القرى أو يقيمون بها. ويكتسب الشباب مهارات التحدث باللغات الأجنبية أو صقلها من خلال التعامل مع السياح، ويحققون دفعة إلى الأمام على درب مسيرتهم المهنية - في حين يعملون مرشدين للعاشرين سنوات عمله على الواقع الفلسطيني. (2014 ، <https://www.albankaldawli.org>)

الفكرة الأساسية كيف بالإمكان تقديم فلسطين من خلال برنامج ومنتوج سياسي فلسطيني الى العالم الى جانب السعي لإيجاد نوع من التنمية المستدامة من خلال برامج تتعلق بالسياحة المجتمعية والبيئية والدينية والتاريخية حيث نحج المسار في استقطاب اناس كثيرون من مختلف انحاء العالم الذين تعرفوا وعاشوا الصورة الحقيقية للشعب الفلسطيني التي تعاني حيث لا يوجد بيت فلسطيني يخلو من اسير او شهيد او جريح او لاجئ او ارضه مصادرة حيث يتعرف المشاركون في المسار على مدار سنوات عمله على الواقع الفلسطيني.

من بين الامور المهمة في التنافس السياسي مع المسار الاحتلالي هو التأكيد على ان المسار في فلسطين وفي اراضي محتلة كما ان السياح يقضون وقتهم في الاراضي الفلسطينية ولا يبيتون عند الاحتلال الاسرائيلي هذا الى جانب ان المسار يفند روايات وادعاءات الاحتلال ورواياته الصهيونية في حقهم بارض فلسطين حيث سعى المسار وشركاه لتقديم الرواية الفلسطينية ببعده وطني وثقافي وانساني فلسطيني حيث كانت كل هذه الامور عوامل نجاح تميز فيها الفلسطيني بقدرته على تقديم صورة ورواية

وحسن ضيافة وبلاد جميلة غنية بالتاريخ تعطي السائح الفرصة للعيش بفلسطين، وعلى صعيد آخر فإن المسار يعطي فرصة للسياحة الداخلية الفلسطينية وللأجيال الفلسطينية الشابة للتعرف على فلسطين ومناطقها كما ان الخروج الى المسارات تشكل نوعا من انواع المقاومة للهجمة الاستيطانية التي تتعرض اليها فلسطين من خلال التواجد بالأرض (https://www.wattan.net, 2020)

❖ تجربة عبد المالك تايلور رائد أعمال السياحة الحلال في بريطانيا:

عبد المالك تايلور هو أول مرشد سياحي مسلم مؤهل مهنيًا في بريطانيا ومؤسس شركة السياحة الحلال في بريطانيا الحائزة على العديد من الجوائز، يقدم أكثر من 40 نوعًا مختلفًا من الجولات بما في ذلك المشي وجولات الحافلات السياحية والرحلات اليومية وحتى رحلات الطعام الحلال على طول نهر التايمز، حيث أصبحت له مكانة رائدة في مجال الثقافة الإسلامية في بريطانيا للسياح يقدم نظرة فريدة على تاريخ بريطانيا الإسلامي النابض بالحياة، من القرن السابع إلى يومنا هذا، مايساعد الزوار على اكتساب تقدير أكبر للمساهمات الثقافية التي قدمها المسلمون البريطانيون عبر الزمن، أحد الأمثلة على ذلك هو اصطحاب السياح لرؤية أول صلة إسلامية ببريطانيا، ملك انجليزي قام بسك عملة ذهبية مع إعلانه دخول العقيدة الإسلامية بعد 141 عاما فقط من وفاة النبي محمد صلى الله عليه وسلم، وصل عبد المالك إلى قائمة أفضل 10 مسلمين مؤثرين في المملكة المتحدة لعام 2022، بالإضافة إلى حصوله على جوائز الابتكار المتميز لعام 2022 في مجال الضيافة من قبل موقع (equality x) وصنف ضمن 100 مسلم ملهم من قبل (Emerald Network)، كما حصل على العديد من الجوائز من منصة (tripadvisor) من عام 2018 إلى عام 2022، كما تلقى خطاب شكر شخصي من عمدة لندن صادق خان على الجولات التي قدمها في الأماكن العامة (http://www.alarabinuk.com, 2023)

❖ عباس صيداوي: مشروع للسياحة الافتراضية في لبنان:

توصل عباس صيداوي، وهو طالب دكتوراه في مجالي الروبوتات والواقع الافتراضي، إلى اطلاق مشروع عن السياحة الافتراضية في لبنان. استعمل عباس في مشروعه تقنية virtual reality، التي تمنح فرصة خوض غمار تجربة ثلاثية الأبعاد أشبه بالحقيقة. إذ يمكن أن تنقلك هذه التكنولوجيا إلى مكان معين وتجعلك قادرا على عيش تجربة كاملة من ناحية الحركة في داخله، وتفقد تفاصيله من كل الزوايا.. مع مؤثرات صوتية. ويتضمن المشروع، بالإضافة إلى الواقع الافتراضي، تقنية الواقع المعزز (augmented reality)، التي بإمكانها أن تضيف أشياء وأشكالاً إلى المكان الذي تعيش فيه هذه التجربة. كل ما هو مطلوب من الشخص، كي يعيش هذه التجارب، هو ارتداء نظارات خاصة لكل تقنية.

تلقى صيداوي الدعم والاقتراحات من فريق مستشارين مكون من أستاذي الهندسة في الجامعة الأميركية في بيروت، هما عماد الحاج ودانيال أسمر، بالإضافة إلى الدكتورة في كلية العمارة هويدا الحارثي. استعمل الفريق تقنية الواقع الافتراضي، وتم تطبيقها على معلمين سياحيين في لبنان. المعلم الأول هو صخرة الروشة، حيث تأخذك النظارات في رحلة فوق صخرة الروشة مصحوبا بصوت البحر. ويمكنك أن تتابع الرحلة إلى داخل الصخرة، وكأنك في سفينة داخل البحر. أما المعلم الثاني، فهو قلعة جبيل الأثرية، حيث تأخذك التقنية في رحلة داخل القلعة مع إرشادات سياحية وشرح تاريخي عن القلعة ومكوناتها. كما استطاع الفريق أن يظهر القلعة من الداخل قبل تعرضها للدمار الجزئي عبر الزمن، وذلك عبر تصورات وتخييلات معمارية وتوقعات شبه دقيقة للتغيرات التي تعرضت لها. كما استطاع الفريق وضع أهم التماثيل في المتحف الوطني، ووضع تفاصيل ومعلومات عن كل تمثال في صالة مستخدم تقنية الواقع المعزز (علي، 2018)

ازدادت أهمية زيادة الأعمال في حياة المنظمة، خاصة مع تواجدها في بيئة شديدة التنافس والتغير الحركي، وباتت وسيلة حيوية لتكون أكثر ابداعا وابتكارا، عن طريق اشخاص يخاطرون بأموالهم ليضيفوا قيمة جديدة ويضيفون ميزة تنافسية لا تتوفر لدى المنظمات المنافسة، المنظمة السياحية كذلك في حاجة إلى زيادة الأعمال ومن خلال الابتكار الذي يساهم في خلق قيمة جديدة مبتكرة للخدمة، سواء كان ذلك في مجال الخدمات السياحية أو في الإدارة والتنظيم أو في تسويق المنتج السياحي فتصبح بذلك عامل جذب سياحي ومع التركيز العالمي الكبير على دور زيادة الأعمال في تحقيق النهضة الاقتصادية والاجتماعية إلا أن سياسات بعض الدول لاتزال تمنح الأولوية القصوى للشركات الأكبر حجما وتتناسى دور المشروعات الصغيرة، لذا نرى بضرورة تغيير نظرتها وفلسفتها الاقتصادية تجاه تلك المشروعات، والعمل على تشجيعها بتوفير التمويل اللازم وتخصيص برامج تعليمية وتدريبية لصالح رواد الأعمال ومعالجة العقبات التي يواجهونها عند بدء نشاطهم.

7. قائمة المراجع:

1. <http://www.alarabinuk.com> . (avril, 2023 08). تاريخ الاطلاع 27 أبريل 2023 ,
2. <https://arabic.cgtn.com/n/BfjAA-CIA-DAA/EJFFAA/index.html> . (octobre, 2020 12). تاريخ الاطلاع 25 أبريل 2023
3. <https://www.alaraby.co.uk> . (14 جوان, 2018). تاريخ الاطلاع 25 أبريل 2023
4. <https://www.albankaldawli.org/ar/news/feature> . (19 جوان, 2014). تاريخ الاطلاع 25 أبريل 2023
5. <https://www.wattan.net> . (23 سبتمبر, 2020). تاريخ الاطلاع 25 أبريل 2023
6. احسان صغير. (16 أكتوبر, 2020). <https://ae.linkedin.com> . تاريخ الاطلاع 24 أبريل 2023
7. أحمد شرفة. (20 أبريل, 2021). <https://www.alefstartup.com> . تاريخ الاطلاع 24 أبريل 2023
8. بختي ابراهيم، و محمود فوزي شعوبي. (2009). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة . ورقلة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح .
9. تغريد السعيدة. (11 جانفي, 2020). <http://sahafi.jo/files/art.php> . تاريخ الاطلاع 25 أبريل 2023.
10. حنين العتوم. (28 نوفمبر, 2021). <https://e3arabi.com> . تاريخ الاطلاع 26 أبريل 2023.
11. زين الدين علي. (mai, 2018 04). <https://www.almodon.com> . تاريخ الاطلاع 29 أبريل 2023
12. سعيد البيطوطي. (2010). شركات السياحة ووكالات السفر. مصر: مكتبة الانجلو المصرية. صفحة 49-52
13. سمية حامد لبيب. (2019). تعزيز ثقافة زيادة الأعمال لدى طالبات قسم الاقتصاد المنزلي. مجلة كلية التربية النوعية للدراسات التربوية والنوعية، 02(08)، صفحة 304.
14. عنون حنان. (2020-2021). تأثير الابتكار في الصناعة السياحية على سلوك السائح الجزائري. تأثير الابتكار في الصناعة السياحية على سلوك السائح الجزائري. تأثير الابتكار في الصناعة السياحية على سلوك السائح الجزائري، أطروحة دكتوراه . الجزائر: جامعة فرحات عباس سطيف. صفحة 19-20.
15. عنون حنان. (2020-2021). تأثير الابتكار في الصناعة السياحية على سلوك السائح الجزائري. أطروحة دكتوراه ، سطيف، الجزائر: جامعة فرحات عباس. صفحة 20.
16. كريمة بن شريف، و عبد الحق رايس. (2019). دور الابتكار التسويقي في إنعاش السياحة العلاجية. مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وادارة الاعمال، 05(01)، صفحة 109.
17. مرابطي عبد الغني. (2016-2017). أثر الابتكار التسويقي في تعزيز التموقع للمؤسسات السياحية. أطروحة دكتوراه ، البويرة، الجزائر: جامعة أكلي محند أولحاج. صفحة 44.

مساهمة زيادة الأعمال الرقمية في تطوير المؤسسات السياحية- اكسبيديا نموذجا-

Contribution of Digital Entrepreneurship to the Development of Tourism Institutions - Expedia as a Model

عزيز ياسمين¹، تامة جاسم²

¹ جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي (الجزائر)

² جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي (الجزائر)

ملخص: أصبحت التكنولوجيا ضرورة حتمية للعالم الاقتصادي، لا سيما بعد ما شهده من تطورات سريعة في تكنولوجيا الاتصالات التي لها علاقة مباشرة مع نشاط المؤسسات في عدة مجالات، ومن بين هذه المجالات المستفيدة من هذا التطور مجال زيادة الأعمال الرقمية في المؤسسات السياحية، مما أدت إلى إحداث تغييرات في تقديم خدماتها من خلال اكتسابها لمهارات استخدام هذه التقنيات في عمليات الاتصال والتواصل بهدف الريادة في المجال، الأمر الذي يقضي إلى إدخال هذه التقنيات في العديد من المجالات التي تحتاج إلى أن تواكب التطور الحاصل في هذا العصر. ومن هذا المنطلق، هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على تطبيق زيادة الأعمال الرقمية في مؤسسة اكسبيديا، من خلال التطرق إلى مفهوم كل من التحول الرقمي وزيادة الأعمال والمؤسسة السياحية، والتعرف على أهم التقنيات الرقمية ودورها في تطوير عمل المؤسسة السياحية، حيث تبين من خلال هذه الدراسة أن المؤسسة نجحت في تحويل صناعة السفر والسياحة من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية والابتكارات الرقمية للوصول إلى جمهور أوسع وزيادة الحجوزات.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي؛ زيادة الأعمال الرقمية؛ المؤسسة السياحية.

Abstract: Technology has become an imperative for the economic world, especially after rapid developments in communications technology that have a direct bearing on enterprise activity in several areas, Among these areas benefiting from this development is the field of digital entrepreneurship in tourism institutions which has led to changes in the delivery of its services through its acquisition of skills to use these technologies in communication and communication processes with a view to leading the field, This requires the introduction of these techniques in many areas that need to keep pace with today's evolution. From this point of view, the study aimed to highlight the application of digital entrepreneurship at Expedia, By addressing the concept of digital transformation, entrepreneurship and tourism enterprise and to learn about the most important digital technologies and their role in the development of the tourism enterprise's work; This study revealed that the Foundation succeeded in transforming the travel and tourism industry by using digital technology and digital innovations to reach a wider audience and increase bookings.

Keywords: Digital Transformation; Digital Entrepreneurship; Tourist Enterprise.

في ظل التطورات السريعة في تكنولوجيا الاتصالات، أصبحت التكنولوجيا ضرورة حتمية للعالم الاقتصادي وتحولت المؤسسات في عدة مجالات بفضلها، وتعد زيادة الأعمال الرقمية في المؤسسات السياحية واحدة من المجالات التي استفادت من هذا التطور، حيث تمكنت المؤسسات السياحية من تحسين خدماتها من خلال اكتساب مهارات استخدام التقنيات الرقمية في عمليات الاتصال والتواصل بهدف تحقيق التفوق والابتكار في هذا المجال، يمكن استخدام نموذج "اكسبيديا" كمثال ناجح لتطبيق زيادة الأعمال الرقمية في صناعة السفر والسياحة، حيث تعتمد على التكنولوجيا الرقمية والابتكارات لتحسين تجربة المستخدم وزيادة حجوزات السفر، بالاعتماد على التكنولوجيا والابتكار الرقمي، يمكن للمؤسسات السياحية تحقيق مزايا تنافسية وتطوير قطاع السياحة في هذا العصر المتطور. ومن هنا تتمحور إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تساهم زيادة الأعمال الرقمية في تطوير المؤسسات السياحية؟

وتبعاً لهذا السؤال الرئيسي تنبثق مجموعة من التساؤلات الفرعية، تتمثل في:

- ما مفهوم التحول الرقمي؟ وفيما تتمثل أهم تقنياته؟
- ما المقصود بمصطلح زيادة الأعمال الرقمية؟
- ما مفهوم المؤسسة السياحية؟ وفيما تتمثل أهميتها؟
- ما هو واقع تبني زيادة الأعمال الرقمية في تطوير المؤسسات السياحية؟
- ما مدى مساهمة زيادة الأعمال الرقمية في تطوير مؤسسة اكسبيديا السياحية؟

1.1. فرضيات الدراسة: تم صياغة الفرضيات التالية:

- تساهم التقنيات الرقمية ايجابيا في تطوير المؤسسات السياحية؛
- تتبنى المؤسسة السياحية زيادة الأعمال الرقمية بشكل فعال، وتساهم في تطوير عملها.

2.1. أهداف الدراسة: تسعى الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- التعرف على معنى التحول الرقمي، وأهم تقنياته؛
- التعرف على مصطلح زيادة الأعمال الرقمية؛
- إظهار أهمية المؤسسة السياحية؛
- تحديد دور زيادة الأعمال الرقمية في تنشيط وتطوير عمل المؤسسات السياحية.

3.1. أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة من الاهتمام المتزايد من قبل المؤسسات السياحية في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وتقديم الحلول الرقمية في مجالات متعددة، كما تستمد الدراسة من محاولة التعرف على مدى استخدام مؤسسة اكسبيديا للوسائط الرقمية في تسويق منتجاتها وخدماتها والريادة في عالم الأعمال الرقمية.

4.1. منهج الدراسة: من اجل معالجة إشكالية موضوع البحث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تغطية العناصر التالية:

- مفهوم كل من التحول الرقمي والمؤسسات السياحية؛
- التعرف على مصطلح زيادة الأعمال الرقمية؛
- التعرف على تقنيات التحول الرقمي؛
- مساهمة تقنيات التحول الرقمي وزيادة الأعمال الرقمية في تطوير المؤسسات السياحية.

2. التحول الرقمي:

1.2. تعريف: تعددت تعريفات التحول الرقمي فهناك من عرفه بأنه: "استخدام التكنولوجيا الجديدة، من مواقع التواصل الاجتماعي، الموبايل المحمول، التحليلات والبيانات الكبيرة، والحوسبة السحابية وانترنت الأشياء لتحقيق تحسينات كبيرة في الأداء" (Warner & Wage, 2019, p. 430)، حيث يعد هذا التعريف مقتصرًا فقط على تقنيات التحول الرقمي، كما يضيف أن التحول الرقمي هو عملية إنشاء قيمة اقتصادية أكثر كفاءة وفعالية، وبمعنى أوسع، يشير إلى التغييرات التي تحدثها التكنولوجيا الجديدة بشكل عام حول كيفية العمل والتفاعل معها، وكيفية تكوين الثروة ضمن هذا النظام.

وهو تحول تنظيمي من خلال التكامل بين التكنولوجيا الرقمية وعمليات المنظمة في إطار الاقتصاد الرقمي وفي نفس السياق استخدم مصطلح التحول وليست تغيير لتأكيد على أن التحول الرقمي للمنظمات ينصرف إلى ابعاد من التفكير الوظيفي واخذ في عين الاعتبار المتعلقة بعملية التحول الاستغلال الفرصة وتجنب المخاطر التي تنشأ من تكنولوجي (Singh & Hess, 2017, p. 01).

ومنه التحول الرقمي هو عملية تهدف إلى تحسين الكيانات والمؤسسات من خلال إطلاق تغييرات كبيرة على خصائصها باستخدام مجموعات من تقنيات المعلومات والحوسبة والاتصالات، وفي ضوء هذه الجهود يوجد مستخدمون داخليون وخارجيون للخدمات الرقمية يجب تضمينهم في جهود التحول الرقمي، لقد ذكر العديد من التعاريف السابقة تقنيات التحول الرقمي دون شرح المفصل لها وعليه سنتطرق لها في العنصر الموالي.

2.2. أهم تقنيات التحول الرقمي: تحدث جرانث ووترفول، رئيس قسم الأمن السيبراني في برايس وورهاوس كوبرز، عن تقنيات التحول الرقمي الثمانية الأساسية: الذكاء الاصطناعي، الواقع المعزز، سلسلة الكتل، انترنت الأشياء، الطباعة ثلاثية الأبعاد الواقع الافتراضي، الروبوتات والطائرات بدون طيار، في رأيه ستحول هذه التقنيات العديد من قطاعات الاقتصاد والخدمات كالرعاية الصحية، والطاقة. (Veynberg, Koslova, Askarov, Bexultanov, & Yussupova, 2020, p. 2).

- الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence): يعتبر الذكاء الاصطناعي احد فروع علم الحاسوب، وإحدى الركائز الأساسية التي تقوم عليها صناعة التكنولوجيا في العصر الحالي، ويعرف بأنه قدرة الآلات والحواسيب الرقمية على القيام بمهام معينة تحاكي وتشابه تلك التي تقوم بها الكائنات الذكية، كالقدرة على التفكير او التعلم من التجارب السابقة او غيرها من العمليات الأخرى التي تتطلب عمليات ذهنية. (سعيد و بن مهدي، 2022، الصفحات 27-28)

- الواقع المعزز: (Augmented Reality): المقصود به التكنولوجيا القائمة على إسقاط الأجسام الافتراضية في بيئة المستخدم الحقيقية لتوفر له معلومات إضافية، ويستطيع المستخدم التعامل مع الأجسام الافتراضية في الواقع المعزز من خلال عدة أجهزة سواء كانت محمولة كالهاتف الذكي او من خلال الأجهزة التي يتم ارتداؤها كالنظارات، كما يشير إلى إمكانية دمج المعلومات الافتراضية مع العالم الواقعي، فعند قيام شخص ما باستخدام هذه التقنية للنظر في البيئة المحيطة من حوله فان الأجسام في هذه البيئة تكون مزودة بمعلومات تسبح حولها وتتكامل الصورة التي ينظر لها الشخص. (رمضان، 2022، صفحة 131)

- سلسلة الكتل الرقمية: هي قاعدة بيانات موزعة تمتاز بقدرتها على إدارة عدد متزايد باستمرار من السجلات التي تسمى كتل Bloks بحيث تحتوي كل كتلة على الزمن الخاص بها ورباط إلى الكتلة السابقة، وقد صممت سلسلة الكتل الرقمية بحيث يمكنها المحافظة على البيانات المخزنة بها والحيلولة دون تعديلها، أي أنه عندما تخزن معلومة ما في سلسلة الكتل الرقمية لا يمكن لاحقا القيام بتعديل هذه المعلومة. (نخال، صفحة 3)

- انترنت الأشياء: بنية تحتية ديناميكية لشبكة عالمية، تتمتع هذه الشبكة العالمية بقدرات تكوين ذاتي تستند إلى المعايير وبروتوكولات الاتصال القابلة للتشغيل البيئي، في هذه الشبكة، تحتوي الكائنات المادية والافتراضية على هويات وسمات مادية وشخصيات افتراضية وواجهات ذكية، ويتم دمجها بسلاسة في الشبكة. (Saleh، 2018، صفحة 3)

- الطباعة ثلاثية الأبعاد: هي تقنية تصنيع مضافة ذكية تسمح مهندسة الأجهزة الطبية الحيوية التي يصعب عادة تصميمها باستخدام المنهجيات التقليدية مثل التصنيع أو التشكيل، تستخدم كأدوات تصنيع لمجموعة واسعة من الأنظمة لمجموعة من التطبيقات مثل رقائق الموائع الدقيقة التشخيصية لاكتشاف التحليلات المختلفة.

- الواقع الافتراضي: هو التكنولوجيا التي تقنع المشارك أنه موجود بالفعل في مكان آخر عن طريق استبدال المدخلات الحسية الأولية بالبيانات التي يتم الحصول عليها من الكمبيوتر، أحد العناصر الرئيسية للواقع الافتراضي هو العالم الافتراضي، فهو مساحة خيالية أو بيئة محاكاة، من الوهم توضيح مجموعة من الأشياء في بيئة نفي بخيال الخالق جنباً إلى جميع العالم الافتراضي هناك انغماس في الواقع الافتراضي، وإدراك الوجود في عالم بديل مثل عالم خيالي أو وجهة نظر أخرى لعالمنا. (NÄTTERDAL، 2015، صفحة 4)

- الروبوتات: يعرف Le Petit Larousse الروبوت على أنه جهاز أوتوماتيكي قادر على التعامل مع الأشياء، أو إجراء العمليات وفقاً لبرنامج ثابت أو قابل للتعديل. في الواقع، عادة ما تكون الصورة التي يمتلكها الجميع غامضة، وغالباً ما يتم تعريف الروبوت على أنه متلاعب تلقائي بدورات قابلة للبرمجة، لكسب اسم الروبوت، يجب أن يتمتع النظام ببعض المرونة التي تتميز بتعدد الاستخدامات، ويجب أن يكون الروبوت القدرة على أداء مجموعة متنوعة من المهام، وأن يكون قادراً على التكيف مع البيئة المتغيرة أثناء تنفيذ مهامه. (Boimond، p. 2)

- الطائرات بدون طيار: يشير اصطلاح "طائرة بدون طيار" إلى الطائرة التي يجري التحكم فيها من بعد، وأحياناً يكون التحكم ذاتياً، وقد يواجه هذا الاصطلاح الكثير من النقد، لأن الطائرة تقاد من بعد عبر طيار أرضي، وهو من يتكفل بمنع وقوعها لذلك يستوصب الأخذ باصطلاح "الطائرة غير المأهولة" و "أنظمة الطائرات غير المأهولة"، كذلك يعتمد البعض إلى تداول الاسم "درونز" وفقاً لمصدره في اللغة الإنجليزية (Drones)، المأخوذ من اسم ذكر النحل، حيث برز ذلك خلال الحرب العالمية الثانية 1939-1945، عندما ميزت هذه الطائرات بأشرطة سوداء وضعت على طول ذيل كل منها لتبدو كذكر النحل. (الذهب، 2019، صفحة 2)

3. زيادة الأعمال الرقمية:

1.3. تعريف زيادة الأعمال: هي عملية إنشاء منظمة (منظمات) جديدة أو تطوير منظمات قائمة، وهي بالتحديد إنشاء عمل/أعمال جديدة أو الاستجابة لفر جديدة عامة. (خربوطلي، 2018، صفحة 5)، والريادة هي القدرة على خلق وبناء الأشياء من لا شيء، أنها المبادرة والعمل والانجاز لبناء المشروع، وهي موهبة الإحساس بالفرصة واغتنامها حيث لا يراها الآخرين والاستعداد للمخاطرة المحسوبة سواء الشخصية أو المالية. (محمود، الجداوي، و علي سالم، 2021، صفحة 632)، وعرفت بأنها قدرة الفرد على تحويل الأفكار إلى أفعال، ويشمل الإبداع والابتكار وحساب المخاطر (المماظ، 2022، صفحة 442)

2.3. تعريف زيادة الأعمال الرقمية: هي ظاهرة تنشأ من خلال الأصول التكنولوجية مثل الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Purbasari, Muttaqin, & Silvy Sari, 2021, p. 118)، ويعرفها (Samuel Anim وآخرون، 2020) بأنها السعي وراء فرص الأعمال أو الفرص الاقتصادية بناء على استخدام التقنيات الرقمية (Anim & al, 2020, p. 192)، تعرف المفوضية الأوروبية أيضاً زيادة الأعمال الرقمية على نحو مشابه. تعتبر الأوروبية الريادة الرقمية عملية تحويل الأعمال التجارية وتطوير

الأعمال الجديدة باستخدام التكنولوجيا الرقمية، يتضمن ذلك استخدام التقنيات الاجتماعية والبيانات الضخمة والتطبيقات الجواله والحلول السحابية لتعزيز العمليات التجارية وتحقيق الابتكار في نماذج الأعمال وتعزيز الذكاء التجاري والتفاعل مع العملاء وأصحاب المصلحة. (Zhao & Collier, 2016, p. 2176)

3.3. محددات زيادة الأعمال الرقمية: زيادة الأعمال الرقمية تشمل عدة محددات وعوامل مهمة لنجاحها. فيما يلي بعض المحددات الرئيسية لزيادة الأعمال الرقمية (Sataalkina & Steiner, 2020, p. 13):

- متطلبات الرقمنة: تشمل القدرات الرقمية، والنضج الداخلي للبنية التحتية الرقمية، والطموح الرقمي، واعتماد المحركات الرقمية، والمرافق الرقمية مثل المنصات الرقمية المرنة ووسائل التواصل الاجتماعي ومصادر البيانات الضخمة ومنتجات المعلومات. تلك المتطلبات الأساسية تسهم في تحقيق التحول الرقمي، وتعزز الابتكار وتعطي قدرة تنافسية لزيادة الأعمال الرقمية.

- التحولات الديناميكية في تحول الأعمال: تحول الأعمال الرقمية يتطلب اهتماماً بمجموعة من المحددات. يشمل ذلك دمج الميزات الرقمية في أنشطة التشغيل وتحسين علاقات العملاء. يجب أيضاً تحقيق خلق القيمة من خلال تغيير المصادر واستغلال الفرص الجديدة وتحسين عروض القيمة. ضروري تحقيق آلية إيرادات ملائمة والنظر في المنافسة والقيادة في السوق. تكمن أهمية اكتساب المعرفة والتعلم الاستراتيجي في تطوير قدرات تبادل المعلومات والتعاون. وأخيراً، يجب مراعاة اتجاهات الأعمال الرقمية مثل قابلية الأعمال التجارية الرقمية وتبني الاتجاهات الرقمية وتعزيز الأخلاقيات الرقمية.

- ابتكار نموذج العمل الرقمي: تتضمن ابتكار نموذج العمل الرقمي عدة عناصر مهمة. يجب أن يتم التركيز على التحولات في تكوينات نماذج الأعمال الرقمية، استخدام الأدوات الرقمية المناسبة، إدارة المخاطر المرتبطة بالابتكار الرقمي، وتقييم صحة وفعالية النماذج المبتكرة. يجب أيضاً معالجة أوجه القصور في نماذج الأعمال الرقمية مثل توزيع المهام والمكافآت. تلك العناصر الرئيسية تساهم في تحقيق نجاح ابتكار نموذج العمل الرقمي وتعزيز فرص النمو والتنافسية في العصر الرقمي.

- إمكانيات الأعمال الرقمية: تتميز الأعمال الرقمية بإمكانيات مهمة. تشمل الوساطة بين القدرات الرقمية والإستراتيجية الرقمية والروابط بين الكثافة الرقمية والأداء التنظيمي والتواصل بين الأجهزة التقنية والتسويق. تعزز الأعمال الرقمية دور النشاط التجاري من خلال دعم المزايا التنافسية وتخطي حواجز السوق وتحسين أداء السوق وتوفير التكاليف. كما لها تأثير اجتماعي في المجتمع وعلى المستهلكين. تلك الإمكانيات تعزز الابتكار والنجاح في عصر الأعمال الرقمية.

4. المؤسسة السياحية:

1.4. تعريف:

- عرف Sinclair and Stabler (1997) المؤسسة السياحية بأنها "مجموعة من المنتجات التي تشمل النقل والإقامة والتمويل والموارد الطبيعية والتسليية والمرافق والخدمات الأخرى، مثل المتاجر والمصارف وغيرها من منظمي الرحلات السياحية". (Ferrari & others, 2022, p. 207)

- كما تعرف على أنها: "هي تلك الأماكن المعدة أساساً لاستقبال السياح وتقديم الخدمات المختلفة من مأكولات ومشروبات التي يتم استهلاكها في نفس المكان كالمطاعم وكذلك المنشآت التي تمتلك وسائل النقل المختصة لنقل السائحين أو تلك المعدة لإقامة النزلاء والسائحين مثل الفنادق". (عياشي، 2022، الصفحات 1356-1357)

2.4. أهمية المؤسسات السياحية: ويمكن إبراز أهمية المؤسسات السياحية في النقاط التالية: (مرغاد، قطاف، و اربح، 2017، الصفحات 325-326)

- إن المؤسسات السياحية تعتبر مكملة لبعضها البعض من حيث تعدد جهات الإنتاج في هذا المجال من فنادق ومطاعم و نقل....إلخ.
- إن المؤسسات السياحية صناعة متداخلة، حيث كل عنصر فيها يقدم من قبل منتج مستقل فلا بد من خلق منتج سياحي متكامل ليشبع حاجات السياح.
- تخلق المؤسسات السياحية كفاءات مؤهلة وقادرة على إدارة قطاع حساس الذي يخلق الانطباع الأول والأخير في نفسية الضيف.
- تهيئة المنتج المتعدد الجهات وتطوير السياحة الداخلية عن طريق المحافظة على المقومات الحضارية.

5. تبني مؤسسة اكسبيديا لريادة الأعمال الرقمية:

1.5. التعريف بالمؤسسة: هي شركة سفر إلكترونية عالمية رائدة في المجال السياحي تدير مجموعة من العلامات التجارية والشركات الخاصة بالسفر، ووفقا لريتش بارتون الرئيس التنفيذي الأول للشركة، فإن كلمة "اكسبيديا" مشتقة من كلمتي الاستكشاف والسرعة. (expedia group, 2023, p. 2) ، وهي عبارة عن منصة سفر عالمية عبر الانترنت تتيح للمسافرين من رجال الأعمال والسياح تخطيط تجارب سفرهم وحجزها وتحسينها، توفر الشركة مجموعة من الخدمات التي تقدمها العقارات السكنية وشركات الطيران وشركات تأجير السيارات وخطوط الرحلات البحرية) السيسى 2023 ، حيث تم تأسيسها كأحد أقسام شركة ميكروسوفت في أكتوبر ، 1966 ويقع مقرها الرئيسي في سياتل، واشنطن، تعمل في أكثر من 190 دولة ولديها أكثر من 200 موقع إلكتروني لحجز السفر في محافظتها، بما في ذلك Orbitz ، Hotels.com ، Vrbo ، Travelocity ، وفي ما يلي مجموعة لبعض العلامات التجارية التي تديرها Expedia Group :

الشكل 1: العلامات التجارية التي تديرها Expedia Group

Expedia's Brand Portfolio

- Expedia
- Hotels.com
- trivago
- HomeAway (includes VRBO)
- Egencia
- Orbitz
- CheapTickets
- Travelocity
- Hotwire
- Wotif Group
- Expedia Group Media Solutions
- CarRentals.com
- Classic Vacations
- Expedia Local Expert
- Expedia CruiseShipCenters
- SilverRail Technologies, Inc.

تتمثل مهمة الشركة في جعل السفر أكثر سهولة للجميع باستخدام التكنولوجيا لتوفير تجارب سفر مخصصة وحلول مبتكرة لحجز وإدارة السفر، توفر الأعمال الأساسية لمجموعة Expedia منصة للمسافرين لحجز الرحلات الجوية والفنادق وتأجير السيارات وتجارب السفر الأخرى، وتقدم الشركة أيضا خدمات متعلقة بالسفر مثل تأمين السفر وتأجير السيارات ونقل المطار، بالإضافة إلى علامتها التجارية التي تواجه المستهلك، فإن Expedia Group توفر أيضا حلولاً برمجية للفنادق وشركات الطيران وشركاء صناعة السفر الآخرون.

حيث شهد الربع الأول من عام 2023 طلباً قوياً على السفر مدفوعاً بزيادة السفر الدولي و السفر في المدن الكبرى و إعادة الافتتاح في آسيا، حيث استثمروا في هذا الطلب مما أدى إلى زيادة حجوزات أماكن الإقامة القياسية واستمرار القوة في استخدام التطبيقات وعدد أعضاء الولاء، وأيضاً شهدت **Expedia Group** نمواً قوياً في B2B مدفوعاً بقاعدة شركاء موسعة ونمو من الشركاء الحاليين. (parton, expedia group reports first quarter 2023 results , 2023, p. 1)

حيث صرح بيتر كيرن – نائب رئيس مجلس الإدارة و الرئيس التنفيذي لـ **Expedia Group** - : "مع اكتساب استراتيجياتنا زخماً، رأينا الفرصة لمواصلة شراء أسهمنا بشكل جذاب، أعدنا شراء 600 مليون دولار من الأسهم، و هي واحدة من أعلى مستوياتنا على الإطلاق". (parton, expedia group reports first quarter 2023 results , 2023, p. 1)

2.5. المزيج التسويقي لـ **Expedia Group** : هي شركة عالمية لتكنولوجيا السفر تدير مجموعة من العلامات التجارية والشركات في صناعة السفر عبر الانترنت ويتضمن المزيج التسويقي لشركة **Expedia Group** ما يلي :

- المنتج : حيث تقدم **Expedia Group** مجموعة من منتجات و خدمات السفر، بما في ذلك الرحلات الجوية و حجوزات الفنادق و باقات العطلات و تأجير السيارات و الرحلات البحرية و الأنشطة، كما يقدم العديد من أدوات و موارد السفر عبر الانترنت، مثل أدلة تخطيط الرحلات و التأمين على السفر و تطبيقات الهاتف المحمول، حيث بلغ إجمالي الحجوزات 29.4 مليار دولار، بزيادة قدرها 20 بالمائة مقارنة بعام 2022 حيث كانت 21.1 مليار دولار في مستويات قياسية، وبلغت أعلى إيرادات للربع الأول 2.7 مليار دولار، بزيادة قدرها 18 بالمائة مقارنة بعام 2022. وبلغت عائدات الـ B2B 688 مليون دولار بزيادة قدرها 55 بالمائة مقارنة بعام 2022. (expedia group, 2023، صفحة 1)

- السعر: تستخدم **Expedia Group** إستراتيجية تسعير ديناميكية تقوم بتعديل أسعارها بناءً على طلب السوق و عوامل أخرى و تقدم الشركة العديد من الصفقات و العروض الترويجية لجذب العملاء إضافة إلى برامج الولاء، و نجد أن هذه السياسة الديناميكية التي تستعملها **Expedia Group** قد لاقت نجاحاً باهراً حيث وأنه في الربع الأول من العام الجاري 2023 وصلت قيمة التدفق النقدي الحر إلى 2.924 مليون دولار و هو يعتبر رقم ممتاز لشركة إلكترونية.

- المكان: تعمل **Expedia Group** في المقام الأول كشركة سفر عبر الانترنت حيث توفر منتجاتها وخدماتها للجميع و في كل مكان من خلال منصتهم العالمية و هي مواقعها على الويب و تطبيقات الهاتف المحمول، وهذا انطلاقاً من اعتقادهم الجوهري بأن السفر هو قوة من أجل الخير، فإنهم يساعدون الناس على تجربة العالم بطرق جديدة و بناء علاقات دائمة، حيث يقدمون حلولاً تقنية زائدة في الصناعة لدعم نمو الشركاء و نجاحهم. (expedia group, 2023، صفحة 2)

وتتكون **Expedia Group** من ثلاث ركائز:

• **Expedia Product and technologie**: تركز على منتجات المجموعة و الإستراتيجية الفنية و العروض، ماركات أكسيديا، تضم جميع العلامات التجارية الاستهلاكية لدى الشركة.

• **Expedia for business**: وتتألف من حلول و علاقات بين الشركات في جميع أنحاء العالم حيث تشمل مجموعة العلامات التجارية لـ **Expedia Group** موقع **Hotels.com** و **Partner** و **Vrbo** و **Trivago** و **Orbitz** وغير ذلك العديد من الشركاء.

- الترويج: تستخدم **Expedia Group** قنوات ترويجية مختلفة للوصول إلى جمهورها المستهدف بما في ذلك الإعلان عبر الانترنت و التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، و التسويق عبر البريد الإلكتروني، و التسويق المحتوى، و تتعاون الشركة أيضاً مع أصحاب النفوذ في مجال السفر و المدونين للترويج لمنتجاتها و خدماتها.

- الناس: توظف Expedia Group أكثر من 25000 شخص في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك ممثلي خدمة العملاء متخصصي التسويق والخبراء التكنولوجيا، تقدر التنوع والشمول وتسعى جاهدة لخلق بيئة عمل إيجابية لموظفيها.

- العمليات: تم تصميم عملية الحجز في Expedia Group لتكون سهلة الاستخدام وفعالة، مع توفير تعليمات ومعلومات واضحة طوال العملية، وتقدم الشركة أيضا خدمات دعم العملاء، بما في ذلك الخط الساخن والمحادثات عبر الانترنت على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع 7/7-24/24.

- الدليل المادي: تشمل الأدلة المادية لـ Expedia Group على مواقعها الالكترونية وتطبيقاتها للهواتف المحمولة، بالإضافة إلى مراكز دعم العملاء ومواقع المكاتب حول العالم، وتعاون الشركة أيضا مع العديد من العلامات التجارية ومقدمي خدمات السفر والتي تعمل كشكل من أشكال الأدلة المادية لمنتجاتها.

كما يتيح موقع Expedia Group للزبائن الكثير من المعلومات في الموقع الالكتروني الخاص بالشركة أو عن طريق مواقع الشركاء و ذلك بطرح العديد من الأسئلة التي من الممكن أن تتبادر إلى ذهن الزبون بالإضافة إلى وضع الجواب و الحل لنفس السؤال و نذكر منها: (expedia group, 2023)

• كيف تستفيد من أرخص العروض؟ حيث يجب أن تكون عضو دائم لـ Expedia Group حتى تتمتع بميزة الخصم وقسائم سبا، وتضمن لك أسعارا تفضيلية في آلاف أماكن الإقامة، بالإضافة إلى ذلك، فإنك تستفيد في كل مرة من النقاط وتحصل على مزايا للرحلات المستقبلية والمزيد من الخصائص وطبعا هذا ليس كل شيء .

• كيف يمكنني توفير المال على حجوزاتي؟ وذلك يتم بفضل عوامل تصفية البحث سهلة الاستخدام التي تسهل للزبون الاختيار وتساعد في العثور على صفقة فندقية بسعر منافس، كما يمكن لـ Expedia Group أن تقترح على الزبون أن يختار غرفة أصغر، التفكير في الذهاب إلى وجهة أخرى أو الذهاب إلى الوجهة التي يحلم بها الزبون في غير موسمها عندما تكون الأسعار أقل.

• كيف أجد عروض الفنادق في اللحظات الأخيرة؟ وهذا يتم عن طريق الدخول إلى الموقع الرسمي لـ Expedia Group وإدخال التواريخ والوجهة في أداة البحث، وفي خلال لحظات سيعرض لك جميع الإمكانيات المتاحة لقضاء عطلاتك العفوية.

ولذلك نرى بأن Expedia Group تعتبر الرائدة في هذا المجال دون سواها نظرا لما تتمتع به من جودة في المنتجات والخدمات وسهولة في التعامل مع كافة الزبائن بمختلف شرائحهم، إضافة إلى خبرة الطاقم العامل فيها من مؤسسين وشركاء و اكتسابهم للصفة القيادية التي تتميز بالتفكير المتجدد والمستدام، علاوة على ذلك فإن Expedia Group تمتلك خبراء في التسويق السياحي وهذا متجسد في كيفية تطبيق السياسات التسويقية (التسعيرية، التوزيعية و الترويجية) المناسبة في الوقت المناسب، وهذا له دور كبير في تحقيق النجاح الباهر الذي وصلت إليه الشركة والمعلومات والبيانات والأرقام خير دليل على ذلك.

3.5. التقنيات الرقمية المستخدمة في اكسبيديا: اكسبيديا تعتمد على مجموعة متنوعة من التقنيات في عملياتها. تشمل هذه التقنيات:

- المنصات الرقمية: يعتمد اكسبيديا على منصة إلكترونية متطورة تتيح للمستخدمين البحث والحجز للفنادق والرحلات الجوية وحجوزات السفر بشكل عام.

- تقنيات الذكاء الاصطناعي: يتم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في اكسبيديا لتحليل البيانات وتوفير توصيات مخصصة للمستخدمين وتحسين تجربة البحث والحجز.

- تكنولوجيا البيانات الضخمة: تعمل اكسبيديا على تجميع وتحليل كميات كبيرة من البيانات المتعلقة بالحجوزات والاستفسارات والتفضيلات الشخصية للمستخدمين، وتستخدم هذه البيانات لتحسين الخدمات وتقديم تجارب مخصصة للمستخدمين.

- تقنيات التسويق الرقمي: يستخدم اكسبيديا استراتيجيات التسويق الرقمي مثل الإعلانات المستهدفة والتسويق عبر البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للعروض والخدمات السياحية.

- تطبيقات الهاتف المحمول: يوفر اكسبيديا تطبيقات محمولة للهواتف الذكية تمكن المستخدمين من البحث والحجز وإدارة رحلاتهم بسهولة من أي مكان وفي أي وقت.

- تقنيات الدفع الإلكتروني: تدعم اكسبيديا مجموعة واسعة من وسائل الدفع الإلكتروني، مما يتيح للمستخدمين إجراء عمليات الحجز والدفع بسهولة وأمان.

- تعاونت Expedia Group Media Solutions مع HTA لتطوير حملة تسويقية رقمية فريدة من نوعها استفادت من برامج التعرف على الوجه المخصصة ولقطات الطائرات بدون طيار للتواصل مع المسافرين، وخاصة جيل الألفية .

- أجرت حملة مع Brand USA ، والتي ساعدت في إحياء مدن الولايات المتحدة من خلال تجارب صوتية ثلاثية الأبعاد، من خلال توصيل سماعات الرأس بأجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم واختيار مقطع صوتي يتعلق بوجهة أمريكية، أثناء تشغيل المقطع، تحللت الرسوم المتحركة على الشاشة في صورة وجهة نظر الشخص الأول، مما سمح لهم بتصوير أنفسهم في التجربة التي كانوا يسمعونها (Armando, 2019) .

6. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الورقة البحثية التركيز على كل من ريادة الأعمال ومختلف التقنيات الرقمية، التي كان لها دور فعال في رقمنة المؤسسة السياحية والمساهمة في تطويرها، يمكن القول إن ريادة الأعمال الرقمية تعزز تطوير المؤسسات السياحية من خلال توظيف التكنولوجيا والابتكار في عملياتها، تتيح لها الاستفادة من المنصات الرقمية وتقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات وتطبيقات الهواتف المحمولة لتحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم، بالإضافة إلى ذلك، تمكنها من التكيف مع التحولات السريعة في صناعة السفر والسياحة وتحقيق تنافسية أكبر. لذا، يجب على المؤسسات السياحية الاستثمار في ريادة الأعمال الرقمية وتطوير قدراتها الرقمية للنجاح والنمو في هذا العصر التكنولوجي المتقدم، وقد قمنا بتطبيق جميع المفاهيم على اكسبيديا السياحية باعتبارها نموذجاً، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ تساهم ريادة الأعمال الرقمية بشكل فعال في تطوير المؤسسات السياحية؛
- ✓ تعتمد المؤسسات السياحية على التقنيات الرقمية الحديثة لتحسين خدماتها ومواكبة العصر الرقمي؛
- ✓ باستخدام التكنولوجيا الرقمية، يمكن للمؤسسات السياحية الابتكار والتكيف مع المتغيرات السريعة في سوق السفر والسياحة؛
- ✓ تساهم التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات وتطبيقات الهواتف المحمولة في تحقيق تنافسية أكبر وتحسين الأداء التنظيمي؛
- ✓ بفضل ريادة الأعمال الرقمية، تم تغيير وتحسين طرق التواصل والتسويق وعمليات الحجز والدفع في المؤسسات السياحية. بالإضافة إلى ذلك، أصبحت هذه المؤسسات قادرة على استخدام تحليلات البيانات والتفاعل مع العملاء بشكل أفضل، مما يساعد في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم.

1. اثر استخدام تكنولوجيا سلسلة الكتل الرقمية(البلوك شين (على مسؤولية مراجع الحسابات
2. إكسبيديا كنموذج لشركات السفر الالكترونية10 researchgate
3. توظيف التكنولوجيا الرقمية في تصميم مواقع البيئة الافتراضية في المحميات الطبيعيةالمجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي 12
4. الذكاء الاصطناعي كتوجه حتمي في حماية الأمن السيرالبيدراسات في حقوق الانسان 37-6125
5. سناء مرغاد، فيروز قطاف، و خوني اريج. (2017). دور المؤسسات السياحية في الترويج للمنتج السياحي في الجزائر دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة. مجلة العلوم الإنسانية (48).
6. الطائرات دون طيار:التقنية والاثر العسكري والاستراتيجي2019 Al Jazeera Centre for Studies
7. عامر خربوطلي. (2018). زيادة الأعمال وادارة المشروعات الغير والمتوسطة. الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية.
8. عبد الله عياشي. (2022). دور المؤسسات السياحية في الترويج للمنتج السياحي في المناطق الصحراوية دراسة لعينة من المؤسسات السياحية بولاية الوادي(ديوان، فندق، وكالة). مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة ، 5 (1).
9. محمد السيد فرج الماظ. (2022). متطلبات تحقيق تعليم زيادة الاعمال بالجامعات المصرية-دراسة تحليلية لآراء بعض ذوي الخبرة-. جامعة بني سويف مجلة كلية التربية (أفريل).
10. محمد عزت سعد محمود، نرمين كامل محمد الجداوي، و مها علة شوقي علي سالم. (2021). اقتصاد المعرفة يدعم مفهوم زيادة الاعمال. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية ، 6 (25).
11. expedia group reports2023 first quarter 2023 results bostenhttps://www.expediagroup.com/investors/financial-information/quarterly-results/default.aspx.
12. 2023expedia group reports first quarter 2023 results bostenhttps://www.expediagroup.com/investors/financial-information/quarterly-results/default.aspx
13. Building dynamic Capabilities for digital transformation: an ongoing process of strategic renewal2019Long Range Planning 5201326-349
14. Digital Entrepreneurship and its Role in Innovation Systems: A Systematic Literature Review as a Basis for Future Research Avenues for SustainableTransitions2020Sustainability
15. Digital Entrepreneurship in Business Enterprises: A Systematic Review2020Springer Nature Switzerland 192–203
16. Digital Entrepreneurship in Pandemic Covid 19 Era: The Digital Entrepreneurial Ecosystem Framework2021Review of Integrative Business and Economics Research 10
17. DIGITAL ENTREPRENEURSHIP: RESEARCH AND PRACTICE20169th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business
18. dijital technologies in supply chain management in production2020E3S Web of Conferences 159, 03006 (2020)
19. expedia group2023expedia group reports first quarter 2023 results washingtonexpedia group
20. Ferrari, G., & others, a. (2022). The statistical information for tourism economics. The National Accounts perspective, National Accounting Review , 4 (1).
21. How chief digital officers promote the digital transformation of their companies2017MIS Quarterly Executives 16011-12
22. Internet des Objets (IdO) : Concepts, Enjeux, Défis et Perspectives 2018Université Paris
23. ROBOTIQUEISTIA, Université Angers
24. Technology: The Key to Improving Travelling Experience
25. The Benefits of Virtual Reality in Education- A Comparison Study-Bachelor of Science Thesis in Software Engineering and Managementالسويد

الابتكار الرقمي وريادة الأعمال الرقمية في ظل اقتصاد المعرفة

Digital innovation and digital entrepreneurship in the knowledge economy

قرميظ أمال¹، لعوج زواوي²

¹ جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس (الجزائر)

² جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس (الجزائر)

ملخص: هدفت الدراسة إلى تحديد دور الابتكار الرقمي في تعزيز نشاط ريادة الأعمال الرقمية في ضوء التحديات الاقتصادية الجديدة والناشئة والتحول إلى اقتصاد المعرفة في دول العالم عامة ودول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا خاصة (MENA)، من خلال دراسة تحليلية لتطور مؤشرات الابتكار العالمي GII وريادة الأعمال العالمي GEI لدول MENA مقارنة بتطور مؤشرات الرقمنة، بالاعتماد على المنهجين الكمي والنوعي في قراءة وتحليل معطيات الدراسة وتم التوصل إلى أنه بالرغم من اعتماد دول MENA التكنولوجيا الرقمية والتقنيات الحديثة وتطور تمركز الدول في مؤشر الابتكار العالمي GII غير أن أنشطة ريادة الأعمال الرقمية لا تزال دون المستوى حسب مؤشر ريادة الأعمال GEI، خاصة بالنسبة لدول شمال إفريقيا وهذا ما يدل على نقص فعالية الأنشطة الابتكارية، مما يستدعي ضرورة العمل أكثر على ترقية وتحديث وتطوير ركائز الابتكار ودعم التحول الرقمي والمشاريع الرقمية لتنمية اقتصاد المعرفة.

الكلمات المفتاحية: الابتكار الرقمي- ريادة الأعمال الرقمية – اقتصاد المعرفة - مؤشر الابتكار- مؤشر ريادة الأعمال

Abstract: The study aimed to determine the role of digital innovation in promoting the activity of digital entrepreneurship in the light of new and emerging economic challenges and the transition to a knowledge economy in the countries of the world in general and the countries of the Middle East and North Africa in particular (MENA), through an analytical study of the development of innovation indicators. Global GII and global entrepreneurship GEI for MENA countries compared to the development of digitization indicators, relying on the quantitative and qualitative approaches in reading and analyzing the study data. However, digital entrepreneurship activities are still below the level according to the GEI Entrepreneurship Index, especially for North African countries. Knowledge economy.

Keywords: digital innovation - digital entrepreneurship - knowledge economy - innovation index - entrepreneurship index

تتميز المرحلة الحالية من التطور الاقتصادي والاجتماعي العالمي بتأثر كبير بالرقمنة كاتجاه جديد في الاقتصاد المعرفي الذي حل محل المعلوماتية والحوسبة، يتميز بالتمثيل الرقمي للمعلومات على نطاق الحياة الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسات الفردية والحكومات، ويؤدي إلى زيادة كفاءة الاقتصاد وتحسين نوعية الحياة، يحمل التحول الرقمي إمكانية دعم الاقتصاد المعرفي، نتيجة تحليل المعلومات التي تم الحصول عليها من خلال التقنيات الحسابية للكشف عن الاتجاهات والأنماط وتحويلها إلى معلومات ديناميكية قابلة للتنفيذ حول السلوك البشري والبيئة والتجارب مثل هذه البيانات لديها القدرة على صانعي السياسات لإنشاء البرامج والسياسات المناسبة ورصد التقدم والتحسين الديناميكي، يدعم التحول الرقمي جهود الحكومات المحلية لبناء مجتمعات مستدامة وقادرة على الصمود من خلال جمع البيانات الشاملة.

من جهة أخرى في الاقتصاد القائم على المعرفة اليوم، من أجل تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، من الضروري الابتكار باستمرار فقد غيرت الرقمنة اقتصاد كل مجتمع في الوقت الحاضر، وارتبطت بطرق جديد وتجريد المعرفة والتقنيات والمعلومات ورأس المال المالي والأسواق من الجنسية، لذلك تساهم التقنيات الرقمية في تحول أجزاء كبيرة من الاقتصاد، كما شهدت طبيعة الابتكار نفسه تحولاً رقمياً، بتقليل أهمية ابتكارات المنتجات الكلاسيكية لصالح نماذج الأعمال الجديدة التي تم تمكينها بواسطة منصات التكنولوجيا الرقمية إلى جانب تحويل نماذج الأعمال إلى نماذج رقمية، وبالتالي يؤدي الابتكار الرقمي إلى تغيير ثقافة ريادة الأعمال حيث يمكن للمشاريع الرقمية أن تنمو بمعدل وحجم كبير، في سياق ريادة الأعمال والابتكار، يمكن فهم التقنيات الرقمية على أنها عوامل تمكين خارجية تحفز وتعزز العمليات ونتائجها، يمكن أن تأخذ أدواراً مختلفة وتظهر في أشكال مختلفة مثل المنتجات، أو منصات المنتجات أو الخدمات، أدوات أو أنظمة البنية التحتية (Aldrich، 2014)، والتطبيقات الرقمية أو المكونات أو محتوى الوسائط ومنه يتضح التأثير الشامل للتقنيات الرقمية على الأفراد والمؤسسات كمشاركين أو مراقبين للتحول الرقمي، لذلك يمكننا صياغة الإشكالية البحثية التالية:

ما هو دور الابتكار الرقمي في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية في ظل اقتصاد المعرفة؟

تفترض هذه الدراسة أن الابتكار الرقمي يؤثر على نشاط ريادة الأعمال مما يساهم في دفع اقتصاديات الدول نحو اقتصاد المعرفة. تهدف هذه الدراسة إلى توسيع حدود المعرفة حول ريادة الأعمال الرقمية من خلال تقييم تطور ريادة الأعمال الرقمية والابتكار، كما تساهم هذه الورقة في الأدبيات المتزايدة المتعلقة بدور الابتكار الرقمي وريادة الأعمال في تعزيز اقتصاد المعرفة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يسمح بتوصيف المعطيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة أي المفاهيم الخاصة بكل من الابتكار الرقمي وريادة الأعمال الرقمية بالإضافة إلى المنهج الكمي والنوعي في قراءة وتحليل معطيات الدراسة.

2. الخلفية النظرية:

1.1.2. التحول الرقمي و اقتصاد المعرفة:

تتميز المرحلة الحالية من التطور الاقتصادي والاجتماعي العالمي بتأثر كبير بالرقمنة كاتجاه جديد في التنمية العالمية والذي حل محل المعلوماتية والحوسبة، يتميز ببناء التمثيل الرقمي للمعلومات في نطاق الحياة الاقتصادية والاجتماعية سواء على المستوى الفردي للمؤسسات أو العالم بأسره، فيؤدي إلى زيادة كفاءة الاقتصاد وتحسين نوعية الحياة وبالتالي فإن التحول الرقمي لديه القدرة على رفع مستويات الدخل العالمي وتحسين نوعية الحياة للسكان في جميع أنحاء العالم.

تم وصف التقنيات الرقمية على أنها مزيج من تقنيات المعلومات والاتصالات والحوسبة والاتصالات التي تتحول إلى أشكال أخرى من المنتج أو الخدمة ونموذج الأعمال و الأشكال التنظيمية لهذا السبب ترتبط التقنيات الرقمية ارتباطاً وثيقاً

بالابتكار، مما يساهم في تطوير المنافسة وتطوير بيئة تنافسية داخل الشركة وخارجها ويتم التركيز على حقيقة أن الاكتشافات التكنولوجية لها تأثير كبير على التحول الرقمي للمؤسسة (Andriushchenko, et al., 2020). يتم هذا التحول نتيجة تطبيق موجة جديدة من الابتكارات التكنولوجية والرقمية واعتماد الحلول التكنولوجية لتطوير عمليات ومنتجات وخدمات وممارسات جديدة تؤدي إلى زيادة القدرة الإبتكارية للشركات، (Gil-Gomez, Guerola-Navarro, Ultra-Badenes, & Lozano-Ouilis, 2020) كاستخدام البيانات الضخمة وانترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي، مما يعزز المساهمة في الاقتصاد المعرفي المبني على المعرفة والابتكار، حيث يستند اقتصاد المعرفة على الابتكار والرقمنة كركيزتين أساسيتين لإنتاج سلع وخدمات ذات عائد وقيمة مضافة مرتفعة.

فاقتصاد المعرفة هو الاقتصاد المبني على المعرفة الذي تفوق فيه أعداد العمالة في القطاعات المنتجة للمعرفة أعداد العمالة في باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى حيث يتضمن خمس قطاعات مهمة تشمل التعليم، البحث والتطوير، الاتصالات وتقنية المعلومات وخدمات المعلومات كما يمكن تعريفه على أنه الاقتصاد الذي تلعب فيه القطاعات المنتجة والمستخدمة للمعلومات الدور الأساسي في النمو الاقتصادي مقابل القطاعات التقليدية التي تعتمد أساسا على استخدام المواد الخام والطاقة في إنتاجها. (عباس علي الطائي وسلام كشكول، 2022)

بالتالي تزداد أهمية بعض القطاعات الاقتصادية الناشئة مثل الاتصالات وتقنية المعلومات والابتكار والبحث العلمي والتطوير لاسيما في المجالات التي استفادت بشكل كبير من الثورات العلمية المختلفة مثل الثورة الرقمية، وثورة الاتصالات ببناء عليه، وبخلاف الاقتصاد التقليدي الذي تمثل فيه عناصر الإنتاج التقليدية العمل، رأس المال، الأرض، التنظيم الأساس لصنع السلع والخدمات، تعتبر الموارد البشرية المؤهلة والتراكم المعرفي أكثر الأصول الإنتاجية قيمة في إطار اقتصاد المعرفة. تعرف منظمه التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي OCDE الاقتصاديات القائمة على المعرفة مثل تلك التي تعتمد بشكل مباشر على إنتاج وتوزيع استخدام المعرفة والمعلومات (جفلاط وبن عيسى، 2021)

يعد النموذج الذي قدمه (Chen & Dahlman, 2005) في مجموعة معهد البنك الدولي الأكثر شمولاً حيث يتم فيه تحديد أربع ركائز لاقتصاد المعرفة أولها نظام مؤسسي وحوافز اقتصادية تعزز استخدام المعارف الموجودة والجديدة وازدهار إدارة الأعمال، ثانياً أشخاص متعلمون مؤهلون لديهم القدرة على الإبداع، ثالثاً قاعدة ديناميكية للاتصالات وأخيراً نظام ابتكار وطني فعال يعزز ريادة الأعمال والمؤسسات الناشئة الرقمية.

2.2. ريادة الأعمال الرقمية:

تعتبر ريادة الأعمال الرقمية فرع من ريادة الأعمال يتم فيها رقمنة بعض أو كل ما يمكن أن يكون مادياً في مؤسسة تقليدية (Hull, Hung, Hair, Perotti, & De Martio, 2007)، أي هي التوفيق بين ريادة الأعمال التقليدية والطريقة الجديدة لإنشاء الأعمال وممارستها في العصر الرقمي (Le Dinh, Vu, & Ayayi, 2018)، ولذلك يمكن تعريف ريادة الأعمال الرقمية على أنها ريادة الأعمال التي يتم فيها تنفيذ بعض أو كل المشاريع الريادية رقمياً بدلاً من العمليات التقليدية (Hair, Wetsch, Hull, Perott, & Hung, 2012) وهي متابعة فرص المشاريع الجديدة التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة وتقنيات الإنترنت (Davidson & Vaast, 2010)، وإنشاء مشروع لإنتاج وتوليد الإيرادات من السلع الرقمية عبر الشبكات الإلكترونية (Guthrie, 2014)، يعرفها (Richter, Kraus, Brem, Durst, & Giselsbrecht, 2017) على أنها رقمنة تشغيل المنافذ، وتحقيق الدخل من الفرص التجارية، فضلاً عن كونها مبتكرة وجذرية وتحمل المخاطرة.

تشمل زيادة الأعمال الرقمية كل من يشارك في أي نوع من المشاريع سواء كانت تجارية أو اجتماعية أو حكومية أو شركة تستخدم التقنيات الرقمية، بعبارة أخرى ، جميع من يؤدي أنشطة تحتاج إلى مشاركة رقمية كما يمكن أن تكون رقمية في حد ذاتها (Sussan & Acs, 2017)

عرفت المفوضية الأوروبية زيادة الأعمال الرقمية على أنها جميع المشاريع الجديدة والأعمال القائمة التي تضيف القيمة الاقتصادية والاجتماعية من خلال إنشاء واستخدام تقنيات رقمية جديدة، تتميز المؤسسات الرقمية بكثافة عالية في استخدام التقنيات الرقمية الجديدة مثل انترنت الاشياء والبيانات الضخمة والحلول السحابية لتحسين العمليات التجارية وابتكار نماذج أعمال جديدة وصقل ذكاء الأعمال والتفاعل مع العملاء وأصحاب المصلحة، إنهم يخلقون الوظائف وفرص النمو في المستقبل. (Zhao & Collier, 2016)، لذلك تختلف زيادة الأعمال الرقمية كمفهوم ناشئ عن التقليدية من خلال خمسة "ركائز" في نموذجها المفاهيمي لزيادة الأعمال الرقمية، كل منها ذو صلة بتحليل زيادة الأعمال الرقمية كالابتكار وزيادة الأعمال والأنظمة البيئية الرقمية، وهذه الركائز هي:

- قاعدة المعرفة الرقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- بيئة الأعمال الرقمية؛ الحصول على التمويل؛
- المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية؛ الثقافة الريادية.

3.2. الابتكار الرقمي وزيادة الأعمال الرقمية:

بإتباع أطروحة شومبيتر (1950,1911) فإن نشاط زيادة الأعمال يعني ضمنا الابتكار في إدخال منتج أو أنظمة، أو عملية جديدة، مما يؤدي إلى إنشاء عملية تدمير تجعل المبتكر يخلق صناعات جديدة تتسبب في تغييرات هيكلية ذات صلة بالاقتصاد. (Galindo & Méndez-Picazo, 2013)، يشير دركر إلى أن الابتكار يقع في صميم نشاط زيادة الأعمال وأن العديد من رواد الأعمال ينفذون نشاطهم بسبب الابتكار، حيث يعزز الابتكار نشاطهم، مما يخلق تأثيرا على شكل تغذية مرتدة، أي أن زيادة الأعمال تبتكر والابتكارات تحفز رواد الأعمال الآخرين على تنفيذ نشاطهم. (Galindo & Méndez-Picazo, 2013) يعرف الابتكار الرقمي على أنه مجموع العمليات التي تركز فيها الشركة مواردها وقدراتها على الجانب التقني للمنتج أو الخدمة أو العملية التي تعمل كمصدر للابتكار من أجل زيادة قدرتها التنافسية في السوق، يعد ابتكار الأعمال من الحجم الأوسع الذي يؤثر على المنظمة بأكملها، وهو ما يعرف أيضا باسم ابتكار نموذج الأعمال (Vatananan-Thesenvitz, Schaller, & Shannon, 2019)

يؤثر الابتكار الرقمي على نموذج الأعمال، مما يدفع رواد الأعمال إلى تطوير استراتيجيات قادرة على تلبية الحالات الطارئة لسوق عالمي ومتحضر بشكل متزايد (Ghezzi & Cavallo, 2020) ، حيث يسمح الابتكار الرقمي المعتمد بتحسين العمليات والتوجه نحو نماذج أعمال مبتكرة ومستدامة لتحقيق أداء أفضل، تتميز نماذج الأعمال هذه بمنصات "مفتوحة" ، موجهة نحو التبادل الحر وتخصيص المعرفة، من خلال استغلال إمكانات الشركة واعتماد استراتيجيات مبتكرة ، وعليه يشير مصطلح زيادة الأعمال الرقمية و الابتكار الرقمي إلى تقاطع التقنيات الرقمية مع العمليات والنتائج التقليدية لزيادة الأعمال والابتكار، يغذي كلا المجالين التغييرات التحويلية المحتملة التي تحدتها التقنيات الرقمية، يجادل الباحثون بأن التقنيات الرقمية تلغي الحدود التقليدية وتحوّل وكالة زيادة الأعمال وعمليات الابتكار و النتائج (Nambisan, Lyytinen, Majchrzak, & Song, 2017) ، (Nambisan, Wright, & Feldman, The digital transformation of innovation and entrepreneurship: progress, challenge and key themes, 2019)

3. طرق البحث:

1.3. المتغيرات: من اجل تحديد دور الابتكار الرقمي في زيادة الأعمال اعتمدت الدراسة على دراسة تحليلية لمؤشرات الابتكار العالمي وريادة الأعمال والرقمنة كما يلي:

1.1.3. مؤشر الابتكار العالمي GII: نظرا للأهمية الكبرى التي توليها دول العالم للابتكار باعتباره المحرك الرئيسي للتنمية الاقتصادية، يصدر سنويا مؤشر الابتكار العالمي GII، تشارك في إصداره كلية إدارة الأعمال العالمية INSEAD بسويسرا وجامعة كورنل الأمريكية Cornell University والمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) The world intellectual and property organization هي وكالة تابعة للأمم المتحدة.

يعتبر مؤشر الابتكار العالمي من أهم المؤشرات التي تقيم أوضاع الدول والإقتصادات المختلفة حول العالم من حيث الابتكار، حيث يبين أثر السياسات الموجهة نحو الابتكار على النمو الاقتصادي والتنمية، فجميع الدول سواء كانت دولاً متقدمة أو نامية تبحث عن النمو القائم على الابتكار من أجل تحقيق أهدافها للتنمية المستدامة، فهناك دول نجحت في خططها الرامية إلى الانتقال من اقتصاد معتمد على الموارد الأولية إلى اقتصاد قائم على الكفاءة التشغيلية ثم إلى اقتصاد قائم على الابتكار خاصة وأن هذا المؤشر قد تجاوز المعايير التقليدية واعتمد معايير حديثة كمستوى البحث والتطوير، و توسع ليشمل جميع دول العالم حيث شمل 132 دولة سنة 2022 (Dutta, Lanvine, León, & Wunsch-Vincent, 2022).

يتضمن مؤشر الابتكار مؤشرين فرعيين: مدخلات الابتكار ومخرجاته، تخضع فيهما العوامل الابتكارية لتقييم مستمر ترتكز المدخلات على خمس ركائز أساسية، تبين عناصر الاقتصاد التي توفر الأنشطة الابتكارية وهي: المؤسسات؛ رأس المال البشري و البحوث؛ البنية التحتية؛ تطور السوق؛ تطور العمال، بينما مخرجات الابتكار ترتكز على عنصرين، وهما: المخرجات المعرفية والتكنولوجية؛ المخرجات الإبداعية، كما هو موضح في الجدول 01 (Dutta, Lanvine, León, & Wunsch-Vincent, 2022)

الجدول 01: مدخلات ومخرجات الابتكار في المؤشر العالمي للابتكار GII

مؤشر الابتكار العالمي	ركائز المؤشرات الفرعية
مدخلات الابتكار	المؤسسات - البيئة السياسية - البيئة التنظيمية - بيئة الأعمال
	رأس المال البشري والبحث - التعليم - التعليم العالي - البحث التطوير
	البنية التحتية - تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - البنية التحتية العامة - الاستدامة البيئية
	تطور السوق - الائتمان - الاستثمار - التجارة، المنافسة وحجم السوق
	تطور بيئة العمل - العاملون في مجال المعرفة - روابط الابتكار - استيعاب المعرفة
	مخرجات الابتكار
المخرجات الإبداعية - أصول غير ملموسة - الخدمات والسلع الإبداعية - الإبداع عبر الإنترنت	

المصدر: (Dutta, Lanvine, León, & Wunsch-Vincent, 2022)

2.1.3. مؤشر ريادة الأعمال العالمي GEI: هو مؤشر سنوي ينشره المعهد العالمي لريادة الأعمال والتنمية (GEDI)، يقيس صحة النظام البيئي لريادة الأعمال في الإقتصادات حول العالم سنويا منذ عام 2009، وفقا للتقارير السنوية، يحتوي هيكل هذا المؤشر على عوامل بيئية وفردية تؤثر على قطاع الأعمال، يتضمن هذا المؤشر أربع عشر (14) ركيزة والتي تشكل ثلاث مؤشرات فرعية وهي الاتجاهات والقدرات والتطلعات، يجب أن يتضمن مؤشر ريادة الأعمال كلامن المتغيرات على المستوى الفردي والمؤسسي والبيئي. (Cătălin, Sorin-George, & Răzvan, 2017)

مؤشر ريادة الأعمال العالمي (GEI) هو أحد المؤشرات التي تم إنشاؤها لتقييم حالة أنشطة ريادة الأعمال وفقا للنماذج المطبقة لتقييم أنشطة ريادة الأعمال، تنقسم العوامل التي تؤثر على أنشطة ريادة الأعمال في مختلف البلدان إلى بعدين: العوامل البيئية والعوامل الفردية، ومن ثم، فإن الأساليب التي تم استخدامها لإنشاء مؤشر ريادة الأعمال العالمي تحتوي على كلا البعدين حيث يعرف المؤشر ريادة الأعمال على أنها "التفاعل الديناميكي المدمج مؤسسيا بين المواقف الريادية والقدرات الريادية وتطلعات ريادة الأعمال من قبل الأفراد، مما يدفع تخصيص الموارد من خلال إنشاء وتشغيل مشاريع جديدة." (Ács, László, Lafuente, & Gábor, 2019)

ولذلك يتألف مؤشر ريادة الأعمال من ثلاث كتل أو مؤشرات فرعية: مواقف ريادة الأعمال، قدرات ريادة الأعمال، وتطلعات ريادة الأعمال، تستند هذه المؤشرات الفرعية الثلاثة إلى 14 ركيزة، يحتوي كل منها على متغير فردي ومؤسسي يتوافق مع جوانب ريادة الأعمال على المستويين الجزئي والكلبي، هذه الركائز هي محاولة لالتقاط البيئة المفتوحة لريادة الأعمال، يمكن أن يوفر تحليلها رؤية متعمقة لنقاط القوة والضعف لتلك الدرجة في المؤشر كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل 1 : الركائز الأربع عشر لمؤشر ريادة الأعمال العالمي GEI



المصدر: (Ács, László, Lafuente, & Gábor, 2019)

3.1.3. مؤشرات الرقمنة: يقوم مؤشر الرقمنة Digitalisation index بتقييم العوامل وسلوك الوكلاء والمؤسسات التي تمكن الدولة من الاستفادة الكاملة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) وزيادة اعتماد الخدمات الرقمية القدرة التنافسية والرفاهية، يعتبر مؤشر مركب يلخص المؤشرات ذات الصلة بالأداء الرقمي لـ 100 دولة، يتمحور نظام مؤشر الرقمنة حول ستة أبعاد: البنية التحتية، تبي الأسر، تبني المؤسسات، التكاليف، التنظيم، والمحتويات، ينقسم كل بعد بدوره إلى عدد من المؤشرات الفردية، بحيث يصل مجموعها إلى 21 مؤشرا (Cámara & Tuesta, 2017).

باعتبار أن الابتكار له الدور الحاسم عندما تتطلع البلدان إلى تحسين تنميتها الرقمية يصدر مؤشر التنمية الرقمية Digital Evolution Index وهو تقييم قائم على بيانات التنمية الرقمية عبر 60 دولة في أربعة محركات رئيسية: ظروف العرض شروط الطلب، البيئة المؤسسية، والابتكار والتغيير، يتم تطبيق 170 مؤشرا عبر هذه المحركات لإنشاء إطار عمل قوي لفهم التطور الرقمي، مما يوفر لكل دولة درجة، التنمية الرقمية (Chakravorti & Chaturvedi, 2017)، لذلك أصبحت التدفقات

الرقمية مسؤولة الآن، على نمو إجمالي الناتج المحلي عالميا أكثر من التجارة في السلع التقليدية، فالرقمنة تقود العولمة الآن وأصبح تحقيق ميزة تنافسية في الساحة الرقمية العالمية أولوية رئيسية للحكومات والشركات والمواطنين الذين يسعون جاهدين للاندماج في هذا السوق العالمي وما له من تأثير على أبعاد التنمية المستدامة وأهدافها. (IMD, 2021)

2.3. مجال الدراسة: شملت الدراسة 10 دول من منطقة مينا، تم اختيار هذه الدول نظرا لعدة اعتبارات هي تصنيف دول مينا حسب تعريف البنك الدولي ومؤشر الابتكار العالمي، التنوع في مستوى الدخل ليشمل جميع المستويات وتأثيره على مؤشر الابتكار حيث تقع مصر وتونس في فئة البلدان ذات الدخل المتوسط الأدنى (LMI) بينما قبرص في بلدان الدخل المتوسط الأعلى (UMI) حسب تصنيف البنك الدولي، التركيز على دول المراتب الأولى في ترتيب مؤشر الابتكار أفضل ثلاثة في الشرق الأوسط، هي قبرص، الإمارات العربية المتحدة وتركيا، وشمال إفريقيا الأربعة الأوائل في المنطقة تونس، مغرب، مصر، الجزائر، الجدولين 2 و 3 يمثلان تطور مؤشري الابتكار العالمي وريادة الأعمال لدول الدراسة للفترة (2014-2021)

الجدول 2: تطور مؤشر الابتكار العالمي للفترة 2014 – 2022

ترتيب مؤشر الابتكار العالمي GII								الدولة
2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	
27	28	29	28	29	30	31	34	قبرص
31	33	34	36	38	35	41	47	الإمارات العربية المتحدة
37	41	51	49	50	43	42	58	تركيا
53	60	67	61	65	75	78	106	ايران
51	66	66	68	61	55	47	43	السعودية
52	68	70	65	51	49	50	50	قطر
73	71	70	70	66	74	77	76	تونس
67	77	75	74	76	72	72	78	المغرب
89	94	96	95	95	106	107	100	مصر
115	120	121	113	108	108	113	126	الجزائر

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (Dutta, Lanvine, León, & Wunsch-Vincent, Global Innovation Index 2022 What is future of innovation-driven growth?, 2022)

الجدول 3: ترتيب دول الدراسة حسب مؤشر ريادة الأعمال العالمي للفترة 2015 – 2019

2019		2018		2017		2016		2015		الدولة
الترتيب	العلامة	الترتيب	العلامة	الترتيب	العلامة	الترتيب	العلامة	الترتيب	العلامة	
25	54.2	26	53.5	19	58.8	19	61.9	20	61.6	الإمارات العربية المتحدة
28	51.6	22	55.0	21	58.0	24	56.7	24	56.2	قطر
35	45.6	32	48.0	43	38.5	49	41.0	46	42.50	قبرص
42	42.1	45	40.2	30	47.2	36	47.8	31	49.6	السعودية
44	39.8	37	44.5	36	43.7	28	52.7	25	54.6	تركيا
53	34.0	40	42.4	42	40.0	62	34.4	63	35.5	تونس
64	29.4	72	26.8	85	22.1	80	28.8	94	27.7	ايران
68	28.3	76	25.7	81	22.7	89	27.3	91	28.1	مصر
81	24.6	65	29.2	70	25.7	78	29.50	82	29.4	المغرب
88	22.4	80	24.4	73	24.7	75	30.5	79	30.2	الجزائر

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إصدارات مؤشر ريادة الأعمال العالمي (2015-2019)

1.4. تطور الابتكار وريادة الاعمال لدول الدراسة:

جغرافية الابتكار تتغير بشكل غير متساو، حيث تعمل الدول على سد فجوة الابتكار العالمية على الرغم من أن بعضها التحق بالابتكار، لا تزال هناك فجوات فيما يتعلق بأداء الابتكار الوطني في مناطق العالم، في الشرق الأوسط و شمال إفريقيا لا تزال قبرص هي القائد الإقليمي الرائد في الابتكار الذي حافظ على المرتبة الأولى في المنطقة لعدة سنوات واحتل المرتبة 27 عالميا سنة 2022، خاصة في المؤسسات حيث احتل المرتبة 26 والمخرجات الإبداعية 20، الجدول 4 يمثل ترتيب الدول حسب مدخلات و مخرجات الابتكار، في حين كانت ترتيبها في ريادة الأعمال المرتبة 35 سنة 2019 وهي الرتبة 5 من حيث دول الدراسة. الإمارات العربية المتحدة كانت في المرتبة 35 سنة 2017 لتتقدم لتصل إلى المرتبة 33 وتتصدر المنطقة في مجال البنية التحتية المرتبة 14 عالميا وتطور الأسواق نظرا للتطور الكبير في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال مما يجعلها تصدر الترتيب الدولي 25 في مؤشر ريادة الأعمال العالمي سنة 2019 والمرتبة الأولى في المنطقة، تركيا قفزت بشكل كبير إلى المراكز الخمسين الأولى عالميا في مؤشر الابتكار، لتصل إلى المركز 31 سنة 2022 حيث احتلت المرتبة الثالثة في المنطقة ومؤشر ريادة أعمال 44 عالميا سنة 2019، تليها جمهورية إيران الإسلامية بالمرتبة الرابعة في المنطقة، حيث صعدت إلى المرتبة 53 عالميا والتي عرفت تطورا في مجال الابتكار منذ سنة 2019 مع ذلك تحقق مستويات ضعيفة لريادة الأعمال بأواخر الترتيب في منطقة الدراسة بمرتبة 96 عالميا سنة 2019 .

بعدها كانت في المراتب الأخيرة قبل ثلاث سنوات، السعودية وقطر احتلتا المرتبتين 5 و 6 في المنطقة وعالميا في المرتبة 51 و 52 على التوالي حيث يتعاقبان على هذه المراتب منذ 2015 وذلك نظرا لظروف الابتكار المتشابهة من حيث المدخلات والمخرجات للبلدين ، غير أن قطر تتجاوز السعودية من حيث ريادة الأعمال حيث احتلت المرتبة 28 عالميا والثانية في المنطقة بينما السعودية المرتبة 41 عالميا، وارتفعت مصر المرتبة 89 والجزائر المرتبة 115 في مؤشر الابتكار العالمي غير أنها بالمراتب الأخيرة خاصة بالنسبة للمنطقة، مما يعكس ترتيبها في مؤشر ريادة الأعمال 81 و 88 على التوالي.

بشكل عام، تقدم المنطقة أفضل أداء من حيث مدخلات الابتكار خاصة من حيث تطور السوق، وتتصدر جمهورية إيران الإسلامية في رأس المال البشري والبحث (المرتبة 49)، كما تأتي في مقدمة المخرجات الإبداعية (المرتبة 46)، بالنسبة لمخرجات الابتكار نستطيع تحديد مدى التأخر لدول الدراسة في مجال الابتكار ماعدا قبرص التي احتلت المرتبة 20 عالميا في حين أن الإمارات تراجعت إلى المرتبة 4 في المنطقة بعد كل من تركيا وإيران بمرتبة 52 عالميا وهو ما لا يتناسب مع إمكاناتها وما تبذله من جهود كمدخلات للابتكار، بالنسبة لشمال إفريقيا لا تزال في أواخر الترتيب، خاصة في المؤشرات الفرعية كنشر المعرفة والأصول غير ملموسة والمخرجات الإبداعية، بينما حققت تونس المرتبة 59 ومصر في المركز 83 و الجزائر في الأخير في المرتبة 118 عالميا.

جدول 4: مدخلات ومخرجات الابتكار لسنة 2022

المخرجات		المدخلات		مؤشر الابتكار العالمي GII	
العلامة	الترتيب	العلامة	الترتيب	الترتيب	الدولة
41.05	20	51.28	29	27	قبرص
24.8	52	59.82	18	31	الإمارات العربية المتحدة
34.45	33	41.88	49	37	تركيا
29.25	38	36.54	73	53	ايران
20.25	65	46.44	37	51	السعودية
20.05	67	57.76	38	52	قطر
24.4	56	33.18	87	67	المغرب
22.8	59	40.16	89	73	تونس
16.15	83	29.16	97	89	مصر
6.7	118	26.7	110	115	الجزائر

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على (Dutta, Lanvine, León, & Wunsch-Vincent, Global Innovation Index 2022 What is future of innovation-driven growth?, 2022)

2.4. تطور الابتكار وزيادة الأعمال في ظل الرقمنة:

تميل الاقتصاديات في شرق آسيا وأفريقيا إلى أن تكون قوية في الغالب في تبني التقنيات الجديدة في العمليات التجارية وفي مجتمعها بشكل عام، حيث تكمن نقاط القوة للأداء الرقمي في المعرفة والتكنولوجيا والاستعداد للمستقبل مع التركيز على التعليم العلمي وخلق بيئة داعمة لتطوير الابتكار التكنولوجي وخلق ريادة أعمال مبتكرة ومع ذلك فإن تكامل واعتماد التكنولوجيا في دول الدراسة غير متجانس إلى حد ما، مما يؤدي إلى انخفاض المستوى الرقمي، حيث احتلت كل من السعودية والمغرب وتونس المراتب في صناديق التكنولوجيا العالية والمتوسطة التقنية نتيجة اعتمادها سياسة الأقطاب التكنولوجية التي تعتمد على الابتكار العنقودي كقطب " casa Near Shore " والحظيرة التقنية " الغزالة ".

تشمل منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا مجموعة واسعة من البلدان ذات الاختلافات الكبيرة في تنميتها الاقتصادية والأداء الرقمي حيث احتلت الإمارات وقطر والسعودية المراتب الأولى في جميع مؤشرات الرقمنة الموضحة في الملحق رقم 01، يعد قياس الأثر الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للرقمنة أمرا مهما لاتخاذ القرارات السياسية المتعلقة بتشجيع الابتكار وزيادة الاعمال في كل من الاقتصادات المتقدمة والنامية.

حسب Digitalisation index تظل الإمارات العربية المتحدة في المرتبة 22 وهي الرائدة في الشرق الأوسط و شمال إفريقيا. تأتي قطر في المركز الثاني و المرتبة 33 عالميا تليها السعودية، ويرجع ذلك إلى الدعم القوي الذي تلقاه حكوماتهم الملتزمة تماما بالأجندة الرقمية من أجل تعزيز قوى الابتكار التي تعتبر أساسية لتنمية وتشجيع ريادة الأعمال الرقمية، ستحتاج العديد من الحكومات في المنطقة بشكل عاجل إلى تعزيز الجهود لتحسين بيئاتها الاستثمارية والابتكارية حيث كانت دول شمال إفريقيا من بين أواخر المراكز في الترتيب كمصر والجزائر، حسب Digital Evolution index، تتمتع الإمارات العربية المتحدة نمو رقمي هائل مرة أخرى (24 عالميا)، نتيجة استثماراتها الابتكارية في المجال الرقمي تقع الحكومة في قلبها، رؤية الإمارات 2021 للحكومة الوطنية هي إستراتيجية ابتكار وطنية تستهدف القطاعات الأساسية، تعتمد على الطباعة ثلاثية الأبعاد وتكنولوجيا النانو وأشباه الموصلات والذكاء الاصطناعي والبرمجيات والمدن الذكية وهو ما يفسر قيمة مدخلات الابتكار (65.74) بمرتبة 20 عالميا.

(Chakravorti & Chaturvedi, 2017)

كما توضح مرتبة الإمارات قوة التقنيات الرقمية في تحسين الحياة الاجتماعية وفقا لتقرير السعادة العالمية، حيث تحتل المرتبة 21 من بين 155 دولة متقدمة على فرنسا وإسبانيا و سنغافورة مما يجعلها أسعد دولة عربية، من خلال عدد الأشخاص مستخدمي الإنترنت، فكلما زاد عدد الأشخاص الذين لديهم إمكانية الوصول إلى الإنترنت، زادت الفرص المتاحة للنمو في العديد من القطاعات، كما أنه يعكس مجتمعا يجد فيه الناس قيمة متزايدة وفائدة في الفضاء الرقمي، تعزز ظهور ريادة الأعمال الرقمية ويظهر ذلك من خلال مخرجات الابتكار (29.79)، من جهة أخرى أن ربط المستهلكين بالموارد الرقمية من خلال الإنترنت الذي يزود المستخدمين بوصول سريع إلى المعلومات و التجارة والاتصالات لكن سرعة الاستيعاب اختلفت بشكل كبير من بلد إلى آخر وهناك أسباب كثيرة لهذا التفاوت تشمل القوة الشرائية غير المتكافئة للمستهلكين وتوافر البنية التحتية المناسبة والبيئات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المختلفة.

تعد قدرات الابتكار وريادة الأعمال الرقمية عامل حاسم في النمو الرقمي، إن الابتكار المستمر الذي نراه في الدول المتميزة يمثل تحديا مستمرا، حيث تكافح العديد من البلدان الأكثر تطورا رقميا للحفاظ على وتيرة سريعة للنمو والوصول إلى أهداف التنمية المستدامة، البلدان التي حصلت على درجات منخفضة نسبيا بالنسبة للتطور الرقمي الإجمالي، تتطور بسرعة كافية مشيرة إلى أن لديها القدرة على أن تصبح اقتصاديات رقمية قوية كمصر، تونس والمغرب والتي توفر إمكانات عالية للابتكار تظهر من خلال قيمة المدخلات لتحقيق مكاسب في مجال الابتكار الرقمي أو في طلب المستهلكين، ومع ذلك فإن العديد منهم يعانون من ضعف البنية التحتية والمؤسسات، وعدم تحقيق التنمية لذلك لديهم الكثير من العمل للقيام به، سواء من حيث تطوير البنية التحتية والابتكار وتحفيز ريادة الأعمال، في حين قد يعتقد البعض أن الابتكار الحقيقي يحدث عندما "تبتعد الحكومة عن الطريق"، تشير البلدان المتميزة في مبادرة التنمية الاقتصادية إلى أن هناك دورا مهما يمكن أن تلعبه بطريقة مماثلة الحكومة من خلال التدعيم بالبنية التحتية، واحتضان الشركات الناشئة ورواد الأعمال، والالتزام الثقافي للابتكار، من جهة أخرى فإن المنتجات الجديدة في العصر الرقمي معقدة ومكلفة لذلك يجب التعاون بين مختلف الأطراف بما في ذلك الجامعات و الشركات الكبرى والشركات الناشئة والحكومة وهو الخيار المتعدد للشركات المبتكرة التي تؤكد على الحاجة إلى الجهود التعاونية في المجال الرقمي.

5. النتائج:

من خلال تطبيق هذه الدراسة على دول شمال إفريقيا والشرق الأوسط، وبناء على المعطيات والإحصائيات المتعلقة بها، وعلى ضوء الإشكالية تم التوصل إلى أنه وبالرغم من التطور الرقمي للدول في المراتب الخمسة الأولى في مؤشرات ريادة الأعمال والرقمنة، غير أنها لا تزال بعيدة عن الابتكار كمخرجات وهذا يجعلها بعيدة عن تحقيق أهداف التنمية المستدامة وهذا ما نلمسه من خلال مخرجات الابتكار ولذلك فإن مؤشر الابتكار العالمي له أهمية بالغة في تحديد طبيعة منظومة الابتكار لأي دولة واحتياجاتها، وبالتالي المساهمة في تطوير أبعاد ريادة الأعمال الرقمية.

مؤشرات الابتكار بعيدة عما تحقق في الدول المتقدمة وبعض الدول لناشئة باستثناء النتائج المهمة التي حققتها الدول المتصدرة في الترتيب الإمارات، قطر، السعودية وقبرص وبعض منجزات دول الدراسة التي تعتبر قليلة جدا، ولذلك تبقى الحاجة إلى الاهتمام بمنظومة الابتكار ومشاريع البحث والتطوير لتفعيل أداء مؤشرات الابتكار في دول الدراسة خاصة في المجال الرقمي لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، إضافة إلى تحديث المنظومة القانونية.

إن وضع دول شمال إفريقيا خاصة الجزائر في مؤشر الابتكار العالمي لعام 2021 من متدلي الترتيب لوجودها في المركز 120 وهي الأسوأ من دول المقارنة الأخرى، ومصر قريبة منها في الترتيب 94، تونس والمغرب مع مجموعة الوسط في ترتيب المؤشر

إذ يتواجدان في المركزين 71 و 77 على التوالي وهو ما يعكسه ترتيب هذه الدول في مؤشرات رادة الأعمال والرقمنة، أما الإمارات فقد استطاعت الارتقاء إلى المركز 33 عالمياً بفضل إستراتيجية الابتكار الفعالة التي تتبناها، وقد حققت مراتب متقدمة في بعض المؤشرات الفرعية لمدخلات الابتكار، إلا أن ذلك لم يكن متناسبا مع مخرجاته.

الابتكار الرقمي له الدور البارز في إنعاش السوق الرقمي في العالم عموماً ودول الدراسة خصوصاً، من خلال تعزيز المشاريع الرقمية ورواد الأعمال وبالتالي الانتعاش الاقتصادي والرفاهية الاجتماعية والبيئية والمدن الذكية أفضل مثال على ذلك إن رسم السياسات ووضع الاستراتيجيات له الأثر البارز في تحقيق أفضل النتائج، وقد تميزت الإمارات المتحدة عن باقي دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في هذا الجانب وانعكس ذلك على مؤشر الابتكار، عموماً يمكن تحديد أسباب النتائج الملموسة في مؤشرات الابتكار مقارنة بالتطور في ريادة الأعمال والرقمنة إلى ضعف البنية التحتية وعدم الاهتمام بمنظومة الابتكار كما يلي:

- الحواجز التي يواجهها رواد الأعمال المبتكرون في الوصول إلى التمويل للابتكار والبنية التحتية الداعمة المناسبة مثل الدعم من المؤسسات البحثية أو الافتقار إلى الأصول الكافية للتغلب على هذه الحواجز مثل الموارد المحدودة لبناء القدرات البحثية الداخلية إضافة لديناميكية عالية والمخاطر المرتبطة بالابتكار الرقمي كأن تكون المنتجات الجديدة ناجحة جداً أو تفشل تماماً.

- غياب الظروف المواتية للاستثمار في الابتكار الرقمي والتي تعيق الاستثمار في الابتكار كعدم كفاية البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبحوث وعدم اليقين التنظيمي فيما يتعلق بالمنتجات الرقمية أو العمليات الرقمية أو نماذج الأعمال إضافة إلى الافتقار إلى التشريعات المتعلقة بنماذج الأعمال المبتكرة التي تسهلها التقنيات الرقمية.

- فشل التعاون داخل نظام الابتكار، قد تمنع بعض الحواجز إنشاء روابط وشبكات بين الباحثين والمبتكرين في النظام الإيكولوجي للابتكار بما في ذلك الشركات والجامعات ومعاهد البحث العامة، مثل الاختلال في المصالح ودوافع البحث والابتكار فمثلاً قد يكون لدى الباحثين حوافز لإجراء البحوث الأساسية المتمثلة في النشر العلمي، بغض النظر عن الأرباح التجارية، في حين أن المنظمات الخاصة لديها حوافز للتركيز على البحوث التطبيقية وتخطيط الأنشطة على مدى فترات زمنية طويلة وقصيرة؛ الأجل تطوير المنتجات بمعايير مالية.

- قلة الموارد والدراسة غير الكافية لنشر التقنيات الجديدة أو تنفيذ التغييرات التنظيمية للتكيف معها يعيق الابتكار الرقمي، وقدرة الشركات والقطاعات لاعتماد التقنيات الرقمية الجديدة لتعزيز الإنتاجية والنمو، بل تسهم أيضاً في زيادة الفجوات في أداء الإنتاجية عبر المؤسسات والقطاعات مما قد يؤدي إلى "اقتصاد مزدوج"، يجمع القطاعات المبتكرة والمتقدمة تقنياً وذات الإنتاجية العالية مع القطاعات التقليدية منخفضة الإنتاجية التي لا تستفيد كثيراً من التقنيات الجديدة.

- إخفاقات السوق الرقمي والتي تنشأ عندما تكون عائدات الابتكار الخاصة أقل من العائدات الاجتماعية بسبب تداعيات المعرفة وقد لا تسمح لرائد الأعمال أو المبتكر بتخصيص جميع فوائد الابتكار الرقمي، مما يقلل من حوافز الابتكار على الرغم من وجود آليات للاستثمارات في إنشاء المعرفة، مثل حقوق الملكية الفكرية، فزيادة انتشار المعرفة نتيجة التحول الرقمي خاصة بسبب سهولة البيانات الرقمية والمعلومات، أي حقيقة أن المعرفة يمكن إعادة إنتاجها أو مشاركتها أو معالجتها من قبل من الجهات الفاعلة مما قد يؤدي إلى مستويات أقل للاستثمار في الابتكار، تشمل إخفاقات السوق الأخرى التحيز في الأسواق تجاه التقنيات الرقمية، والحواجز التي تعترض الدخول والتي تنشأ عن زيادة وتأثيرات الشبكة (أي عندما تزداد قيمة منتج أو خدمة

مع زيادة المستخدمين، كما هو الحال في المنصات الرقمية)، إضافة إلى العوائق التي تحول دون الوصول إلى البيانات لأغراض بسبب الحواجز القانونية والتعاقدية.

6. خاتمة:

تعتبر هذه الدراسة جديدة لأنها توفر بوابة للاستكشاف الكامل لظواهر قيادة الابتكار الرقمي وعلاقتها بزيادة الأعمال من أجل تعزيز اقتصاد المعرفة بطريقة نوعية، إن الاعتماد على الأنشطة الاقتصادية القائمة على الابتكارات تعتبر من أهم المدخل الحديثة التي يجب التركيز عليها للنهوض باقتصاديات الدول وتحقيق التنمية وتمكين مختلف المنظمات من رفع راية التنافس وتحقيق التميز والأفضلية، ولا بد وأن يشمل جميع القطاعات ومختلف الوظائف، و لذلك يعتبر الابتكار الرقمي المحرك الرئيسي للنمو والرفاهية فهو يساهم في تعزيز إنتاجية الأعمال والقدرة التنافسية، وتعزيز خلق فرص العمل والتصدي للتحديات الاجتماعية والبيئية.

كما تعمل التقنيات الرقمية على تحويل عمليات الابتكار والنتائج من خلال إنشاء منتجات ونماذج أعمال رقمية، مثل الأسواق عبر الإنترنت وخدمات التنقل حسب الطلب، وتعزيز المنتجات التقليدية، كما تعمل التقنيات الرقمية أيضا على تحويل عمليات الابتكار، حيث توفر تحليلات البيانات الضخمة والمحاكاة الافتراضية والطباعة ثلاثية الأبعاد فرصا جديدة لتطوير المنتجات الجديدة وإنشاء نماذج أولية لها واختبارها ومع ذلك.

ما وصلت إليه هذه الورقة البحثية هو انه غالبا ما لا يتحقق إمكانات الابتكار الرقمي وريادة الأعمال نتيجة عدم استعداد الجهات الفاعلة للقيام بالجهود اللازمة في هذا السياق، مما يهدد بتوسيع الفجوة الرقمية بين الدول الرائدة في الرقمنة وغيرها، ولذلك يجب تفعيل استراتيجيات ومبادرات سياسية لدعم الابتكار الرقمي في دول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وضمان ارتفاع مؤشرات الابتكار، ولتحقيق تقدم ريادة الأعمال في مجال الابتكار الرقمي والمساهمة في تعزيز اقتصاد المعرفة يجب على دول الدراسة وخاصة شمال إفريقيا تبني عدد من السياسات التي تشجع وتدعم البحث والابتكار الرقمي وريادة الأعمال منها:

- تعزيز قدرات البحث والتطوير والتوسع في مجالات البحث التطبيقي والتقنيات الرقمية؛
- وضع استراتيجيات لدعم ومتابعة البحث والتطوير والابتكار وتشجيع إقامة المراكز البحثية؛
- تشجيع شركات القطاع الخاص المحلية والأجنبية للمساهمة في مجال البحث والتطوير التكنولوجي والرقمي؛
- تنفيذ مشروعات تجريبية للأفكار الرقمية التي تنتج عن الأبحاث والابتكارات والتمويل اللازم لتنفيذها؛
- تدعيم إنشاء مزيد من الأقطاب التكنولوجية لتشجيع البحث والتطوير مبنية على أساس الذكاء الاصطناعي، انترنت الأشياء والبلوتشين وبناء واجهة جذابة للاستثمارات وريادة أعمال رقمية.

كحدود للبحث فالدراسة تناولت الابتكار الرقمي وريادة الأعمال الرقمية من المنظور العام من خلال مؤشرات الابتكار وريادة الأعمال والرقمنة وللتحديد أكثر وجب دراسة على المستوى الخاص سواء على مستوى رواد الأعمال أو الأنظمة الوطنية للابتكار وهو ما يفتح المجال لبحوث مستقبلية.

7. قائمة المراجع:

1. Ács, Z. J., László, S., Lafuente, E., & Gábor, M. (2019). *Global Entrepreneurship Index 2019*. Washington, DC: Global Entrepreneurship and Development Institute.
2. Andriushchenko, K., Buriachenko, A., Rozhko, O., Lavurk, O., Skok, P., Hlushchenko, Y., et al. (2020). Peculiarities of sustainable development of enterprises in the context of digital transformation. *Entrepreneurship and sustainability issues*, 7(3), 2255.
3. Cámara, N., & Tuesta, D. (2017). DiGiX: the digitization index. BBVA Bank, Economic Research Department, 17(03).
4. Cătălin, G., Sorin-George, T., & Răzvan, P. (2017). Entrepreneurship in the world: The analysis of the Global Entrepreneurship Index in the period 2015-2017. *Ovidius University Annals: Economic Sciences Series* (2), 14-18.
5. Chakravorti, B., & Chaturvedi, R. (2017). *Digital planet*. The Fletcher School at Tufts University, Institute for Business in the Global Context.
6. Chen, D. H., & Dahlman, C. J. (2005). The knowledge economy, the KAM methodology and World Bank operations. *World Bank Institute Working Paper*, (37256).
7. Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. In *43rd Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1-10). IEEE.
8. Dutta, S., Lanvine, B., León, L., & Wunsch-Vince, S. (2021). *Global Innovation Index 2021 Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis*. Geneva: World Intellectual Property Organization.
9. Dutta, S., Lanvine, B., León, L., & Wunsch-Vincent, S. (2022). *Global Innovation Index 2022 What is future of innovation-driven growth?*. Geneva: World Intellectual Property Organization.
10. Galindo, M. Á., & Méndez-Picazo, M. T. (2013). Innovation, entrepreneurship and economic growth. *Management decision*, 51 (3), 501-514.
11. Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches. *Journal of Business Research*, 110, 519–537.
12. Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., & Lozano-Ouilis, J. (2020). Customer relationship management: Digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 33(1), 2733-2750.
13. Guthrie, C. (2014). The digital factory: a hands-on learning project digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17 (1), 115-133.
14. Hull, C., Hung, Y.-T., Hair, N., Perotti, V., & De Martio, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organizations*, 4 (3), 290-303.
15. IMD, W. (2021). *IMD World digital competitiveness ranking*. IMD WORLD COMPETITIVENESS CENTRE.
16. Kallinikos, J., Aaltonen, A., & Marton, A. (2013). The Ambivalent Ontology of Digital Artifacts. *MIS Quarterly*, 357-370.
17. Le Dinh, T., Vu, M., & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17.
18. N Hair, L Wetsch, C Hull, V Perott و Y.T Hung.(2012).Market orientation digital entrepreneurship: advantages and challenges a web 2.0 networked world. *International Journal of Innovation and Technology Management*. 17-1, (6) 9.
19. Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital Innovation Management: Reinventing Innovation Management Research in a Digital World. *MIS Quarterly*, 41(1), 223-238
20. Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: progress, challenge and key themes. *Resarche Policy*, 48 (8), 103773.
21. Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselsbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26 (3), 300-310.
22. Sussan, F., & Acs, Z. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49 (1), 55-73.

23. Vatananan-Thesenvitz, R., Schaller, A., & Shannon, R. (2019). A bibliometric review of the knowledge base for innovation in sustainable development. Sustainability.11(20), 5783.
24. WorldBank. (2022). data world bank. Retrieved 5 12, 2022, from data.worl.dbank: https://data.worldbank.org/
25. Zhao, F., & Collier, A. (2016). Digital entrepreneurship: Research and practice. 9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (pp. 2172 - 2182). Perth, Australia: School of Business and Law, Edith Cowan University.
26. جنان عباس علي الطائي، و عادل سلام كشكول. (2022). مؤشرات الاقتصاد المعرفي وأثرها في تحقيق التنمية الاقتصادية في العراق للمدة (2019-2004)(دراسة تحليلية). Al Kut Journal of Economics and Administrative Sciences. 14 (45).
27. عبد القادر جفلاط، و رشيد بن عيسى. (2021). إقتصاد المعرفة و التنمية الفلاحية و الريفية التجربة الجزائرية. الجزائر: دار القصة للنشر.

8. الملاحق:

الملحق رقم 01

2014*		2016*		2017**		الدولة
العلامة	الرتبة	العلامة	الرتبة	العلامة	الرتبة	
0,71	22	0,82	11	0,80	9	الإمارات العربية المتحدة
61	31	0,71	34	0,68	33	قطر
0,59	32	0,67	46	0,66	36	السعودية
0,48	41	0,68	55	0,62	49	قبرص
0,5	38	0,63	57	0,60	54	تركيا
0,33	74	0,56	79	0,53	74	تونس
0,38	67	0,56	80	0,52	77	المغرب
0,34	70	0,53	88	0,51	83	مصر
-	-	0,51	93	0,42	109	ايران
0	100	0,43	155	0,37	119	الجزائر

*مؤشر التكييف الرقمي ** مؤشر الرقمنة (Cámara & Tuesta, 2017)

ترتيب التنافسية الرقمية							
2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	
10	14	12	17	18	25	22	الإمارات العربية المتحدة
36	34	39	42	36	-	-	السعودية
29	30	31	47	54	49	51	قطر
48	44	52	52	52	50	52	تركيا
43	40	54	54	53	-	-	قبرص

* باقي دول الدراسة خارج التصنيف (IMD, 2021)

مؤشر التطور الرقمي 2019						
الدولة	الابتكار والتغيير			الشامل		
	العلامة	الترتيب	المدخلات	المخرجات	العمليات	العلامة
الإمارات العربية المتحدة	57,02	20	65,74	29,97	76,49	74,44
قطر	47,78	29	56,64	23,82	65,85	66,58
السعودية	43,02	34	54,25	20,66	55,56	62,42
تركيا	31,43	61	34,31	21,31	47,70	52,43
ايران	23,95	80	26,78	17,90	37,17	43,13
تونس	32,03	60	39,75	23,39	35,85	40,94
المغرب	29,74	68	37,53	17,72	39,23	40,58
الجزائر	20,06	88	30,75	8,03	27,08	34,31
مصر	28,13	74	41,97	14,34	28,17	39,41

(Chakravorti & Chaturvedi, 2017)

دور التحول الرقمي في دعم ريادة الأعمال التنظيمية

The role of digital transformation in supporting organizational entrepreneurship

صلاح ربيعة¹، ورقلي وليد²

¹ جامعة امحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)

² جامعة غرداية (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية، الى تسليط الضوء على الأدبيات النظرية والميدانية ذات العلاقة بالتحول الرقمي وريادة الأعمال التنظيمية كونهما من أحدث المتغيرات التي تساهم في النهوض باقتصادات الدول، محاولة منا إبراز الدور الكبير الذي يلعبه التحول الرقمي في دعم ريادة الأعمال التنظيمية ولبلوغ هدف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم التوصل إلى نتيجة أساسية مفادها أن تبني المدخل المعرفي من خلال توفير كل متطلبات ومقومات الاقتصاد الرقمي يساهم بشكل كبير في دعم ريادة الأعمال التنظيمية و تحقيق أبعادها الإستراتيجية.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، التقنيات الرقمية، تكنولوجيا الاتصال، ريادة الأعمال التنظيمية، الابتكار.

Abstract: Enter The research paper, to shed light on the theoretical and field literature related to digital transformation and organizational entrepreneurship as they are among the latest variables that contribute to the advancement of the economies of countries, in an attempt to highlight the great role played by digital transformation in supporting organizational entrepreneurship and to achieve the goal of the study, the descriptive analytical approach was relied upon, where a basic conclusion was reached that the adoption of the knowledge approach by providing all the requirements and components of the digital economy contributes significantly in supporting organizational entrepreneurship and achieving its strategic dimensions. .

Keywords: Digital transformation, digital technologies, communication technology, organizational entrepreneurship, innovation.

من متطلبات النهوض باقتصاديات الدول خاصة النامية منها، السعي نحو جلب المعارف الأجنبية و محاولة تطبيقها وتوطينها بالموازاة مع تكييف المعرفة المحلية، بالإضافة إلى ضرورة إتباع سياسات ناجعة تعتمد على رقمنة جميع الأنشطة بما فيها الاقتصادية منها و التي من شأنها ضمان الزيادة في معدلات النمو الاقتصادي، وهذا ما يهدف إليه التحول الرقمي والذي يلعب دورا أساسيا في دعم ريادة الأعمال التنظيمية ونظرا لأهميته أدرجت العديد من الدول النامية قضايا التحول الرقمي كأحد المحاور الأساسية في خططها التنموية مما يؤكد أهميته في تحقيق التنمية المستدامة، وحسب العديد من المفكرين فإن من أهم ركائز ريادة الأعمال التنظيمية، تطوير البنية التحتية للأنظمة المعلومات واستخدام التكنولوجيا في جميع المجالات واعتبارها بمثابة النظام المؤسسي لأي دولة، بالإضافة إلى تحفيز عنصر الابتكار، الذي يعتبر بمثابة العصب النابض في العصر الحالي.

ويعد موضوع ريادة الأعمال التنظيمية، من الموضوعات المهمة، حيث أنه ومع تسارع معدلات التغيير في بيئة الأعمال، ازدادت أهميته، بوصفه أحد الخيارات التي تلجئ إليها المنظمة للتكيف والتلاؤم مع متطلبات المنافسة والتغيير، ولا يكتمل دور ريادة الأعمال التنظيمية، إلا إذا توج بالتركيز على التحول الرقمي، حيث أفرز التقدم الرقمي في الآونة الأخيرة، ثروة مادية هائلة على المستوى الدول المتقدمة في وقت قياسي، بسبب ما استثمرته في قطاع التعليم الى جانب، الاعتماد على مجموعة من التقنيات الجديدة، وهي إستراتيجية تهدف إلى تسريع التحول الرقمي واستشراف المستقبل التكنولوجي المأمول. مما يقودنا إلى طرح

1.1. أهمية ريادة الأعمال: ويعد موضوع ريادة الأعمال التنظيمية، من الموضوعات المهمة، حيث أنه ومع تسارع معدلات التغيير في بيئة الأعمال، ازدادت أهميته، بوصفه أحد الخيارات التي تلجئ إليها المنظمة للتكيف و التلاؤم مع متطلبات المنافسة والتغيير، ولا يكتمل دور ريادة الأعمال التنظيمية، إلا إذا توج بالتركيز على التحول الرقمي، حيث أفرز التقدم الرقمي في الآونة الأخيرة، ثروة مادية هائلة على المستوى الدول المتقدمة في وقت قياسي، بسبب ما استثمرته في قطاع التعليم إلى جانب، الاعتماد على مجموعة من التقنيات الجديدة، و هي إستراتيجية تهدف إلى تسريع التحول الرقمي واستشراف المستقبل التكنولوجي المأمول. وحسب العديد من المفكرين فإن من أهم ركائز ريادة الأعمال التنظيمية، تطوير البنية التحتية للأنظمة المعلومات واستخدام التكنولوجيا في جميع المجالات، واعتبارها بمثابة النظام المؤسسي لأي دولة، بالإضافة إلى تحفيز عنصر الابتكار، الذي يعتبر بمثابة العصب النابض في العصر الحالي.

2.1. الإشكالية الرئيسية: يمكن صياغة إشكالية هذه الورقة البحثية في التساؤل الرئيسي المتمثل في:

كيف يساهم التحول الرقمي في دعم ريادة الأعمال التنظيمية؟

كما يمكن تدعيم هذه الإشكالية بالأسئلة الفرعية التالية:

- فيما يتمثل التحول الرقمي وما هي متطلباته؟
- ما المقصود بريادة الأعمال التنظيمية وما هي أبعاده؟
- إلى أي مدى يمكن الاعتماد على الاقتصاد الرقمي في دعم ريادة الأعمال التنظيمية؟ وهذا ما سيتم الإجابة عنه من خلال المحاور الآتية:
- المحور الأول: الأدبيات النظرية للتحول الرقمي ومتطلباته.
- المحور الثاني: الأدبيات النظرية لريادة الأعمال التنظيمية وأهدافها.
- المحور الثالث: العلاقة بين التحول الرقمي وريادة الأعمال التنظيمية.

2. الأدبيات النظرية للتحويل الرقمي ومتطلباته:

1.2. مفاهيم أساسية حول التحويل الرقمي:

يعتبر التحويل الرقمي من المصطلحات المهمة التي تعددت تعاريفها بتعدد الأفكار والآراء نظرا لارتباطه بالسرعة والتغيير المستمر وحسب العديد من الأدبيات، من أهم تعريفات التحويل الرقمي نجد ما يلي:

- يقصد التحويل الرقمي " عملية سعي المنظمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكنولوجيا شبكة الانترنت العالمية لتحسين أداء مهامها وعملياتها المختلفة، ونقلها لمن يحتاج إليها في داخلها أو خارجها، وذلك من خلال الاعتماد على ثلاثة موارد أساسية هي:

- المعلومات المتدفقة والمتوافرة بها؛ البعد التكنولوجي أو نظم المعلومات المستخدمة؛
- الموارد البشرية للقيام بالمهام المختلفة وهذا من أجل تحقيق أهداف المنظمة في ظل استراتيجياتها". (فريد النجار، 2007، ص25).

- ويعرف التحويل الرقمي كذلك بأنه "عملية تحويل نموذج أعمال المؤسسات الحكومية أو شركات القطاع الخاص إلى نموذج يعتمد على التكنولوجيات الرقمية في تقديم الخدمات وتصنيع المنتجات وتسيير الموارد البشرية. (حسن مظفر، 2006، ص13).

- أما من المنظور الاقتصادي فيعرف التحويل الرقمي على أنه " تطبيق التكنولوجيا لبناء نماذج أعمال جديدة وأنظمة وبرامج تؤدي إلى تحقيق إيرادات أكثر ربحية وميزة تنافسية أكبر ويتحقق ذلك من خلال تحويل العمليات ونماذج الأعمال وتمكين القوة العاملة والابتكار" (khttab-academy. 2014. Page04).

- كما أن التحويل الرقمي هو عملية تهدف إلى تحسين الكيانات والمؤسسات من خلال إطلاق تغييرات كبيرة على خصائصها باستخدام مجموعات من تقنيات المعلومات والحوسبة والاتصالات. (Mary K. Pratt, 2022. Page12).

وعليه ومن خلال مجموعة التعارف السابقة نستنتج ما يلي:

- التحويل الرقمي هو عملية تركز على التوجه نحو الاعتماد الكلي على التقنيات الرقمية، ومن أجل تحقيق ذلك يجب توفير بنية تحتية أعمدها كل من تقنيات الإعلام والاتصال، المدن الذكية؛
- التحويل الرقمي يمثل التكامل والتفاعل المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، ولا يقتصر التحويل الرقمي فقط على المؤسسات التجارية بل يشمل جميع المجالات والقطاعات والهيئات الحكومية.
- أن كل القطاعات وعلى رأسهم التعليم، الصحة، الصناعة، التجارة والخدمات مرتبطة ارتباطا وثيقا بمجتمع المعلومات الذي يهدف لبناء اقتصاد رقمي والاستخدام الآلي أو الإلكتروني بصفة عامة.

2.2. متطلبات التحويل الرقمي:

إن التوجه نحو التحويل الرقمي يتطلب منها توفير مجموعة من المتطلبات، يمكن تلخيصها كالآتي: (تقرير لجنة التكنولوجيا، 2017)

- الاحتياجات البشرية: حيث يعد العنصر البشري أحد أبرز المصادر التي باستخدامها يتم الوصول إلى النجاح في أي مشروع لأنه يعد المبدأ للإدارة الإلكترونية، فهو الذي وجدها وحسنها وسخرها لتلبية غاياته، لذلك فهي من والى العنصر البشري، فهم الخبراء والعاملون في حقل المعرفة الذين يمثلون المبدأ الرئيس ورأس المال الفكري للمؤسسة، ومنهم المدراء والوكلاء والمبرمجون، بالإضافة إلى ضابط البيانات والمشغل أو المحرر.

- الاحتياجات التقنية: تختلف في إيجاد البنية التحتية للإدارة الإلكترونية والتي تحوي تحسين وتطوير الاتصالات، بحيث تكون ملائمة وحاضرة للاستخدام وتحمل العدد الهائل من الاتصالات في وقت واحد، بالإضافة إلى استخدام التكنولوجيا الرقمية المناسبة من إعدادات وحاسبات آلية وأجهزة وأدوات وأنظمة وقواعد بيانات وبرامج، وإيجاد خدمات البريد الرقمي.

- الاحتياجات الأمنية: تعتبر قضية أمن المعلومات، من أبرز عوائق العمل إلكترونياً، بمعنى المعلومات والوثائق التي يعمل على حفظها، وتطبيق إجراءات المعالجة عليها إلكترونياً يجب الحفاظ على أمنها، حيث يلزم وجود الخصوصية والأمن الإلكتروني على صعيد كبير لحماية المعلومات والأرشيف الإلكتروني من أي خرق والتركيز على أمن الدولة أو الأفراد إما بوضع الأمن في برمجيات البروتوكول للشبكة أو باستخدام التوقيع الإلكتروني أو بكلمة مرور، ووضع القوانين التي تحول السطو الإلكتروني واختراق سرية المعلومات في الإدارة الإلكترونية. (بلخضر شاكر، 2008، ص 09)

- الهيكل التنظيمي: لم يبق النموذج الهرمي التقليدي، المتعارف عليه في العصر الصناعي، مناسباً لنماذج الأعمال الجديدة في عصر تكنولوجيا المعلومات والأعمال الإلكترونية، وصارت الهياكل الأكثر ملائمة هي المصفوفات والشبكات وتنظيمات الخلايا الحية المصنفة بوحدة الاتصالات ويستلزم تنفيذ الإدارة الإلكترونية إكمال تقلبات في الجوانب الهيكلية والتنظيمية والإجراءات والطرق. (عبد الرازق حميدي، 2008، ص 4)

- وضع النظم التشريعية وتعيينها تبعاً للمستجدات: أي إقرار القوانين والأنظمة التي تبسط للإدارة الإلكترونية، لأن جميع التشريعات والقوانين باشرت ضمن بيئة تقليدية وشيدت لتنفيذ العمل باللقاء المباشر بين الموظف والسائل عن الخدمة، وعليه فالتحول للإدارة الإلكترونية يقتضي بيئة قانونية وتشريعية تسهل عمل الإدارة الإلكترونية ويكثر عليها المشروعية والمصادقية عن كل النتائج الناتجة عنها. (أماني فوزي، 2018، ص 72)

3.2 فوائد التحول الرقمي:

يمكن الحصول على الكثير من الفوائد عند استخدام التكنولوجيا الرقمية، وقد أثبتت التجارب التي قامت بها العديد من الدول الرائدة في مجال التكنولوجيا الرقمية، بفعالية وخبرة عالية، فمن المتوقع ان تحقق مكاسب كبيرة عن طريق ثلاثة مجالات أساسية وهي: (حسن علاوي، 2008، ص 11)

- تجارب أفضل للعملاء، عن طريق تحسين تجربة الزبون وإطلاق منتجات وخدمات جديدة؛
- تسهيل العمليات (التحسينات التشغيلية) عن طريق أتمته العمليات التشغيلية وتحسين التواصل الداخلي للعمليات الداخلية؛
- تغيير نموذج الأعمال لتمكين الشركات من توسيع نطاقها للوصول إلى العملاء والأسواق الجديدة وإطلاق أعمال جديدة وتطويرها.

4.2 أهمية التحول الرقمي:

لقد أثبتت الرقمنة تأثيرها الفعال على عدة مجالات، بالرغم من اختلاف بيئات العمل، وتظهر هذه الفعالية من خلال أدوات رقمية حديثة خاصة المنصات التي ساهمت في تسريع العمل وإدراج أرباحاً كثيرة مع المحافظة على عمليات التشغيل بكفاءة أعلى. كما أن للتحول الرقمي أهمية واضحة في الأسواق المالية، إذ يزيد من معدلات النمو وذلك عن طريق جانبين هامين هما حجم الأسواق والاستثمارات، فإذا زاد استثمار المصارف والمؤسسات المالية نتيجة التطورات التكنولوجية المتقدمة، سوف يؤثر ذلك وبشكل واضح في توسع حجم الأسواق وزيادتها بشكل يؤدي إلى زيادة العوائد على الاستثمارات وعلى المدى الطويل، إذ

دلت البحوث العديدة، إن عصر التكنولوجيا الرقمية شهدت تقدماً كبيراً في مجال الاستثمار سنة بعد أخرى من خلال تطور: (بلخضر شاكر، 2008، ص12)

- التجارة الإلكترونية: باستخدام تكنولوجيا المعلومات في تبادل السلع والخدمات والمعلومات بين الأفراد.
- التسويق الإلكتروني: ويتم ذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الأهداف التسويقية المخالفة من خلال شبكات الاتصال المباشر ووسائل الاتصال الرقمية.
- الاستثمار الإلكتروني: وهذا من خلال الاستفادة من إمكانيات الشبكة وما توفره من معلومات لاتخاذ قرارات المستثمرين في سوق العمل.

5.2. مزايا وعيوب التحول الرقمي:

التحول الرقمي يعبر عن عملية "دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع الأعمال التجارية، مما يحدث تغييراً في كيفية تفاعل المؤسسات مع عملائها، ويحسن من العمليات الداخلية في المؤسسة، فتصبح أكثر كفاءة (أمينة عمر، 2023، ص11)، لذا فإنه يمتاز بعدة مميزات، إلا أنه لا يخلو من المخاطر.

❖ **مزايا التحول الرقمي:** يمتاز التحول الرقمي بمزايا كثيرة في الأعمال التجارية وفي الحياة الشخصية اليومية، أهمها ما يلي: (فريد راغب النجار، 2004، ص12)

- زيادة التنافسية في العمل: تعمل التكنولوجيا على زيادة المرونة والكفاءة والإنتاجية في العمل، وبالتالي زيادة الاستثمار، وكلما تبنت الشركة تقنيات جديدة كلما زادت صدارتها في السوق، فيصبح هناك تنافس أكبر بين الشركات.
 - زيادة إنتاجية الموظفين: يساعد التحول الرقمي الموظفين في العمل، بحيث يصبح الوصول إلى المعلومات أسهل، مثل استخدام برامج المحاسبة والبرامج المكتبية، مما يمنحهم القدرة على تحقيق إمكاناتهم، وبالتالي زيادة إنتاجيتهم وتحسن أداء الشركة ككل.
 - خدمة العملاء بشكل أفضل: تتيح عمليات التحول الرقمي تلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل، مثل استخدام مواقع وتطبيقات الويب للشراء، فيسهل على العملاء التجربة مع منصات الشركة الرقمية، وخدمتهم بشكل أسهل.
 - سهولة الدخول إلى المعلومات: يساعد التحول الرقمي على الحصول على المعلومات بسهولة ويسر، فمن الممكن الوصول إلى الكتب، والأفلام، وغيرها بدون متاعب، فقط من خلال الدخول إلى الإنترنت.
- هذا بالإضافة إلى: (محمد ممتاز، 2008، ص75)

- توفير الوقت: حيث وفرت التكنولوجيا الرقمية الوقت في كثير من الأمور، منها: الدفع والخدمات المصرفية بواسطة بطاقة الائتمان بسهولة ويسر القيادة الآلية للسيارات. استشارة الطبيب واتخاذ القرارات الحاسمة.
- صناعة الترفيه: فالتحول الرقمي يشمل زيادة الترفيه لدى الأشخاص، فمن الممكن لهم الحصول على أفلامهم وبرامجهم التلفزيونية فقط بنقرة واحدة.

❖ **عيوب التحول الرقمي:** على الرغم من الأهمية المتزايدة للتحول الرقمي فعيوبه عديدة نذكر منها: (علي عبد الفتاح، 2007، ص435)

- أمن البيانات: حيث إن في بعض الأحيان يكون من الصعب الحفاظ على المعلومات والبيانات التي تتعلق بالأفراد والمنظمات، من الاختراق من قبل المجرمين أو الإرهابيين، أو المنافسين التجاريين.
- انعدام الأمن الوظيفي: تسبب التغيرات الهائلة في التكنولوجيا في انعدام الأمن الوظيفي، فمن الممكن أن تحل التكنولوجيا محل البشر في العديد من المهام، وزيادة عمل الأشخاص من المنزل، مما يقلل من الأمن الوظيفي.

- عمر الأجهزة التكنولوجية: والذي يؤثر سلبا على ما يلي:

- تتمتع الأنظمة الرقمية بعمر قصير نسبيا، مما يجعل مختصي التكنولوجيا يعملون ليلا ونهارا لتحديثها.
- زيادة الكلفة على المستخدمين، لحاجتهم إلى ترقية أجهزتهم بعد عدة سنوات، ويصبح الإصدار لدى المستخدم قديم لا يتوافق مع الأنظمة الجديدة.
- نقص الاستدامة والكفاءة: لأن الأجهزة القديمة تصبح غير مفيدة.
- مخاوف الخصوصية: حيث أصبح الحصول على الخصوصية الشخصية في التحول الرقمي أمرا في غاية الصعوبة، وذلك بسبب سهولة سرقة البيانات أو بيعها، والكاميرات الرقمية في كل مكان، فإنها تراقب كل التحركات في الأماكن العامة.
- الانفصال الاجتماعي: يؤدي ميل الأشخاص إلى مواقع التواصل الاجتماعي، إلى زيادة العزلة، والبعد عن العالم الواقعي، مما يسبب الاكتئاب، وزيادة الإصابة بالأمراض العقلية.
- وخلال ما سبق ذكره، تجدر الإشارة أن إهمال مثل هكذا عيوب قد تتطور لتصبح مخاطر كبيرة تواجهها الدولة والمجتمع المؤسسي وقد تصعب السيطرة عليها.

3. الأدبيات النظرية لريادة الأعمال وأهدافها:

مع بداية الألفية الثانية، ظهر مصطلح ريادة الأعمال والذي يعبر على عملية "إبداعية مرتبطة بتنظيم مشروع تجاري جديد أو تطوير مشروع تجاري قائم، عن طريق مجموعة من القرارات التي تساهم في حصر المشكلات التي تعيق سير العمليات في هذه المشاريع، بالإضافة إلى تعزيز مفهوم الاستخدام الأمثل للعناصر الإنتاجية المختلفة، بحيث يمتلك رواد الأعمال القدرة على تحفيز العناصر الإنتاجية وإخراج أفضل ما لديهم لتحقيق الأهداف التي يسعى المشروع الريادي إلى تحقيقها" (نبيل علي، 2005، ص 7)، ومع تطور الزمن تعددت تعاريف الاقتصاد المعرفي بتعدد الأفكار والآراء ويمكن حصر أهمها فيما يلي:

1.3. تعريف ريادة الأعمال وأهدافها:

عرفت ريادة الأعمال: "بأنها عملية إنشاء مشروع جديد تم ابتكاره، وتصميمه، وتخطيطه، من قبل رواد الأعمال؛ وذلك بهدف إنتاج منتج محدد أو تقديم خدمات مميزة للمجتمع لتوفير أسلوب حياة أفضل فيه. (Asia-pacific, 2000, page 50) وهي أيضا تمثل "القدرة على تنظيم، وتطوير، وإدارة المشاريع التجارية، إلى جانب التعرض للمخاطر من أجل تحقيق الأرباح، وذلك عن طريق الاستفادة من الموارد الطبيعية، والأيدي العاملة، والأرض، ورأس المال، مما يساهم في الحصول على الأرباح، كما تتميز الريادة بالابتكار والمخاطرة، (جمال داود سلمان، 2009، ص 17) وهي جزء أساسي من قدرة الدولة على تحقيق النجاح في السوق العالمي".

كما يمكن القول أنه الاقتصاد الذي يدور حول الحصول على المعرفة والمشاركة فيها واستخدامها وتوظيفها وابتكارها في تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كافة، من خلال الاستفادة من خدمة معلوماتية ثرية، وتطبيقات تكنولوجية متطورة واستخدام العقل البشري، وتوظيف البحث العلمي لإحداث مجموعة من التغييرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة وانسجاما مع تحديات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعالمية المعرفة، والتنمية المستدامة بمفهومها الشمولي والتكاملي. (محمد نائف، 2014، ص 35)

ومن خلال ما سبق يمكن القول أن اقتصاد المعرفة هو مرحلة من مراحل التطور الاقتصادي، يركز على المعرفة والإبداع والتطور التكنولوجي، حيث تلعب فيه المعرفة دوراً أساسياً في خلق الثروة، وتدخل في جميع القطاعات الاقتصادية وتؤدي دوراً مهماً في النمو والتنمية الاقتصادية.

2.3. عوامل نجاح زيادة الأعمال التنظيمية:

حتى تنجح الريادة التنظيمية وتحقق أهداف المنظمة يجب "أن يكون هنا مستوى عالي من التفاعل بين الأفراد والمنظمة والبيئة الخارجية على جميع المستويات"، وهناك العديد من العوامل التي تسهم في تحقيق ذلك، نذكر من بينها: (بليقي ومصباح، 2013، ص: 20، 21)

- الاستخدام الأمثل للمكافآت والحوافز: فالحوافز لها تأثير إيجابي على معنويات العاملين، ومن ثم دفع جهود هؤلاء العاملين وخلق العمل لتحسين مستوى الإنتاجية والأداء في المنظمة، فالأداء الريادي يجب أن يرتبط بنظام التكريم، ويعمل هذا النظام على تحفيز الريادي بشكل مميز.

- توفير الالتزام والدعم من قبل الإدارة العليا: تعتبر الخاصية الأكثر أهمية، فيجب أن تحتضن الإدارة العليا النشاط الريادي وتدعمه وتعززه بصدق وإخلاص، فبدون دعم الإدارة العليا لا يمكن تأسيس البيئة الريادية الناجحة، علماً أن الريادة التنظيمية يمكن أن تأسس على مستوى المنظمة ككل وعلى مستوى المشاريع التابعة لها أيضاً..

- الرؤية الريادية: وهي تعني المكانة أو الصورة التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها في المدى الطويل، وتشير الرؤية الريادية إلى ما تتوقع أن تحققه المنظمات من إنجازات، والتي تتأثر بالعديد من العوامل أهمها: الفرص البيئية المتاحة، أنماط المنافسة السائدة بين المنظمة والمنافسين الآخرين، مدى الاستفادة من الفرص المتاحة في البيئة التي تعمل بها المنظمة.

3.3. أهداف زيادة الأعمال التنظيمية:

تعد أهداف زيادة الأعمال سبباً للنمو وتطور الأعمال الرائدة، ولذلك تسعى معظم الأعمال الرائدة والشركات الناشئة لتحقيق هذه الأهداف منذ انطلاقتها، (كمال وعيسى، 2006، ص55) وما يأتي توضيح لأبرز أهداف زيادة الأعمال: (علي السلمي، 2014، ص: 74، 75)

- القيادة الذاتية: يطمح الكثير من رواد الأعمال عند انطلاق أعمالهم أن يصنعوا وظيفة خاصة بهم ولذلك يجب أن يكون رائد الأعمال قائماً لنفسه وللعاملين معه ليستطيع أن يخلق بيئة عمل أكثر صحة تتناسب بصورة أفضل مع الروح الريادية للعمل، ولذلك فإذا أصبحت رائد أعمال فإني ستكون رئيس نفسك في العمل:

- التحقيق والسعي وراء الأفكار: وذلك بسبب اختلاف مفهوم زيادة الأعمال عن العمل التقليدي الذي يتطلب القيام بواجبات محددة والتعامل مع المسؤوليات دون إبداع أو خلق للأفكار، فقد لا يكون التعامل مع المسؤوليات بتلك الطريقة هو الشغف لرائد الأعمال، فرواد الأعمال يسعون لتحقيق شيء مختلف وهذا ما يدفعهم لمتابعة أفكارهم والسعي وراءها.

- اكتساب الأموال الإضافية: إن من أهم أهداف زيادة الأعمال تقديم إمكانية أكبر لتحقيق مكاسب مالية كبيرة مقارنة بالعمل التقليدي الذي يكسب المال فيه على حساب جهات محددة، والجدير بالذكر أن هدف رائد الأعمال يكمن بأن يكسب المزيد من المال مع شعوره بالحرية المالية حيث يلاحظ بأن رواد الأعمال يكون نصيبهم نصيب الأسد من الأرباح في الأعمال الرائدة بسبب ملكيتهم لهذه المشاريع والأعمال.

هذا بالإضافة إلى: (Woodsnew. 2016, page 24)

دور التحول الرقمي في دعم ريادة الأعمال التنظيمية

- تقديم مساهمة حقيقية للمجتمع: تهدف ريادة الأعمال إلى تطوير خدمة أو منتج يحتاجه المجتمع أو تطوير طريقة تقديم الخدمات والمنتجات لتلبية حاجات المجتمع بصورة أفضل، لذلك فإن تقديم هذه المساهمة في المجتمع سيعزز من ارتباط الشركة الرائدة بالجمهور على الرغم من أنه قد لا يترتب أية أمور مالية على تلبية وتحقيق هذه المساهمات.
- تحقيق الكفاءة في جميع القطاعات: أن تصبح القطاعات أكثر كفاءة هو أحد أهم أهداف ريادة الأعمال، ولذلك يهدف رواد الأعمال إلى تحقيق كفاءة كبيرة في جميع جوانب مؤسستهم وسعيهم المستمر إلى التميز، وعلى الرغم من تطور القطاعات المستمر وتغير احتياجاتها فإن رائد الأعمال يسعى دائما لإيجاد موقعه في القطاع والحفاظ عليه وتطويره.
- تحقيق الاستقرار المالي: يعد تحقيق التوازن بين المصاريف والإيرادات للأعمال الرائدة والوصول إلى نقطة الاستقرار المالي من أهم ما يسعى إليه رائد الأعمال، ففي خطوة تسبق القرارات المتعلقة بزيادة الأرباح وتعظيمها.

4. علاقة التحول الرقمي بريادة الأعمال التنظيمية:

يرى بعض المفكرون والباحثين الاقتصاديون أن التحول الرقمي ما هو إلا انفتاحات تقنية حديثة، مكنت كثير من رواد الأعمال من تحقيق نجاحات معتبرة. في حين يذهب البعض الآخر إلى التحول الرقمي نفسه ما هو إلا نتاج عمل ونشاط ريادي في الأساس، لكن سواء كان التحول الرقمي نتيجة لريادة الأعمال أو كان إحدى موجاتها الأكثر تقدما وتطورا، فما من شك أن بين التحول الرقمي وريادة الأعمال علاقة جد وطيدة، بغض النظر عن زاوية النظر إلى العلاقة بينهما.

1.1. إسهامات التحول الرقمي في دعم ريادة الأعمال التنظيمية:

لقد بات من الواضح أن تكنولوجيا المعلومات تسهم في دعم مؤسسات "ريادة الأعمال" على تجاوز الكثير من التحديات التي تواجهها، سواء في مجال الموارد البشرية الماهرة والمدربة، أو في عمليات البيع والترويج والوصول إلى مناطق جغرافية بعيدة (Woodsnew, 2016, page 24). ومع التطور التكنولوجي والنقلة النوعية في استخدام المعلومات، زادت منصات ريادة الأعمال الرقمية، التي يمكن من خلالها الوصول إلى المستهلك بطريقة مباشرة (محمد بدران، 2022، ص: 21)، و نتيجة لذلك فإن المستقبل سيكون مفتوحا لنمو مؤسسات ريادة الأعمال الرقمية نظرا لقدرتها على البقاء في ظل التغيرات الاقتصادية الجديدة وتفشي الأوبئة والفيروسات، بما في ذلك الشركات الصغيرة والمتوسطة، التي سيتم دفعها لتبني الرقمنة عاجلا أم آجلا (جبار بوكفي، 2018، ص: 17).

وتشير الإحصائيات الدولية بأنه على مدى السنوات القليلة الماضية أصبح التسوق عبر الإنترنت الأكثر شعبية في جميع أنحاء العالم، في أسواق مختلفة كأمريكا والمملكة المتحدة والسويد. كما تشير الإحصائيات، إلى ارتفاع معدل انتشار ريادة الأعمال الرقمية بنسبة 70٪ لدى السكان البالغين. كما شهدت الأسواق الناشئة مثل البرازيل والصين نموا سريعا، في تبني هذا النوع من التوجه، ويبلغ إجمالي قيمة المعاملة في قطاع المدفوعات الرقمية 4406431 مليون دولار أمريكي في عام 2020 ومن المتوقع أن يظهر إجمالي قيمة المعاملة معدل نمو سنوي بنسبة 0.17٪، مما ينتج عنه إجمالي مبلغ 8266917 مليون دولار أمريكي بحلول عام 2024. (Guerrieri, V. Lorenzoni, 2020, Page66)

وقد أشار "جاسينوفسكي" -رئيس الرابطة الوطنية الأمريكية للمصنعين- إلى أهمية مسارعة الشركات إلى دخول مجال ريادة الأعمال الرقمية وإلى تفعيل دورها في مجال ريادة الأعمال الرقمية، وإلا سيتم إقصاؤها من السوق، ويمكن القول أن التحول الرقمي ساهم بدفع ريادة الأعمال نحو الطليعة لما يمتلكه من مزايا تسهل نقل المعلومات، بالإضافة للاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتحليلات المتقدمة في معالجة المعلومات، والتي من شأنها تسريع الأمور، فقد أصبحت غالبية الشركات تعتمد على الاقتصاد الرقمي في تلبية احتياجات العملاء والمستهلكين بشكل أسرع، ومن خلال ما سبق يمكن القول أن

جودة الاقتصاد المعرفي مرتبطة رباطا وثيقا بجودة الاقتصاد الرقمي التي تعتمد عليه الحكومات ومدى التزامها بتطبيق الاستراتيجيات وخطط المسطرة و بالتالي تحسين الأداء الشامل.

2.4. النقاط المشتركة بين الاقتصاد الرقمي و اقتصاد المعرفة: (Statista.com. 2020,Page 29)

من خلال ما سبق يمكن القول أن الاقتصاد الرقمي، اقتصاد قائم على الانترنت، ويعتمد بشكل أساسي على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للقيام لأنشطة الاقتصادية، ويجعل هذه الأخيرة أكثر فعالية من خلال الاستجابة السريعة والمتواصلة لمطالبات الزبائن و المستهلكين النهائيين، كما يعتبر اقتصاد المعرفة، اقتصاد قائم على المعرفة، وتعتبر هذه الأخيرة أحد عوامل الإنتاج، وانه يركز على الاستثمار في الرأسمال الفكري، وانه يحتاج إلى قوى عاملة مدربة ومؤهلة، وانه يحتاج إلى توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات توظيفاً يميز لفعالية، ومنه، فإن الاقتصاد الرقمي يتشابه مع اقتصاد المعرفة في عنصر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في القيام الأنشطة الاقتصادية وخدمة الزبائن بفعالية، وضمان ولائهم الدائم للمؤسسة ومنتجاتها، أما عن نقاط الاختلاف، فالاقتصاد الرقمي يمكن اعتباره وسيلة جديدة للتفوق على المنافسة والحصول على أسواق جديدة ليس لها مكان بل في عالم افتراضي، أما اقتصاد المعرفة، فهو يسعى إلى تغيير نمط نشاطات رئيسية في المؤسسة كالإنتاج والتسويق وحتى الإدارة إلى نشاطات مبنية على المعرفة، غير أن، الكثير من الدراسات المتخصصة لم تتطرق إلى التفريق بين المتغيرين، لا لتقصير منها، بل للتشابك الكبير بين الاقتصاد الرقمي واقتصاد المعرفة (Helena, M., & Felipe , 2019, page 18).

5. خاتمة:

بناء على ما سبق مناقشته، يمكن اعتبار التحول الرقمي بمثابة طوق نجاة يعتمد عليه رواد الأعمال في هذا العصر وفي ظل التغيير المستمر، وهو أيضا خيار لا بد منه لدعم ريادة الأعمال التنظيمية، رغم كل الاعتراضات والمقاومات التي تحول دون تطبيقه، وهذا نظرا لما يتمتع به من مزايا تفيد النشاطات الاقتصادية بجميع مجالاتها، إبتداء من تحسين الكفاءة التشغيلية وتطوير المنتجات، وإنهاء بزيادة نسب ولاء العملاء، زيادة على ذلك فإن التحول الرقمي يشكل سلسلة حلقاتها مرتبطة بمختلف التقنيات الجديدة، تصب في صالح المشاريع الريادية، مما يثبت صحة فرضية أن علاقة التحول الرقمي وريادة الأعمال هي علاقة نفع متبادل وتأثير وتأثر وعلى هذا الأساس يجب على المؤسسات التي لازالت تقليدية ولم تلحق بركاب الرقمنة أن يعجلوا بدمج آليات وسائط التقنية في أعمالهم، كي يتمكنوا من تحقيق الكثير من المنافع والمكاسب من خلال ذلك.

ومن خلال هذه الورقة البحثية تم التوصل إلى النتائج والتوصيات التالية:

- التحول الرقمي يعتبر البوابة الذهبية للنهوض بريادة الأعمال خاصة بالنسبة للدول النامية كما أنه يساهم بشكل ايجابي في خروج هذه الدول من أزمتها الاقتصادية؛
- تحلي الحكومات بالإرادة القوية والرؤية الواضحة في مشروع رقمنة قطاعاتها الاقتصادية وتغيير البنية التحتية من أجل مواكبة الدول المتطورة؛
- وضع ترسانة قانونية وتشريعية تعتمد على العصرية في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال؛
- استقطاب العامل البشري والاستثمار فيه خاصة الفئة الشابة المؤهلة والمتعطشة للتكنولوجيايات وتبني مشاريع الابتكار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- عند التوجه إلى التحول الرقمي، يجب أن يأخذ في الاعتبار الأدوات والعمليات التحويلية الرقمية التي يمكن أن تؤدي إلى إحداث التغيير الضروري لتحسين الإنتاجية وتقليل نفقات الموارد والميزة التنافسية.

1. فريد النجار، سنة 2007، "الاقتصاد الرقمي"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة.
2. حسن مظفر الرزو، سنة 2006، "مقومات الاقتصاد الرقمي ومدخل إلى اقتصاديات الإنترنت"، معهد الإدارة العامة، مركز البحوث، الرياض.
3. http://khttab-academy.blogspot.com/2014/11/blog-post_29.html
4. Mary K. Pratt, Retrieved 3-1-2022 "digital economy", searchcio.techtarget., Edited
5. تقرير خاص بلجنة التكنولوجيا من أجل التنمية، 11-12 شباط/فبراير 2017. "الاقتصاد الرقمي والتحول نحو المجتمعات الذكية في المنطقة العربية"، دبي،
6. بلخضر شاكر، 2017، "الاقتصاد المعرفي بين الفرص والتحديات"، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، الجزائر.
7. عبد الرازق حميدي، سنة 2008 "اقتصاد المعرفة وتعزيز تنافسية المؤسسة: مع الإشارة إلى حالة الجزائر"، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، الجزائر.
8. أماني فوزي، سبتمبر 2018، "مفهوم الاقتصاد الرقمي"، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الرابع والخمسون، العدد الثالث، مصر.
9. حسن علاوي، سنة 2008. "التطور التكنولوجي واستراتيجيات سد الفجوة الرقمية في البلدان العربية"، الملتقى العلمي الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بو علي، الجزائر.
10. بلخضر شاكر، مرجع سابق،
11. د. أمينة عمر، 3 جوان 2023 "الاقتصاد المعرفي، مجلة الموسوعة السياسية، تم الاطلاع: <https://political-encyclopedia.org/volunteer/AminaOmar>
12. فريد راغب النجار، 2004، "الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر.
13. محمد ممتاز، سنة 2008. "دليل القانوني إلى التجارة الدولية"، الطبعة 1، دار الفاروق، القاهرة.
14. علي عبد الفتاح ابو شرار، سنة 2007، "الاقتصاد الدولي نظريات وسياسات"، الطبعة 1، دار المسيرة، عمان، الأردن.
15. مجمع البحوث والدراسات، سنة 2016، "الجريمة الإلكترونية في المجتمع الخليجي وكيفية مواجهتها"، أكاديمية السلطان قابوس لعلوم الشرطة، مسقط.
16. نبيل علي، ناديا حجازي، سنة 2005، الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجتمع المعرفة، الطبعة 1، عالم المعرفة، الكويت.
17. Asia-pacific Economic cooperation Available/2000- At:www.apec.org/Meeting-papers/leaders-declarationaclm.aspx
18. جمال داود سلمان، 2009، "اقتصاد معرفة"، الطبعة 1، المكتبة الوطنية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
19. محمد نائف محمود، 2014، "الاقتصاد المعرفي"، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن.
20. بلقيدم صباح، 2013، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الإستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية"، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، الجزائر.
21. كمال منصوري وعيسى خليف، 2006 "اندماج إقتصادات البلدان العربية في اقتصاد المعرفة- المقومات والعائق"، مجلة إقتصادات شمال إفريقيا، العدد 4، الجزائر
22. علي السلمي، 2014 "الإدارة في عصر العولمة والمعرفة"، سما للنشر والتوزيع، مصر.
23. Jeff Woods news. Edited , Sap retrieved 2022, "Twilight of the Knowledge Economy and the Rise of Digital Economy"
24. Jeff Woods. نفس المرجع السابق.
25. محمد حسن الهادي بدران، 2010 "دور الاقتصاد المعرفي و الرقمي في الناتج المحلي الإجمالي، وتحقيق التنمية المستدامة في مصر"، المجلة الاقتصادية العربية، المجلد 49، مطالعة على الرابط https://jso.journals.ekb.eg/article_223483_4f8bb591aa1d71f93af8ab8762217420.pdf
26. د. جبار بوكثي، ط.د. فاطمة الزهراء قوفي، سنة 2018، "اقتصاد المعرفة و علاقته بالاقتصاد الرقمي، بين التبعية والاحتواء"، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك و الاقتصاد الرقمي.
27. Guerrieri, V., Lorenzoni, G., Straub, L., & Werning, I. (2020). Macroeconomic implications of COVID-19: Can negative supply shocks cause demand shortages? National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w26918>
28. Statista.com. (2020). Digital payments. <https://www.statista.com/outlook/296/100/digitalpayments/worldwide>
29. Helena, M., & Felipe, L, Digitization and SMEs in the Mediterranean, Economic and Social Commission, 2019.

أثر ريادة الأعمال على أداء المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة -دراسة حالة عينة من المؤسسات السياحية لولاية سكيكدة-

The impact of entrepreneurship on the performance of tourism institutions in light of the knowledge economy – A case study of a sample of tourism institutions in Skikda state-

الويةز خلفه ساهل¹، أسامة سنوسي²

¹ المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميله (الجزائر)

² المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميله (الجزائر)

ملخص: تتمحور فكرة هذه الورقة البحثية حول معرفة مدى تبني المؤسسات السياحية لمفهوم ريادة الأعمال وما اثر هذه الريادة على أداء تلك المؤسسات وكل ذلك في ظل اقتصاد المعرفة من خلال الاستغلال الأمثل للفرص المتاحة والبحث عن التميز والتطور ففي مجال ريادة الأعمال يتم التركيز على كيفية استغلال الفرص والتكيف مع التغيير حيث تعتبر الفرص واحدة من اهم الروابط التي تربط ريادة الأعمال باقتصاد المعرفة حيث تقوم هذه الأخيرة على الاستعمال الواسع النطاق للمعلوماتية وشبكات الانترنت مع الابداع والتطور التكنولوجي والأجهزة الالكترونية و الرقمنة مع استعمال واستغلال العقل البشري احسن استغلال بالتعليم والابتكار والتكوين الجيد والصحيح، وكل ما يتم عن عملية مزج ريادة الأعمال مع اقتصاد المعرفة يعود بالأفضل على أداء المؤسسات السياحية وجودة خدماتها ونصل الى الإجابة عن تساؤلاتنا ونعرف انه هناك اثر كبير لريادة الأعمال على أداء هذه المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

الكلمات المفتاحية: الريادة؛ الشخص الريادي؛ ريادة الأعمال؛ المؤسسات السياحية؛ اقتصاد المعرفة.

Abstract: The idea of this intervention revolves around finding out the extent to which tourism institutions adopt the concept of increasing business and the impact of this increase on the performance of those institutions, and all this in light of the knowledge economy through the optimal use of available opportunities and the search for excellence and development in the field of entrepreneurship, the focus is on how to exploit opportunities and adapt to change, where opportunities are considered one of the most important links that link the increase of business with the knowledge economy, as the latter is based on the widespread use of informatics and internet networks with creativity, technological development, electronic devices and digitization with the use and exploitation. The human mind best exploited through education, innovation, and good and correct formation institutions that is done about the process of increasing business with the knowledge economy is better for the performance and quality of tourism institutions its services and up to answer our questions and know that there is a significant impact of entrepreneurship on the performance of these tourism institutions in the knowledge economy remained

Keywords: Pioneering; the pioneering person; entrepreneurship; the tourism establishments knowledge tourism for the knowledge economy

تعتبر زيادة الاعمال واحدة من ركائز النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل وما من شك ان مبادرات الشباب لإنشاء مشروعات صغيرة تعتبر من الاليات التي تساهم في مواجهة البطالة والتمهيش الاجتماعي ومن الأهمية الإشارة الى ان المشروعات الصغيرة توفر للعاملين فيها فرصا متميزة للتدريب على إدارة الاعمال وهذا ما يساهم في اكتسابهم خبرة عملية وصقل مهاراتهم مما يتيح لهم فرصا لتطوير مؤسساتهم ومشروعاتهم بصورة أفضل للارتقاء بها لتصبح من المؤسسات المتوسطة او كبيرة الحجم في حين أصبحت السياحة من أكبر الصناعات في العالم ولا يزال تقدمها و توسعها ينمو بصورة سريعة جدا ولهذا التوسع فقد عملت كثير من الدول المتقدمة والنامية على سن القوانين وإصدار التشريعات وتشجيع الاستثمار في القطاع السياحي وهذا ما سمح بظهور العديد من المؤسسات السياحية التي تسعى لخدمة السياح وتقديم الخدمات المناسبة لهم وكل ذلك في ظل اقتصاد المعرفة والذي يركز على التطور العلمي والتكنولوجي السريع، ومن هنا يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما أثر زيادة الاعمال على أداء المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة؟

1.1. الأسئلة الفرعية:

- ماذا نعني بالريادة؟ والشخص الريادي؟

- ماهي ريادة الاعمال؟ وماهي مهاراتها؟

- ماهي مزايا وصفات ريادة الاعمال؟

- ماهي المؤسسات السياحية؟ فيما تتمثل تصنيفاتها ووظائفها المقدمة؟

- ماهي اقتصاد المعرفة وماهي خصائصها؟ وماهي مقومات ومرتكزات اقتصاد المعرفة؟ وفيما تتمثل مؤشراتها؟

2.1. فرضية الدراسة: تنطلق فرضية البحث من انه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لريادة الاعمال في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

3.1. الفرضيات الفرعية:

- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لوجود المبادرات في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة

- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لقدرة المؤسسات السياحية على تحمل المخاطر في ظل اقتصاد المعرفة

- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لجذب الفرص في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة

- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ للإبداع في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة

4.1. اهداف الدراسة: تهدف الدراسة الحالية أساسا الى:

- توضيح مفهوم ريادة الاعمال والشخص الريادي؛

- التطرق الى المفاهيم الأساسية حول المؤسسات السياحية والتعرف على تصنيفاتها ووظائفها؛

- التطرق الى المفاهيم الأساسية حول اقتصاد المعرفة بما في ذلك خصائصها -مقوماتها ومرتكزاتها وكذا مؤشراتها؛

- اناة عقل القارئ والمتصفح لهذه الورقة البحثية بكل المفاهيم الحديثة لريادة الاعمال والمؤسسات السياحية وكاقتصاد المعرفة؛

- الوصول لعلاقة ريادة الاعمال واقتصاد المعرفة ومدى تأثيرها على أداء المؤسسات السياحية.

5.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية موضوع ريادة الأعمال في ظل اقتصاد المعرفة كونها من الدراسات الحديثة العهد والتي أصبحت ضرورة ملحة على المؤسسات بشكل عام وعلى المؤسسات السياحية بشكل خاص خصوصا في ظل التطورات الراهنة وتداعيات العولمة والرقمنة.

6.1. منهج الدراسة: لتحقيق اهداف الدراسة تم الاعتماد بشكل أساسي على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تقديم اهم المفاهيم المتعلقة بريادة الاعمال والمؤسسات السياحية وكذا اقتصاد المعرفة وكذا تحليل نتائج الدراسة الميدانية لاراء موظفي المؤسسات السياحية في ولاية سكيكدة على الاستبيان الموزع عليهم.

7.1. هيكل الدراسة: لمعالجة هذا الموضوع والاحاطة بجوانبه ارتأينا تقسيمه الى المحاور التالية:

-التأصيل النظري لريادة الاعمال؛

-التأصيل النظري للمؤسسات السياحية؛

-التأصيل النظري لاقتصاد المعرفة؛

-تحليل العلاقة بين ريادة الأعمال واقتصاد المعرفة ومدى تأثيرهما على أداء المؤسسات السياحية؛

-وصولاً الى الاطار التطبيقي وتحليل نتائجه؛

8.1. الدراسات السابقة:

دراسة الباحثان فاطمي مولات و مراد بودية محمد جميل مقال علمي بعنوان المحيط المؤسسي المؤثر على ريادة الأعمال في الجزائر المجلد الثامن العدد 02 جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان (2022) حيث تطرق الباحثان في هذه الدراسة الى تحديد المحيط المؤسسي في الجزائر نظرا لكونه بلد متعدد الموارد وامكانيات اقتصادية وتجارية ضخمة قادرة على نجاح الأعمال وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج وتوصيات أهمها ان المحيط المؤسسي هو المسؤول الأول والأكثر تأثيرا على ريادة الأعمال والتي قد تكون سببا في نجاحها وتطورها او فشلها . يقابلها تحديات مهمة يجب العمل على تجاوزها لبناء بيئة صحية لقيام ريادة الأعمال ومن هنا تنطلق بمبدئين الأول العمل على تهيئة البيئة المؤسسية وفقا لمتطلبات قيام الأعمال بصفتها تحتوي على المعايير الأساسية التي تعتمد عليها التقارير العالمية لقياس تطور الأعمال ومن جهة ثانية العمل بروح المقاولاتية بالبحث وإيجاد أساليب جديدة وابتكار طرق لتخطي هذه العقبات ورفع التحدي

دراسة الباحثة نسرین برجي مقال علمي بعنوان الريادة في مجال صناعة السياحة الحلال لدولة ماليزيا من خلال المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية مجلة اليزا للبحوث والدراسات (2021) جامعة سوق اهراس، حيث تطرقت الباحثة في دراستها على الريادة الماليزية في مجال السياحة الحلال بالاعتماد على المؤشر العالمي للسياحة الإسلامية خاصة وان ماليزيا من اهم الدول التي تنافس لتسوق نفسها على انها افضل وجهة للسياحة الحلال في العالم وبالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي توصلت الباحثة الى عدة نتائج أهمها ان ماليزيا قد تصدرت قائمة اهم وجهات السياحة الحلال في العالم بالرغم من وجود العديد من المنافسين في هذا القطاع الذي يعرف نموا متسارعا وربحية عالية

دراسة الباحثان مزيان امينة وبوكساني رشيد مقال علمي بعنوان واقع ريادة الأعمال في الجزائر نحو ضرورة تطوير وترقية سياسات الدعم والمرافقة مجلة بمعارف قسم العلوم الاقتصادية جامعة بومرداس (2018) حيث تطرق الباحثان في هذه الدراسة الى ان الجزائر اعتمدت على عدة البيات وأجهزة لدعم وترقية مشاريع المقاولاتية الا انها مازالت تواجه عدة صعوبات تتعلق أساسا بطبيعة النسيج الاقتصادي الوطني حيث اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد توصلت الدراسة الى عدة

نتائج و توصيات أهمها ضرورة تطوير وتعزيز سياسات واليات الدعم والمرافقة من اجل مشاريع ريادية مستديمة وابداعية في الجزائر.

2.الاطار النظري للدراسة:

1.2 التأسيس النظري لريادة الاعمال:

1.1.2- مفهوم ريادة الاعمال: قبل التطرق لمفهوم ريادة الاعمال ارتأينا التعرف على معنى الريادة ومفهوم الشخص الريادي: ان مفهوم الريادة مفهوم بالغ الأهمية في الاقتصاد المعاصر ولقد تغيرت الترجمة العربية لمصطلح الريادية باللغة الاجنبية ثلاث مرات خلال العقود الأخيرة فقد كانت منظم ثم مقال ثم تحولت الى في التسعينات الى ريادة، الريادة او الريادية مفهوم قديم استعمل اول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر. وقد تضمن المفهوم انداك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الاستكشاف العسكرية. ودخل مفهوم الريادة الى النشاطات الاقتصادية في مطلع القرن الثامن عشر من قبل ريتشارد كانتلون الذي وصف التاجر الذي يشتري سلعا بسعر محدد لبيعها في المستقبل بسعر لا يعرفه مسبقا بانه ريادي فمهما كان الامر فان روح المخاطرة والمغامرة بقيت ملازمة لمفهوم الريادة.

وفي النصف الثاني من القرن العشرين تعدى مفهوم الريادة عن المخاطرة والمغامرة الى الابتكار والإدارة والتنظيم والابداع والتنوع والتميز وإدخال طرق جديدة، ومن مفهوم الريادة جاء مفهوم الشخص الريادي الذي اعتبر حجر الزاوية في العملية الإنتاجية والاقتصادية على حد سواء فالريادي عن ساي هو ذلك الشخص الذي يدير العملية الإنتاجية وينظم عناصر الإنتاج فيها ويشرف على مجمل هذه العملية بالكامل بالإضافة الى امتلاكه روح الولاء للعمل التي تتضمن معرفة دقيقة ببيئة النشاط الاقتصادي والقدرة على اتخاذ القرار وإبقاء العيون مفتوحة على كل المتغيرات. اما جوزيف شومبيتر فقد اعتبر ان كل مخترع او مجدد او منظم فهو ريادي، اما هوزيلتز فقد اعتبر الريادي ذلك الشخص الذي تتوفر فيه مهارة الابداع وروح القيادة.

لدى فان الشخص الريادي هو الذي يملك طرقا جديدة في ردم الهوة بين المعرفة وحاجات السوق والمجتمع المختلفة 1 ومن مفهوم الريادة والشخص الريادي سنتطرق الى مفهوم ريادة الاعمال: يعرف قاموس مصطلحات الاعمال ريادة الاعمال على انها القدرة والرغبة في تطوير وتنظيم وإدارة المشروع التجاري في وجود المخاطرة من اجل تحقيق الربح، كما عرفها الاتحاد الأوروبي بانها الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والابتكار والابداع والفاعلية في التسيير ضمن مؤسسة جديدة او قائمة، وتعرف ريادة الاعمال كذلك بانها نشاط يهتم بتأسيس الاعمال المتنوعة من اجل تحقيق الربح مع تقدير المخاطرة المترتبة على ذلك.

وتعرف ريادة الاعمال او كما سميت بالاعتماد او هندسة المشاريع بانها عملية تحديد مشروع معين يهدف لحل تحدي او مشكلة ما او ابتكار جديد. للبدء به والتركيز عليه وتوفي والموارد اللازمة وتنظيمها وتحمل المخاطر في سبيل تحقيق ربح مالي (الخن (الخنساء. 2019. ص38-54)

2.1.2. أهمية ريادة الاعمال: تكمن أهمية ريادة الاعمال في العمل على مساعدة المجتمعات على التنمية وإخراج أجيال يدركون الفرص والمبادرة في تبنيها وامتلاك روح الابتكار والابداع واستثمار الموارد المتاحة لتحقيق مشروعات ناجحة ومرحة تساعد على النمو الاقتصادي، كما لها أهمية كبرى في انتشار ثقافة رواد الاعمال بالمجتمع وظهور مؤسسات حكومية وغير حكومية تعمل على رعاية الرياديين ومساعدتهم ودعم الشباب على إقامة أعمالهم الخاصة كذلك تعمل على تخفيف العجز في ميزان المدفوعات ودعم الصادرات والتي تعتمد بشكل كبير في نشاطاتها على المواد الخام المحلية والكثافة العمالية، كذلك تقوم المشروعات الصغيرة والمتوسطة تكثيف العمل الذي يحتاج الى راس مال صغير وهي القادرة على جذب مدخرات الافراد الصغيرة وقدرتها على

تحقيق فائض اقتصادي، كما تعمل كذلك على استغلال المخلفات الزراعية للمحافظة على نظافة البيئة حيث تهدف هذه المشروعات الى تحقيق التنمية المستدامة عن طريق حماية الموارد الطبيعية الحالية والمستقبلية من خلال القيام بالمشاريع الخضراء التي تعمل على مشكلة التلوث البيئي (مولات.2022.ص296-297)

3.1.2. مهارات ريادة الاعمال: يعتبر الشخص الريادي هو ذلك الشخص الذي يستطيع تنظيم وإدارة الاعمال واخذ المخاطرة لتحقيق الربح والنمو ولهدا فله عدة مهارات لتحقيق ذلك نذكر منها ما يلي:

-القدرة على التخطيط والتنظيم من خلال وضع الأهداف والالتزام بالوقت وادارته ووضع برامج العمل وتحقيقها؛

-التخطيط المالي من حيث تحديد الموازنة وضمان القروض والاحتفاظ بالمجالات المالية وبيان الموارد المالية المختلفة؛

-القدرة على العمل مع فريق حيث تحتاج هذه المهارة تطوير مهارات الاتصال مع فريق العمل وتقبل الاختلافات الثقافية والفكرية في بيئة العمل (مبارك.2010.ص55-56)

4.1.2. صفات ومزايا ريادة الاعمال: وقد تميزت ريادة الاعمال بعدة مميزات نذكر منها مايلي:

-تعتبر الريادة مدخل من مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستخدام الأفضل للموارد المتاحة للوصول الى اطلاق منتج او خدمة جديدة وكذلك الوصول الى تطوير طرق وأساليب جديدة للعمليات؛

-وتعني كذلك الادراك الكامل للفرص المتمثلة بالحاجات والرغبات والمشاكل والتحديات والاستخدام الأفضل للموارد نحو تطبيق الأفكار الجديدة في المشروعات التي يتم التخطيط لها بكفاءة عالية. (النجار.2010.ص30)

2.2. التأصيل النظري للمؤسسات السياحية:

1.2.2 مفهوم المؤسسات السياحية: قبل التطرق الى التعرف على مفهوم المؤسسة السياحية يمكن تقديم تعريف مصطلح مؤسسة ومصطلح سياحة، تعرف المؤسسة على انها مجموع الإمكانيات المادية والبشرية التي تدخل في اطار هيكل المؤسسة وترتبط ببعضها البعض بشكل متكامل لانتاج سلع وخدمات وفيها يتم التركيز على تنظيم السلطة وتوزيع المهام وكيفية اتخاذ القرار وحركات الافراد، كما تعرف السياحة على انها مجموعة الأنشطة الإنسانية الموجهة لتحقيق رحلات ترفيهية وهي صناعة تساعد على سد حاجات السائح، او هي كل تنقل خارج بلد الإقامة او المنطقة لمدة لا تقل عن ليلة واحدة ولا تزيد عن سنة بشرط ان لا يتم خلال هذه المدة تعاطي نشاط بمقابل مالي بالبلد او المنطقة المستقبلية للسائح.

ولقد تعددت تعاريف المؤسسات السياحية نذكر ابسطها واهمها: فمنه من عرفها على انها تلك المؤسسات الاقتصادية المساعدة لحاجات الاطراف المشتركة في الرحلة السياحية، ومنه من عرفها على انها المؤسسات التي تقوم بتنظيم رحلات سياحية جماعية او فردية داخل او خارج الوطن وفقا لبرامج معينة وتنفيذ ما يتصل بها من نقل وإقامة وما يلحق بها من خدمات. (خوني. 2017. ص325)، ويمكن القول ان المؤسسات السياحية عبارة عن كل مؤسسة تقوم بتنظيم رحلات وتقديم خدمات سياحية متنوعة للسائح لتلبية حاجاتهم واشباع رغباتهم وكسب ولائهم لها.

2.2.2 أهمية المؤسسات السياحية: لها أهمية كبيرة تتمثل في الاتي:

-تعتبر المؤسسات السياحية مكملة لبعضها البعض من حيث تتعدد جهات الإنتاج في مجال السياحة من أنواع هذه المؤسسات. تنشيط قطاع السياحة من خلال العمل على تطوير وتحسين الخدمات السياحية المقدمة عن طريق توفير البنية التحتية الخاصة.

-المساهمة في تنمية الاقتصاد الوطني من خلال الحصول على إيرادات بالعملة الصعبة من طرف السياح الأجانب نتيجة ارضائهم وتلبية احتياجاتهم ورغباتهم وتوفير الراحة والاستجمام والأمان.

- تنمية المناطق الجغرافية التي تتواجد فيها هذه المؤسسات من خلال زيادة النشاط الاقتصادي للمنظمة خاصة.
- تساهم بشكل فعال في توفير مناصب شغل دائمة ومؤقتة والتقليل من حدة البطالة. (منيرعوي. 2008. ص13)
3.2.2. تصنيف المؤسسات السياحية: للمؤسسات السياحية عدة معايير لتصنيفها نذكر أهمها وباختصار:

❖ مؤسسات الوساطة وتسويق المنتجات والخدمات: وتتمثل في:

-وكالات السياحة والاسفار: وهي كل مؤسسة تمارس نشاطا سياحيا بصفة دائمة تتمثل في بيع مباشر او غير مباشر- رحلات وإقامة فردية او جماعية وكل انواع الخدمات المرتبطة به وتتمثل مهامها فيمايلي:

• حجز وبيع تذاكر السفر؛

• توفير خدمات النقل السياحي وبرامج السياحة؛

• تنظيم الرحلات السياحية بأنواعها.

- المتعاملون السياحيون: وهم الأشخاص الذين يتولون مهمة الشرح والإرشاد للسائح

❖ مؤسسات السكن الفندقية: وتتمثل في:

-الفندق: ويعرف على انه منظمة إدارية ذات سمات اقتصادية واجتماعية وتقديم الضيافة في اطار القوانين المحلية والدولية لقاء اجر محدد لضيف داخل بناء مصمم لهذا الغرض.

-الفنادق السياحية: وهي كل مؤسسة تمارس نشاطا فندقيا.

-الفندق الصغير خارج المدينة: وهو تلك المؤسسات الواقعة على الطريق الرئيسي يستأجرها الزبون لاجل إقامة قصيرة المدة لا تتعدى 24 ساعة.

-الفنادق العائلية: تقتصر خدماتها على النوم فقط لفترات طويلة نسبيا.

-فنادق الشقق: يوفر خدمات كاملة للمعيشة في شقق فندقية.

❖ مؤسسات السكن ما حول الفندقية: وتتمثل في:

-بيوت الشباب: وهو مبنى مستقل به العديد من الغرف المجهزة للإقامة المؤقتة لجمعيات الشباب دو نجمة واحدة.

-الشاليهات والفيلات: وهي مباني مكونة من دور او دورين وتتوافر على خدمات الفنادق دو نجمتين.

-المنازل الجبلية: وهي مساكن تقع في أعالي جبال.

-المدن والقرى السياحية: ان المدينة السياحية عبارة عن تجمعات سياحية تحتوي على مجمعات كل مجمع يحتوي على الأقل على 500 غرفة للسكن ومشيدة من المواد التي لها قابلية على الأسعار لفترة طويلة، اما القرية السياحية فتكون قائمة بحد ذاتها حسب طاقتها الاستيعابية التي قد تكون اقل من المدينة السياحية، كما يمكن ان تضم المدينة السياحية الكبيرة عدة قرى سياحية تابعة لها.

-المخيمات: وهي إقامة السائح لخيمة صغيرة لوحده او مع افراد من عائلته. (علي. ط.1. ص51-56)

❖ مؤسسات النقل السياحي: وتتمثل في:

-مؤسسات الطيران: تهتم ببيع التذاكر للسائح او المسافر مع الحصول على ربح مناسب والعمل على المحافظة على بقائها ومواجهة المنافسة.

-مؤسسات النقل البحري والنهري: وهي اخص وسائل نقل و ترابط النقل النهري والبحري عن طريق انشاء موانئ تجهزها وتربطها بشبكة القوى البحرية.

-مؤسسات النقل البري: وهي التي تقدم وسائل النقل سيارات، حافلات، سكك حديدية للانتقال للاماكن السياحية (قارة 2011 ص18)

❖ مؤسسات الاطعام: وتتمثل في:

-المطاعم: وهي الأماكن التي تلبى احدى الحاجات الاستهلاكية وهي الوجبات والمأكولات والمشروبات المتنوعة للسياح المقيمين وغير المقيمين في الدولة.

-المقاهي: احدى الأماكن الترفيهية تقدم للسائح وجبات الفطور من مشروبات ساخنة وباردة بالإضافة الى الحلويات -مطاعم المأكولات السريعة: عبارة عن مطاعم صغيرة تقدم وجبات خفيفة وسريعة التحضير.

-مؤسسات التموين: عبارة عن متاجر تجزئة وجملة تقوم بتموين السائح بمختلف المنتجات بمقابل مالي.

❖ مؤسسات اخرى: وتتمثل في:

-مؤسسات الاعلام السياحي الخاصة: تقوم بإعلان السائح عن الخدمات السياحية المتوفرة وذلك عن طريق المنشورات الإعلامية والبطاقات البريدية والدلائل والصحافة المكتوبة والناطقية او السمعية البصرية وغيرها.

-مؤسسات تقدم الخدمات: وهي عديدة ومتنوعة كخدمة الهاتف وخدمة الميكانيك -غسل وتشحيم السيارات-غسل السيارات - غسل الملابس وتجفيفها- خدمات صحية-خدمات رياضية متعددة. (الانصري. 2008. ص27-29)

4.2.2. وظائف المؤسسات السياحية المقدمة: لها عدة وظائف تتمثل في الاتي:

-تدفق رؤوس الأموال الاجنبية: بإمكان القطاع السياحي ان يساهم بدرجة ملموسة وقيمة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة.

-نقل تقنيات التكنولوجيا: من خلال السماح بدخول الشركات الدولية في مشروع الاستثمار السياحي وبذلك يحقق درجة من التقدم التكنولوجي.

-تنمية المهارات الإدارية وخلق مجموعة جيدة من المدربين: على القائمين على صناعة السياحة توفير الخبرات والمهارات الإدارية والفنية للإدارة وذلك عن طريق التوسع في انشاء كليات ومعاهد علمية وتدريبية ومراكز للبحوث لتوفير احتياجات القطاع السياحي من القوى العاملة.

-العمالة: بتوسع المشروعات السياحية يتطلب تزايد على العمالة سواء بصفة مباشرة او غير مباشرة وبصفة دائمة او مؤقتة.

-خلق علاقات عامة بين القطاعات الاقتصادية الخدمية وبين طاع السياحة: من خلال التشجيع على الاستثمار الوطني وتنويع استخداماتها في المشروعات؛ خلق فرص عمل جيدة؛ تشجيع وتنمية القطاع الخدماتية الأخرى المساعدة للقطاع السياحي. -المساهمة في التنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي.

-تحسين ميزان المدفوعات: باعتبار السياحة صناعة تساعد على تدفق الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية والايادات التي تحصلها من السياح الأجانب.

-زيادة القيمة المضافة والنتاج القومي: من خلال انشاء المشروعات الجديدة الخاصة بإنتاج المستلزمات السلعية والخدماتية للفنادق والنجاح في تحقيق درجة عالية من بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى يمكن ان تؤدي الى زيادة القيمة المضافة والنتاج القومي للدولة.

-الاثار على المضاعف: فالمضاعف هو العلاقة بين الدخل القومي والزيادة في الاستثمار فتعمل الدولة على قياغس الاثار الناتجة عن قطاع السياحة. (قحف. 2003. ص82)

3.2 التأسيس النظري لاقتصاد المعرفة:

1.3.2. مفهوم اقتصاد المعرفة: يعتبر اقتصاد المعرفة المفهوم الجديد الذي برز ليحدد ملامحه من خلال اعتبار المعرفة والمعلومات هي القوى الاقتصادية التي لها التأثير الإيجابي على عمل المنظمات التي تعمل على استغلاله والانتفاع به، حيث يعرف على انه نمط اقتصادي متطور قائم على الاستخدام الواسع لنطاق المعلوماتية وشبكات الانترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي وخاصة في التجارة الالكترونية مرتكزا بقوة على الابداع والتطور التكنولوجي خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا الاعلام والانصال، كما يعرف كذلك على انه دراسة وفهم عملية تراكم المعرفة وحوافز الافراد للاكتشاف والحصول على ما يعرفه الآخرون وبالتالي يمثل التحليل الاقتصادي لكل العمليات التجارية في الاقتصاد التي تقود الى الاكتشاف والتطور للتكنولوجيا الحديثة، مما سبق يمكن صياغة تعريف لاقتصاد المعرفة على انه علم يعتمد أساسا على راس المال المعرفي البشري حيث يعتمد بدرجة أساسية على الجهد الفكري وحالته محل الجهد العضلي فلا يتطور ولا يزدهر الا بتوفر العنصر البشري ذو خبرة واسعة والثقافة المعلوماتية والبنية الالكترونية.

2.3.2. أهمية اقتصاد المعرفة: تبرز أهمية اقتصاد المعرفة من خلال الدور الذي تؤديه مضامين اقتصاد المعرفة ومعطياته وماتفرزه من تقنيات متقدمة في مختلف المجالات والتي يجري توليدها بشكل متسارع ومتزايد ومما ينجم عنه من اسهامات أساسية وهامة في علم الاقتصاد وفي أداء نشاطه وفي الأساليب والوسائل التي يتم استخدامها مع تحقيق تطور في تلك النشاطات وتمثل تلك الاسهامات الأساسية مضامين لاقتصاد المعرفة ومعطياته وتقنياته التي تقوم على الاستخدام المكثف للعلم والمعرفة وتتمثل أهميتها فيما يلي:

• المساهمة في تحقيق الأداء ورفع الإنتاجية وتخفيض تكلفة الإنتاج وتحسين نوعيته وذلك من خلال مايتاح لها عن طريق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

• المساهمة في توليد فرص عمل بالدات في المجالات التي يتم استخدام التقنيات المتقدمة التي يتضمنها اقتصاد المعرفة.

• المساهمة في احداث تجديد وتحديث وتطور للنشاطات الاقتصادية.

• المساهمة في التخفيف من قيد الموارد خاصة الطبيعية منها والارتباط والاعتماد بشكل أكبر على الموارد المادية والتكنولوجيا التي من خلالها يتم استنباط موارد جديدة حديثة.

3.3.2. خصائص اقتصاد المعرفة: ارتكز اقتصاد المعرفة على المعرفة كعامل انتاج محوري جديد دون الغاء بقية عوامل الإنتاج

مما جعله يتفرد ببعض الخصائص التي تميزه عن غيره نذكر منها:

-انه شبكي: حيث ان التشبيك البيئي ومع إمكانية التشارك ليس ضمن الشركة بل بين الشركات.

-يتميز بالرقمنة: حيث ان رقمنة المعلومات لها تأثير كبير على سعة نق وخن ومعالجة المعلومات

-هو نظام افتراضي: فمع الرقمنة وشبكة الانترنت كان العمل الافتراضي حقيقة واقعة.

-ينتهج التكنولوجيا الجديدة باستخدام الانترنت أدى الى ثورة في كل الاعمال تقريبا حيث تضاءلت قيود الزمان والمكان.

-ظهور أسواق جديدة وهي الأسواق الالكترونية والتي تمتاز بسرعة تدفق المعلومات عن المنتجات وخاصة الأسعار.

-مقومات ومركزات اقتصاد المعرفة: يتطلب الإقلاع المعرفي شروط أساسية تتمثل فيمايلي:

• التركيز على جانب تكنولوجيا الاعلام والاتصال بغرض إقامة بنية تحتية لتقنيات المعلومات والاتصال تسمح بالانتقال الى

الاقتصاد العالمي وذلك من خلال استعمال الشبكة الهاتفية وشبكة الانترنت وانتشار الحواسيب والهواتف واللوحات الدكية.

• انتشار مخابر البحث والتطوير التي تولي لها الحكومات بالغ الاهتمام باعتبارها القلب النابض للتطور التكنولوجي.

● وجود الأسواق المالية التي تعد النظام المالي بمؤسساته الرئيسية وقواعده المنظمة للعمل بمثابة العقل الذي يدير اقتصاد المعرفة لما له من معلومات قادرة على تخصيص الموارد.

● تدريب عمال المعرفة على خلق راس مال بشري فيتمكن من استيعاب المعلومة والتكنولوجيا وفهمها وله القدرة على التطوير والابتكار والتجديد.

3.3.3. مؤشرات اقتصاد المعرفة: وتتمثل في العناصر الأساسية لاقتصاد المعرفة نذكرها فيما يلي:

- إنتاج المعرفة: ولها بعدين:

- المدخلات وتشمل العاملون بالمعرفة والانفاق على البحث والتطوير ومؤسسات البحث التوير.

- المخرجات وتضم النشر العلمي وبراءات الاختراع وإصدار الكتب واصناف التعبير الادبي والفني.

- نشر المعرفة: أساسا عبر التعليم ووسائل الاعلام والترجمة.

- البنية الأساسية لراس المال المعرفي: تشمل على البنية الأساسية لتقنيات المعلومات والاتصال وكذا مؤسسات دعم البحث والتطوير والمؤسسات المهنية للعاملين بالمعرفة.

4.3.3. تحليل العلاقة بين ريادة الاعمال واقتصاد المعرفة ومدى تأثيرهما على أداء المؤسسات السياحية: أدت ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات الى سهولة وسرعة تدفق المعرفة من دولة لأخرى ومن مؤسسة لأخرى ومن شخص لآخر او للمجتمع ككل وحتى بين الوحدات الاقتصادية داخل الدولة الواحدة، وتتخذ تلك التدفقات اما صورة مجسدة في الآلات والمعدات والاجهزة او غير مجسدة تتمثل في نقل المعرفة واستخدامها من خلال نظم التعليم والاستشارات والادبيات العلمية والتقنية والتكنولوجيا الحديثة.

ففي حين تؤدي الشركات الكبيرة والمؤسسات البحثية دورا هاما في مجال البحوث والتطوير فان الشركات الصغيرة والناشئة تؤدي دورا أكبر في توظيف الأفكار المتولدة عن أنشطة البحوث والتطوير والتي تقودها الى الابتكار ومن ثم تدعم بناء اقتصاد المعرفة ومن اهم تلك الاليات الخصائص الانتشارية للمعرفة وكما تعد المعرفة العلمية والتكنولوجية الجديدة مصدرا مهما لفرص ريادة الاعمال فغالبا ما ينتهي الامر بالشركات التي تستمر في الأبحاث او تطوير التكنولوجيا الى تسهيل جهود الابتكار لدى الشركات الأخرى، حيث يمكن القول انه في ظل اقتصاد يرتكز على تدفقات المعرفة تتولد المزيد من الفرص الريادية وتزيد فيه القدرات الريادية اللازمة لاستغلال تلك الفرص مما يعني زيادة حجم الأنشطة الريادية التي بدورها تساهم في عملية انتشار المعرفة بما يدعم اقتصاد المعرفة.

وبفرض التوجه الاقتصادي الحديث المبني على المعرفة الى التركيز على الموارد الداخلية او ما يعرف بالكفاءات وتعتبر الموارد البشرية من اهم تلك الموارد الداخلية الاستراتيجية خاصة فيما تتمثل في رواد الاعمال الذين يقتنصون الفرص لاثبات نفسهم واحداث تغيير خاصة في مجال السياحة والأنشطة السياحية التي تحتاج دائما للتطوير والتجديد والابداع والابتكار وكذا الموارد المادية المتطورة من أجهزة حديثة ومتطورة وأجهزة دكية ورقمية والاستغلال الأمثل لشبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والمواقع الالكترونية المختلفة التي تساعد رواد الاعمال في المؤسسات السياحية على تحسين وتطوير أدائهم من خلال تحسين جودة خدماتهم السياحية والسرعة القصوى وبديهيية الإجابة عن تساؤلات واستفسارات السياح وحل مشكلاتهم والتي بدورها تعمل على تلبية حاجات ورغبات السياح والحصول على ولائهم لمؤسساتهم.

3. الإطار التطبيقي للدراسة:

1.3. تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات:

1.1.3. الوصف الإحصائي لعينة الدراسة:

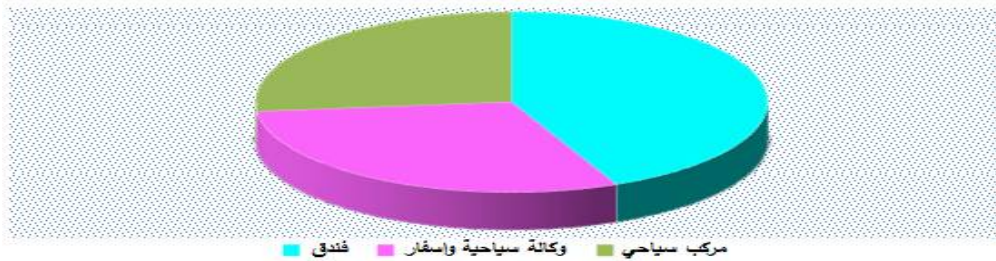
❖ متغير نوع المؤسسة السياحية:

الجدول رقم (01): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير نوع المؤسسة السياحية

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
43.3	13	فندق
30	9	وكالة سياحة واسفار
26.7	8	مركب سياحي
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

يتضح جليا من خلال الجدول أن 43.3% من المؤسسات السياحية عبارة عن فنادق، في حين أن 30% من هذه المؤسسات عبارة عن وكالات سياحية وأسفار، بينما 26.7% منها عبارة عن مركبات سياحية. والشكل الموالي يوضح ذلك: الشكل رقم (01): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير نوع المؤسسة السياحية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

❖ متغير عمر المؤسسة:

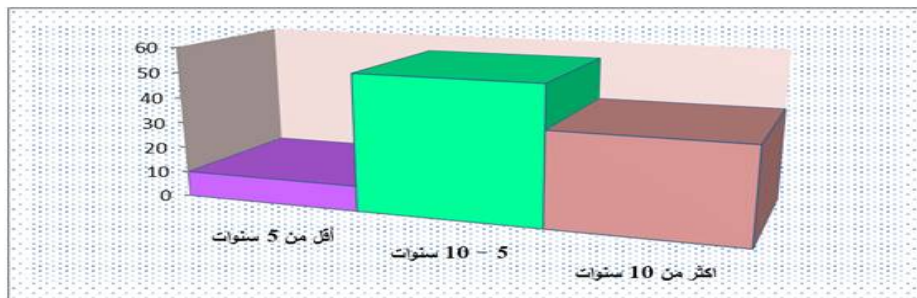
الجدول رقم (02): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عمر المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	عمر المؤسسة
10	3	أقل من 5 سنوات
53.3	16	5 – 10 سنوات
36.7	11	أكثر من 10 سنوات
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

يتضح جليا من خلال الجدول أن 53.3% من المؤسسات السياحية تتراوح اعمارها من 5 الى 10 سنوات، تليها نسبي 36.7% 10% للمؤسسات السياحية ذوي الأعمار أكثر من 10 سنوات وأقل من 5 سنوات. والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عمر المؤسسة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

❖ متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

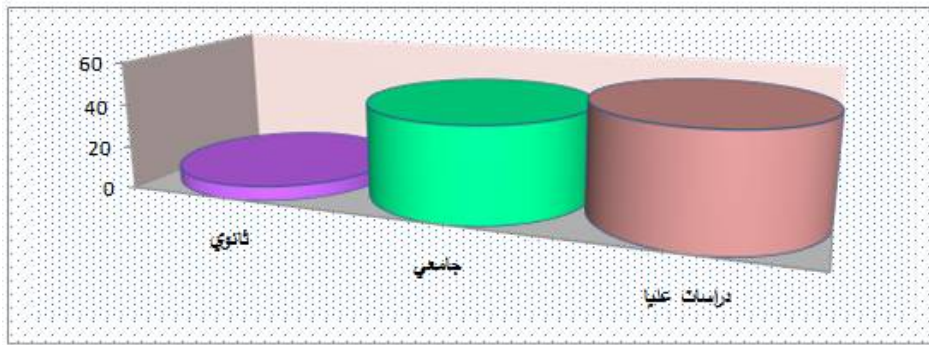
عمر المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	2	6.7
جامعي	13	43.3
دراسات عليا	15	50
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

يتضح جليا من خلال الجدول أن 50% من أفراد العينة ذو مستوى الدراسات العليا، تلمها نسبة 43.3% و 6.7% لتمثل

المستوى الجامعي والثانوي على التوالي، والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (03): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

2.1.3. عرض وتحليل نتائج الدراسة:

❖ محور زيادة الأعمال في المؤسسات السياحية:

- وجود المبادرات:

الجدول رقم (04): نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات وجود المبادرات

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
تعزز ادارة المؤسسة السياحية الأفكار المطروحة من الموظف لإثراء المهام الوظيفية	4.50	0.508	2	مرتفعة جدا
تشجع إدارة المؤسسة السياحية الآراء المقدمة من موظفيها لتحسين أساليب العمل الجديدة	2.86	0.628	4	متوسطة
تدعم ادارة المؤسسة السياحية حب الاستطلاع في تحسين أداء مهام الموظف	4.66	0.479	1	مرتفعة جدا
تعزز إدارة المؤسسة السياحية من تمكين موظفيها الرياديين لتحسين الانجاز في المهام	3.96	0.718	3	مرتفعة
وجود المبادرات	4.00	0.425	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

تظهر نتائج الجدول أن غالبية العبارات المعبرة عن وجود المبادرات من قبل عينة الدراسة والمتمثلة في موظفي المؤسسات السياحية قد حصلت على درجات بين المتوسطة والمرتفعة والمرتفعة جدا والتي تراوحت بين (2.86 – 4.66)، حيث حصلت الفقرة "تدعم ادارة المؤسسة السياحية حب الاستطلاع في تحسين أداء مهام الموظف" على أعلى درجة حيث بلغت (4.66) بانحراف معياري (0.479)، بينما حصلت الفقرة "تشجع إدارة المؤسسة السياحية الآراء المقدمة من موظفيها لتحسين أساليب

العمل الجديدة " على أدنى متوسط (2.86) بانحراف معياري (0.628)، أما المتوسط الإجمالي الذي حصل عليه محور " وجود المبادرات " فقد كان بمستوى مرتفع قدره (4.00) وبانحراف معياري قدره (0.425).
- تحمل المخاطر:

الجدول رقم (05): نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات تحمل المخاطر

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
تشارك إدارة المؤسسة السياحية الموظفين الرياديين لديها مع موظفين آخرين لأحدث التعلم بالقوة	4.33	0.479	2	مرتفعة جدا
تسمح إدارة المؤسسة السياحية بإعادة تصميم الهيكل التنظيمي ليتوافق مع الطبيعة الريادية في التنظيم	4.16	0.379	3	مرتفعة
تدعم ادارة المؤسسة السياحية ايجاد سيناريوهات تعزز من مرونة الانتقال حسب المتغيرات البيئية لصناعة السياحة	4.83	0.379	1	مرتفعة جدا
تحمل المخاطر	4.44	0.319	/	مرتفعة جدا

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21.

تظهر نتائج الجدول أن غالبية العبارات المعبرة عن تحمل المخاطر من قبل عينة الدراسة والمتمثلة في موظفي المؤسسات السياحية قد حصلت على درجات بين المرتفعة والمترفعة جدا والتي تراوحت بين (4.16 – 4.83)، حيث حصلت الفقرة " تدعم ادارة المؤسسة السياحية ايجاد سيناريوهات تعزز من مرونة الانتقال حسب المتغيرات البيئية لصناعة السياحة " على أعلى درجة حيث بلغت (4.83) بانحراف معياري (0.379)، بينما حصلت الفقرة " تسمح إدارة المؤسسة السياحية بإعادة تصميم الهيكل التنظيمي ليتوافق مع الطبيعة الريادية في التنظيم " على أدنى متوسط (4.16) بانحراف معياري (0.379)، أما المتوسط الإجمالي الذي حصل عليه محور " تحمل المخاطر " فقد كان بمستوى مرتفع جدا قدره (4.44) وبانحراف معياري قدره (0.319).
- جذب الفرص:

الجدول رقم (06): نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات جذب الفرص

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
تركز ادارة المؤسسة السياحية على تصميم العمل ليتوافق مع مبدأ الدعم بين الأقسام المختلفة	3.96	0.850	1	مرتفعة
تسمح إدارة المؤسسة السياحية بتنمية مهارات القيادة لرفد مواقع المؤسسة المستقبلية	3.73	1.048	2	مرتفعة
جذب الفرص	3.85	0.852	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21.

تظهر نتائج الجدول أن غالبية العبارات المعبرة عن جذب الفرص من قبل عينة الدراسة والمتمثلة في موظفي المؤسسات السياحية قد حصلت على درجات مرتفعة والتي تراوحت بين (3.73 – 3.96)، حيث حصلت الفقرة " تركب ادارة المؤسسة السياحية على تصميم العمل ليتوافق مع مبدأ الدعم بين الأقسام المختلفة " على أعلى درجة حيث بلغت (3.96) بانحراف معياري (0.850)، بينما حصلت الفقرة " تسمح إدارة المؤسسة السياحية بتنمية مهارات القيادة لرفد مواقع المؤسسة المستقبلية " على أدنى متوسط (3.73) بانحراف معياري (1.048)، أما المتوسط الإجمالي الذي حصل عليه محور " جذب الفرص " فقد كان بمستوى مرتفع قدره (3.85) وبانحراف معياري قدره (0.852).

- الإبداع:

الجدول رقم (07): نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات الإبداع

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
تعزز ادارة المؤسسة السياحية السمات القيادية لدى موظفيها	4.16	0.698	3	مرتفعة
ترسخ ادارة المؤسسة السياحية القيم الداعمة للوصول الى الأداء الريادي في انجاز المهام	4.50	0.508	2	مرتفعة جدا
تحشد ادارة المؤسسة السياحية جهودها نحو تكوين فرق ثقافة العمل الريادي في العمل	4.66	0.802	1	مرتفعة جدا
تكرس ادارة المؤسسة السياحية موازنة اضافية لتدريب الأفراد ذوي المواهب الريادية	3.13	0.571	4	متوسطة
الإبداع	4.11	0.472	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21.

تظهر نتائج الجدول أن غالبية العبارات المعبرة عن الإبداع من قبل عينة الدراسة والمتمثلة في موظفي المؤسسات السياحية قد حصلت على درجات بين المتوسطة والمرتفعة والمرتفعة جدا والتي تراوحت بين (3.13 – 3.66)، حيث حصلت الفقرة "تحشد ادارة المؤسسة السياحية جهودها نحو تكوين فرق ثقافة العمل الريادي في العمل" على أعلى درجة حيث بلغت (4.66) بانحراف معياري (0.802)، بينما حصلت الفقرة "تكرس ادارة المؤسسة السياحية موازنة اضافية لتدريب الأفراد ذوي المواهب الريادية" على أدنى متوسط (3.13) بانحراف معياري (0.571)، أما المتوسط الإجمالي الذي حصل عليه محور "الإبداع" فقد كان بمستوى مرتفع قدره (4.11) وبانحراف معياري قدره (0.472).

- ريادة الأعمال:

الجدول رقم (08): نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات ريادة الأعمال

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
وجود المبادرات	4.00	0.425	3	مرتفعة
تحمل المخاطر	4.44	0.319	1	مرتفعة
جذب الفرص	3.85	0.852	4	مرتفعة
الإبداع	4.11	0.472	2	مرتفعة
ريادة الأعمال	4.11	0.339	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21.

تظهر نتائج الجدول أن غالبية العبارات المعبرة عن ريادة الأعمال من قبل عينة الدراسة والمتمثلة في موظفي المؤسسات السياحية قد حصلت على درجات مرتفعة والتي تراوحت بين (3.85 – 4.44)، حيث حصل محور "تحمل المخاطر" على أعلى درجة حيث بلغت (4.44) بانحراف معياري (0.319)، بينما حصل محور "جذب الفرص" على أدنى متوسط (3.85) بانحراف معياري (0.852)، أما المتوسط الإجمالي الذي حصل عليه محور "ريادة الأعمال" فقد كان بمستوى مرتفع قدره (4.11) وبانحراف معياري قدره (0.339).

● محور اقتصاد المعرفة في المؤسسات السياحية:

الجدول رقم (09): نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات اقتصاد المعرفة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
يوجد في مؤسستكم السياحية افراد مهتمون بخلق وتنظيم المعرفة	3.70	1.055	4	مرتفعة
يساهم موظفي مؤسستكم السياحية في التعريف بالتطبيقات الجديدة المتاحة للعملاء	3.40	1.132	8	متوسطة
تعمل مؤسستكم السياحية على بناء شبكة اتصالية عالية التدفق	4.13	0.681	1	مرتفعة
يتم تدوين الآراء والخبرات والتجارب التي يقوم بها الفنيون والخبراء وحفظها وإطلاع الأفراد عليها	4.00	0.830	3	مرتفعة
تستطيع مؤسستكم السياحية التخلي على جميع الأعمال الورقية والمناقشة ونشر المعرفة	3.70	1.118	5	مرتفعة
تناسب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مؤسستكم مع احتياجات مستعمليها	3.33	1.124	9	متوسطة
تعمل مؤسستكم السياحية على تحسين وتطوير خدماتها من خلال الاستغلال الأمثل للتكنولوجيا الحديثة	4.03	0.718	2	مرتفعة
في حال توفير خدمات سياحية جديدة تقوم مؤسستكم بالتعريف بها في أوساط العملاء	3.56	0.971	6	مرتفعة
كلما تم الإهتمام بتكوين وتدريب موظفي مؤسستكم ومواكبة التطور العلمي التكنولوجي ونشر المعرفة زاد مستوى أدائهم ومهارتهم	3.46	0.973	7	مرتفعة
اقتصاد المعرفة	3.70	0.528	/	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21.

تظهر نتائج الجدول أن غالبية العبارات المعبرة عن اقتصاد المعرفة من قبل عينة الدراسة والمتمثلة في موظفي المؤسسات السياحية قد حصلت على درجات بين المتوسطة والمرتفعة والتي تراوحت بين (3.33 – 4.13)، حيث حصلت الفقرة "تعمل مؤسستكم السياحية على بناء شبكة اتصالية عالية التدفق" على أعلى درجة حيث بلغت (4.13) بانحراف معياري (0.681)، بينما حصلت الفقرة "تناسب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مؤسستكم مع احتياجات مستعمليها" على أدنى متوسط (3.33) بانحراف معياري (1.124)، أما المتوسط الإجمالي الذي حصل عليه محور "اقتصاد المعرفة" فقد كان بمستوى مرتفع قدره (3.70) وبانحراف معياري قدره (0.528).

2.3. اختبار فرضيات الدراسة:

❖ الفرضية الفرعية الأولى:

- الفرضية العدمية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لوجود المبادرات في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لوجود المبادرات في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

الجدول رقم (10): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى

اقتصاد المعرفة							وجود المبادرات
نتيجة اختبار الفرضية	B	معامل الانحدار	قيمة F	مستوى المعنوية sig	T	معامل التحديد R2	
H1	1.185	0.630	9.671	0.004	3.110	0.257	0.507

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21.

يتبين من الجدول أعلاه أن R التي تقيس درجة ارتباط المتغير المستقل (وجود المبادرات) مع المتغير التابع (اقتصاد المعرفة) والتي بلغت 0.507 وهي درجة ارتباط متوسطة، كما بلغت نسبة معامل التحديد R2 الذي يقيس التباين في المتغير التابع الذي تفسره المتغيرات المستقلة 0.257 وهي نسبة مقبولة نسبياً، وبلغت قيمة T 3.110 كما نلاحظ أن قيمة مستوى المعنوية لهذا الاختبار $\text{sig} = (0.004)$ وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مع قيمة F المحسوبة 9.671، وهو ما يؤكد معنوية هذه العلاقة، كما

بلغت قيمة معامل الانحدار 0.630 وهو ما يوضح درجة التأثير على العنصر التابع عند تأثير المتغير المستقل. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونؤكد الفرضية البديلة أي أنه: " يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لوجود المبادرات في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة "، وعليه يمكن التعبير على العلاقة بين وجود المبادرات واقتصاد المعرفة بالمعادلة الرياضية التالية: $Y = 0.630x + 1.185$

❖ الفرضية الفرعية الثانية:

- الفرضية العدمية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لقدرة المؤسسة على تحمل المخاطر في ظل اقتصاد المعرفة.

- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لقدرة المؤسسة على تحمل المخاطر في ظل اقتصاد المعرفة.

الجدول رقم (11): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية

اقتصاد المعرفة							
نتيجة اختبار الفرضية	B	معامل الانحدار A	قيمة F	مستوى المعنوية sig	T	معامل التحديد R2	R
H1	0.722	0.671	5.512	0.026	2.348	0.164	0.406

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

يتبين من الجدول أعلاه أن R التي تقيس درجة ارتباط المتغير المستقل (تحمل المخاطر) مع المتغير التابع (اقتصاد المعرفة) والتي بلغت 0.406 وهي درجة ارتباط متوسطة، كما بلغت نسبة معامل التحديد R2 الذي يقيس التباين في المتغير التابع الذي تفسره المتغيرات المستقلة 0.164 وهي نسبة مقبولة نسبياً، وبلغت قيمة T 2.348 كما نلاحظ أن قيمة مستوى المعنوية لهذا الاختبار $\text{sig} = (0.026)$ وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مع قيمة F المحسوبة 5.512، وهو ما يؤكد معنوية هذه العلاقة، كما بلغت قيمة معامل الانحدار 0.671 وهو ما يوضح درجة التأثير على العنصر التابع عند تأثير المتغير المستقل. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونؤكد الفرضية البديلة أي أنه: " يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لقدرة المؤسسة على تحمل المخاطر في ظل اقتصاد المعرفة ". وعليه يمكن التعبير على العلاقة بين تحمل المخاطر واقتصاد المعرفة بالمعادلة الرياضية التالية: $Y = 0.671x + 0.722$

❖ الفرضية الفرعية الثالثة:

- الفرضية العدمية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لجذب الفرص في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لجذب الفرص في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

الجدول رقم (12): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة

اقتصاد المعرفة							
نتيجة اختبار الفرضية	B	معامل الانحدار A	قيمة F	مستوى المعنوية sig	T	معامل التحديد R2	R
H1	2.800	0.235	4.676	0.039	2.162	0.143	0.378

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21 .

يتبين من الجدول أعلاه أن R التي تقيس درجة ارتباط المتغير المستقل (جذب الفرص) مع المتغير التابع (اقتصاد المعرفة) والتي بلغت 0.378 وهي درجة ارتباط ضعيفة، كما بلغت نسبة معامل التحديد R2 الذي يقيس التباين في المتغير التابع الذي تفسره المتغيرات المستقلة 0.143 وهي نسبة مقبولة نسبياً، وبلغت قيمة T 2.162 كما نلاحظ أن قيمة مستوى المعنوية لهذا الاختبار $\text{sig} = (0.039)$ وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مع قيمة F المحسوبة 4.676، وهو ما يؤكد معنوية هذه العلاقة، كما بلغت قيمة معامل الانحدار 0.235 وهو ما يوضح درجة التأثير على العنصر التابع عند تأثير المتغير المستقل. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونؤكد الفرضية البديلة أي أنه: " يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لجذب الفرص في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة ". وعليه يمكن التعبير على العلاقة بين جذب الفرص واقتصاد المعرفة بالمعادلة الرياضية التالية: $Y = 0.235 x + 2.800$

❖ الفرضية الفرعية الرابعة

- الفرضية العدمية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ للإبداع في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.
- الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ للإبداع في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

الجدول رقم (13): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة

اقتصاد المعرفة							الإبداع
نتيجة اختبار الفرضية	B	معامل الانحدار A	قيمة F	مستوى المعنوية sig	T	معامل التحديد R2	
H1	1.753	0.474	6.112	0.020	2.472	0.179	0.423

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21.

يتبين من الجدول أعلاه أن R التي تقيس درجة ارتباط المتغير المستقل (الإبداع) مع المتغير التابع (اقتصاد المعرفة) والتي بلغت 0.423 وهي درجة ارتباط ضعيفة، كما بلغت نسبة معامل التحديد R2 الذي يقيس التباين في المتغير التابع الذي تفسره المتغيرات المستقلة 0.179 وهي نسبة مقبولة نسبياً، وبلغت قيمة T 2.472 كما نلاحظ أن قيمة مستوى المعنوية لهذا الاختبار $\text{sig} = (0.020)$ وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مع قيمة F المحسوبة 6.112، وهو ما يؤكد معنوية هذه العلاقة، كما بلغت قيمة معامل الانحدار 0.474 وهو ما يوضح درجة التأثير على العنصر التابع عند تأثير المتغير المستقل. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونؤكد الفرضية البديلة أي أنه: " يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ للإبداع في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة ".

وعليه يمكن التعبير على العلاقة بين الإبداع واقتصاد المعرفة بالمعادلة الرياضية التالية: $Y = 0.474 x + 1.753$

❖ الفرضية الرئيسية:

- الفرضية العدمية H0: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لريادة الأعمال في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.
- الفرضية البديلة H1: يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لريادة الأعمال في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

الجدول رقم (14): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسية

اقتصاد المعرفة								ريادة الأعمال
نتيجة اختبار لفرضية	B	معامل الانحدار A	قيمة F	مستوى المعنوية sig	T	معامل التحديد R2	R	
H1	0.221	0.954	16.727	0.000	4.090	0.374	0.612	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج spss v21.

يتبين من الجدول أعلاه أن R التي تقيس درجة ارتباط المتغير المستقل (ريادة الأعمال) مع المتغير التابع (اقتصاد المعرفة) والتي بلغت 0.612 وهي درجة ارتباط متوسطة، كما بلغت نسبة معامل التحديد R2 الذي يقيس التباين في المتغير التابع الذي تفسره المتغيرات المستقلة 0.374 وهي نسبة مقبولة نسبياً، وبلغت قيمة T 4.090 كما نلاحظ أن قيمة مستوى المعنوية لهذا الاختبار (0.000) $\text{sig} = 0.000$ وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05، مع قيمة F المحسوبة 16.727، وهو ما يؤكد معنوية هذه العلاقة، كما بلغت قيمة معامل الانحدار 0.954 وهو ما يوضح درجة التأثير على العنصر التابع عند تأثير المتغير المستقل. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونؤكد الفرضية البديلة أي أنه: " يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لريادة الأعمال في المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة"، وعليه يمكن التعبير على العلاقة بين ريادة الأعمال واقتصاد المعرفة بالمعادلة الرياضية التالية: $Y = 0.954x + 0.221$

3.3. تحليل نتائج الدراسة:

من خلال النتائج المتحصل عليها لكل بعد من ابعاد ريادة الاعمال نلاحظ ان بعد تحمل المخاطر جاء المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 4.44 وهذا ما يدل على ضرورة تحمل رواد الاعمال في المؤسسات السياحية للمخاطر التي من الممكن مصادفتها في مجال خدماتهم فالقدرة على احتساب المخاطر وادراكها ووعيها والقدرة على مواجهتها لتحقيق الربحية و يليه بعد الابداع في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.11 وهذا ما يشير الى ضرورة ترك مساحة شاسعة لرواد الاعمال في المؤسسات السياحية للإبداع والابتكار لتحسين خدمات مؤسساتهم السياحية يليه بعد وجود المبادرات في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.00 وهذا ما يشير الى ضرورة وجود المبادرات لرواد الاعمال في المؤسسات السياحية حق المبادرة في تقديم أفكار او ابتكار خدمات سياحية جديدة فمهارات اخذ المبادرة والعمل والمثابرة وبذل الجهد والعمل ضمن مقاييس الأداء العالي و يليه بعد جذب الفرص في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره 3.85 وهذا ما يدل على ضرورة اجتذاب الفرص المتاحة واستغلالها احسن استغلال بثقة وإرادة عاليتين ومستوى عالي من الطاقة من طرف رواد الاعمال في المؤسسات السياحية إضافة لكل هذه الابعاد والمهارات السابق ذكرها لرواد الاعمال في المؤسسات السياحية تعمل كلها فيما بينها بتداخل بعد أوسع واعمق وهو اقتصاد المعرفة بمتوسط حسابي 3.70 والذي يتم استخدامه وتوظيفه بكل وسائله المادية والمعنوية المعرفية للوصول الى أداء جيد وفعلي ومميز في المؤسسات السياحية من طرف مهارات رواد الاعمال في استغلال اقتصاد المعرفة من خدمات معلوماتية كثيفة وتطبيقات تكنولوجية متطورة ومن هنا نصل للإجابة عن إشكالية دراستنا ونثبتها بأنه يوجد اثر مرتفع لريادة الاعمال على أداء المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

من خلال ما تم تقديمه ودراسته من اطار نظري تناولنا فيه مختلف مفاهيم دراستنا المتمثلة في مدى تأثير زيادة الاعمال على أداء المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة التي هي بمثابة مزيج من ثورة رقمية وتكنولوجية متطورة من معرفة علمية وابحاث علمية مبتكرة وأدوات ووسائل رقمية جد متطورة، وتطبيقها على أداء ومهارات رواد الاعمال في المؤسسات السياحية بمختلف أنواعها واشكالها وطابعها الخدمي، وكذا تطرقنا الى اطار تطبيقي تمثل في دراسة ميدانية لمجموعة من المؤسسات السياحية المختلفة في إقليم ولاية سكيكدة، والذي تم توزيع استبيان يحمل عدة تساؤلات حول محاور الدراسة والتي توصلنا لنتائج إيجابية جيدة تمثلت في تأثيرات مرتفعة ومرتفعة جدا على الاغلب وفي النهاية تم إثبات صدق الفرضية بوجود اثر كبير لزيادة الاعمال على أداء المؤسسات السياحية في ظل اقتصاد المعرفة، وبهذا يمكن القول ان على رواد الاعمال الاستغلال الأمثل للفرص المتاحة امامهم عن طريق مزج تحمل المخاطر والابتكار والابداع والفاعلية في التسيير في المؤسسات السياحية القائمة او حديثة النشأة وذلك بالاعتماد على الاستخدام الكثيف للمعرفة العالية والانسجام مع تحديات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والرقمنة الحديثة في الفكر والأدوات والوسائل , كل هذا يعمل على تحسين أداء المؤسسات السياحية بشكل خاص ومختلف المؤسسات بشتى مجالاتها بشكل عام فعالم اليوم يهدف الى السرعة والبدئية في نقل وتبادل المعلومات والخدمات والاستفادة المتبادلة وتحقيق اهداف وأرباح المؤسسات والافراد على حد سواء.

توصيات الدراسة:

- تعزيز وعي أصحاب المؤسسات السياحية بأهمية زيادة الأعمال وكيف يمكن أن تساهم في تعزيز أداء أعمالهم؛
- يجب تقديم دورات تدريبية وورش عمل لأصحاب المؤسسات وموظفيهم لتعزيز مهارات زيادة الأعمال وإدارة الأعمال؛
- يمكن تشجيع المؤسسات السياحية على التعاون المشترك والشراكات لتعزيز التسويق وتقديم خدمات متكاملة؛
- يمكن تشجيع المؤسسات على تبني التكنولوجيا والابتكار في تقديم خدمات سياحية جديدة وجذابة؛
- يجب توفير دعم مالي وموارد لأصحاب المؤسسات السياحية الراغبين في توسيع أعمالهم أو تحسينها؛
- يجب اجراء تقييم دوري لأثر تطبيق زيادة الأعمال على أداء المؤسسات وضبط الإجراءات وفقا للنتائج؛
- يجب تعزيز التواصل بين المؤسسات السياحية والجهات الحكومية والمجتمع المحلي لضمان توجيه الدعم اللازم.

5. المراجع:

1. مجدي عوض مبارك. 2010. الريادة في الاعمال- مفاهيم ونماذج ومدخل والمداخل العلمية. دار عالم الكتب الحديث. الاردن
2. فايز جمعة صالح النجار. عبد الستار. محمد علي. 2010. الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. دار حامد. الاردن
3. زيد منير عبوي. 2008. ادارة الفنادق والقرى السياحية. ط1. دار الواحة للنشر والتوزيع. عمان
4. احمد امن معي الدين السيد علي. 1997. ادارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية. ط1 دار وائل للطباعة والنشر. عمان. الاردن
5. اسيا محمد امام الانصري. ابراهيم خالد عواد. 2008. ادارة المنشآت السياحية. ط1. دار صفاء للنشر والتوزيع. الاردن
6. عبد السلام ابوقحف. 2003. ادارة المنشآت السياحية والفندقية بين النظرية والتطبيق. الدار الجامعية للنشر. الاسكندرية. مصر
7. فليح حسن خلف. 2007. اقتصاد المعرفة. جدار للكتاب العالمي. عمان الأردن. ط1
8. الخنساء. ص. أ. 2019. ريادة الأعمال الاستراتيجية كاحد تطبيقات الإدارة المعاصرة. مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات. المجلد 08/ العدد 01
9. فاطمة مولات. 2022. المحيط المؤسسي المؤثر على ريادة الأعمال في الجزائر. مقال المجلد العدد 02. اوت 2022. جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان
10. رابع خوني. سناء مرغادوفيروز قطاف. 2017. دور المؤسسات السياحية في الترويج للمنتج السياحي في الجزائر. دراسة حالة ديوان وطني للسياحة. مجلة العلوم الإنسانية. بسكرة
11. ابتسام قارة. 2011. دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر. دراسة حالة ولاية مستغانم. رسالة ماجستير. تخصص تسويق دولي. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان
12. -غالي بغداد باي. 2016-2017. دور الدولة في تنمية اقتصاد المعرفة . دراسة حالة الجزائر. اطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة سيدي بلعباس
13. -علي القرني. 2009. متطلبات التحول التربوي في مدارس المستقبل الثانوية بالملكة العربية السعودية في ضوء تحديات اقتصاد المعرفة. اطروحة دكتوراه في الإدارة التربوية والتخطيط. قسم الإدارة والتخطيط. كلية التربية. جامعة ام القرى. السعودية
14. -هبة عبد المنعم و سفيان قعلول. 2019. اقتصاد المعرفة ورقة اطارية. ابو ظبي. صندوق النقد العربي

أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية
ضمن المقاربات الحديثة لريادة الأعمال الرقمية و اقتصاد المعرفة
- تجارب بعض البلدان العربية حول تبني تكنولوجيا المعلومات لتحقيق ريادة الأعمال الرقمية -

The impact of applying information technology on the performance of human resources to achieve competitive advantage for economic institutions within modern approaches to digital entrepreneurship and the knowledge economy

- Experiences of some Arab countries regarding adopting information technology to achieve digital entrepreneurship -

بن زاوشة فتحي¹ ، بورمانة عبد القادر²

1 المركز الجامعي تيبازة، (الجزائر)

2 جامعة البليدة 02 لونيبي علي، (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى التطرق لمختلف الأدبيات النظرية التي تناولت موضوع تطبيق تكنولوجيا المعلومات وأثرها على أداء الموارد البشرية ضمن المقاربات الحديثة التي تهتم بزيادة الأعمال وإقتصاد المعرفة والذي يعتبر موضوع العصر ، والهدف من هذا البحث هو التعرف على أهمية تطبيق الوسائل التكنولوجية المتطورة التي تساهم في بناء إقتصاد رقمي لبلوغ مستويات ريادة في منظمات الأعمال تماشيا مع نموذج مفاهيمي يطور العلاقة بين ريادة الأعمال و إقتصاد المعرفة، حيث تم التركيز على المنهج الوصفي التحليلي عبر أدوات العمل المتبعة والمستخدمة من خلال التركيز على عرض، ملاحظة، دراسة وتحليل تجارب ميدانية والتي تبين أن هناك وجود علاقة تأثير وترابط بين تطبيق تكنولوجيا المعلومات وأداء الموارد البشرية لتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات الاقتصادية ضمن المقاربات الحديثة التي تهتم بزيادة الأعمال وإقتصاد المعرفة، ومن خلال هذه الورقة البحثية تم التوصل لأهم النتائج التالية: تعد تكنولوجيا المعلومات لها ميزة وأهمية بالغة في الإقتصاديات المعاصرة لتحقيق أداء الموارد البشرية وتحقيق الميزة التنافسية لتحقيق ريادة الأعمال ضمن مشروع يهتم بإقتصاد المعرفة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات؛ الموارد البشرية؛ الميزة التنافسية؛ ريادة الأعمال.

Abstract: This research paper aims to address the various theoretical literature that dealt with the issue of applying information technology and its impact on the performance of human resources within the modern approaches that are concerned with entrepreneurship and the knowledge economy, which is the subject of the era. Building a digital economy to achieve levels of leadership in business organizations in line with a conceptual model that develops the relationship between entrepreneurship and the knowledge economy, where the focus was on the descriptive and analytical approach through the work tools used and used by focusing on presenting, observing, studying and analyzing field experiments, which show that there are The existence of an impact and interdependence relationship between the application of information technology and the performance of human resources to achieve a competitive advantage for economic institutions within the modern approaches that are concerned with entrepreneurship and the knowledge economy. Humanity and achieving a competitive advantage to achieve entrepreneurship within a project concerned with the knowledge economy.

Keywords: information technology; human resources; Competitive advantage; leading businesses.

1. مقدمة:

أصبح لتكنولوجيا المعلومات أهمية ودور كبير في حياة المجتمعات المعاصرة والمتقدمة في الأنشطة الاقتصادية من أجل الوصول إلى تحقيق الميزة التنافسية لمؤسساتها الاقتصادية، من خلال نموذج مفاهيمي مركب يجمع بين مقاربات ريادة الأعمال وإقتصاد المعرفة، مما حقق نجاحها على المستوى الدولي، وأحدثت تكنولوجيا المعلومات تغييرات كبيرة تمحورت في مواجهة الطلب الكلي الموجه للمستهلكين وزيادة قدرتها التنافسية والمساهمة في تحسين الجودة للمنتجات المقدمة وتحقيق الريادة الاقتصادية، وتحقيق أكبر عائد في رقم الأعمال و مضاعفة الإنتاجية المستهدفة، وتتمثل مشكلة الدراسة في طرح التساؤل الرئيسي التالي: "كيف يؤثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية والمنظمات الحديثة للوصول لتحقيق ميزتها التنافسية وريادة أعمالها؟ حيث توصلنا لفرضية الدراسة الرئيسية القائمة على أن تكنولوجيا المعلومات وسيلة أساسية تستثمر فيها المؤسسات الاقتصادية والمنظمات لمواجهة التحديات والصعوبات التي تظهر مستقبلا، إضافة إلى فرضيات أخرى تقوم على أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في تحسين أداء الموارد البشرية والتي بدورها تساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية لتحقيق ريادة أعمالها، وتساهم أيضا تكنولوجيا المعلومات في الحصول على معلومات في ربح الوقت وتحقيق السرعة في الإنجاز وتحقيق أكبر العوائد من الناحية الاقتصادية، ، ، للوصول لأهداف هذه الورقة البحثية تندرج في التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء الموارد البشرية وأهميتها في تحقيق الميزة التنافسية وريادة أعمالها.

2. أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ريادة أعمال المؤسسات الاقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة:

1.2. مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات (الإعلام والاتصال) في المؤسسات الاقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة:

يعيش الإقتصاد اليوم تحولا جذريا في أساليب العمل والإنتاج، ولم يعد الإنتاج المادي وحده صورة هذا الإقتصاد، بل ظهرت صور الإنتاج المعرفي لتغطي بشكل واضح على كل القطاعات الاقتصادية، هذه الصور لم تقتصر على المخرجات التي يشكل فيها العنصر المعرفي واللامادي جزءا مهما من مدخلاتها، بل كذلك طرائق العمل وأساليب الإدارة. ويشكل الإقتصاد الجديد المبني على المعرفة اليوم تحديا حقيقيا يحتم على المنظمات رفعه، وتشكل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال إحدى صور هذا الإقتصاد إنتاجا وعملا، حيث تطورت جودة المنتجات والخدمات بشكل رهيب، وتطورت أساليب العمل وطرق التعاملات التي تنتج هذه السلع والخدمات سواء داخل المؤسسة أو خارجها. (لخضر، صفحة 72)

ويرجع كلمة تكنولوجيا إلى الكلمة اليونانية التي تتكون من مقطعين هما: techno وتعني التشغيل الصناعي، والثاني logos أي العلم أو المنهج، لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي. (غسان، 2006، صفحة 22)، كما يرى كل من روبن وبرنت أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي أداة أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو إستقبال أو عرض البيانات. (حسن، 1997، صفحة 63)، أما تكنولوجيا الإعلام فهي عملية جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات وإستخدامها، مع الإعتراف بأهمية الإنسان والأهداف التي يضعها والقيم التي يستخدمها في تحديد مدى تحكمه في التكنولوجيا ومساهمته في إثراء حياته. (محمود، 2005، صفحة 1).

كما يرى بعض الكتاب أن مصطلح: تكنولوجيا الإعلام والاتصال يعد أشمل وأدق من الترجمة المتداولة: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تنقصها الشمولية بمعنى ICTS والتي تعتمد على ميدانين الإعلام information والاتصال communication والجمع يفيد معنى مغاير للمعنى المعتمد في الكلمة اللاتينية، ومن جهة أخرى فإن الفارق واضح بين مصطلح الإعلام والمعلومة وتعد المعلومة المادة الخام للإعلام، والإعلام عملية تنطوي على مجموعة من اوجه النشاط من بينها نشاط نقل

المعلومات وتداولها، فهو يشمل المعلومات ولكن المعلومات لا تحتوي على كل موضوعات الإعلام. (الوهاب، 2010/2009، صفحة 246)، كما يمكن تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال بأنها تلك الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات التي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات لدعم احتياجاتها في مجال إتخاذ القرارات والعمليات التشغيلية في المنظمة، وتتضمن تكنولوجيا الإعلام والاتصال البرامج الفنية والبرامج الجاهزة وقواعد البيانات، وشبكات الربط بين العديد من الحواسيب، وعناصر أخرى ذات العلاقة. (ثابت، 2005، صفحة 153)

2.2. تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على ريادة الأعمال والمنظمات الحديثة: لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور كبير على المستويين الجزئي والكلبي من خلال النقاط التالية: (لخضر، الصفحات 73-74)

- تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التنمية الإقتصادية بسماعها للناس بالوصول إلى المعلومات والمعرفة الموجودة في أي مكان بالعالم بتكاليف قليلة وزمن قياسي؛
- تعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال أداة قوية لتجاوز الفجوة التنموية في البلدان الغنية والنامية والإسراع ببذل الجهود بغية محاربة الفقر ومظاهر التخلف، وكما يمكنها أيضا توصيل منافع الإلمام بالقراءة، الكتابة والتعليم، مما يعزز فرص التطور؛
- تمكن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الأشخاص مهما كانوا من أن يعبروا عن آرائهم ويبدعوا في ذلك مهما اختلفت جنسياتهم أو إنتمائهم العرقي أو القومي أو توجهاتهم الدينية، فهي بذلك تساهم في الموازنة بين القوة وصنع القرار على المستويين المحلي والدولي؛
- تتميز بكثرة وتنوع المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية لكل الفئات البشرية، متاحة في أي مكان وزمان وبتكلفة بسيطة وتعد مصدرا مهما للمعلومات سواء للأشخاص أو المؤسسات بمختلف أنواعها أو للحكومات؛
- لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور مهم في تعزيز التنمية البشرية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية، وذلك لما لها من خصائص متميزة وأكثر كفاءة من وسائل الاتصال التقليدية، فتكنولوجيا الإعلام والاتصال سريعة وسهلة الإنتشار تتجاوز الحدود الجغرافية والسياسية للدول، لتصل إلى أي نقطة من العالم عجزت أن تصل إليها الوسائل القديمة؛
- تؤدي دورا مهما في التنمية البشرية من خلال البرامج التي تعرض من خلالها كبرامج التدريب وبرامج التعليم. إلخ؛
- تمكين الأفراد والمجتمعات من تحسين مستوى معيشتهم على نحو لم يكن متاحا سابقا.

3.2. علاقة ريادة الأعمال بتكنولوجيا الإعلام والاتصال: تعد الريادة مهمة من خلال تأثيرها في الإقتصاد والإدارة، وإيجاد قيمة مضافة تعود على كل من الأفراد والمنظمة والمجتمع بالفائدة، حيث يرى Philip Wickham أن توحيد مجموعة العناصر الإقتصادية، الطبيعية الخام والقوى العاملة المادية والعقلية إضافة إلى رأس المال يتم من خلال عنصر رابع وهو الريادة وأن الإبتكار والإبداع يوجدان تركيبية جديدة للعناصر الإقتصادية. (حسين، 2007، صفحة 30)

4.2. أمثلة عالمية حول مساهمة تكنولوجيا المعلومات في إنشاء مشاريع ريادية: ويشرح مجدي عوض مبارك أثر تكنولوجيا الإتصال في إنشاء مشاريع ريادية من خلال أمثلة عالمية: هناك العديد من الرياديين الذين جمعوا بين خلفياتهم في تكنولوجيا الإعلام والريادة لخلق أفكار وأعمال جديدة، فقد أسسوا منظمات أعمال ناجحة على مستوى العالم مثل: Sergey Brin و Lary Page الذين أسسوا موقع Google والأمريكي Mark Zuckerberg مؤسس موقع Facebook والذي نما نموا كبيرا، فقد حقق مارك نجاحا كبيرا بفضل هذا الموقع ويضيف تجربة Tom Anderson و Chris dewolfe الذين أسسوا موقع My Space والذي يتجاوز عدد مستخدميه المائة مليون مستخدم، كما يجذب 230 000 مستخدما جديدا. (مجدي، 2009، صفحة 173)

وفي مجال الريادة الشخصية ترى سعاد نائف برنوطي أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساعدت في إنتشار العمل عن بعد وهو ما أدى إلى خلق مشاريع ريادية حيث ان الموظف الذي تربطه علاقة عمل بمنظمة عن بعد، وبمرور الزمن يتجه لإنجاز اعمال أخرى فهو بذلك يقرر العمل لحسابه الخاص وهذا بسبب إنتشار شبكات الإتصال ويتعاقد رائد الأعمال الذي كان موظفا مع شركته ومع غيرها ايضا. (لخضر، صفحة 79)

وترافق تكنولوجيا الإعلام والاتصال رواد الأعمال في تحويل أحلامهم إلى منجزات حقيقية من خلال إرساء خطة عمل متكاملة تهتم كل الجوانب التي تخص المشروع، فتساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الإجابة عن التساؤل الأولي الذي يخص القيمة المضافة للمشروع وقدرته على تحقيق الربحية، حيث يستعين رواد الاعمال ببنوك معلوماتية في شكل قواعد للبيانات توضح الحالة الإستثمارية حسب كل قطاع إقتصادي وتقدم له مؤشرات الأداء والخطر من حيث عدد المنافسين، حصة كل واحد منهم في السوق، معدل نمو المبيعات، تزايد الزبائن حسب السنين والمناطق الجغرافية والميزة التنافسية لكل واحد منهم فيما يخص التسعير والترويج والجودة بما يمكن رواد الاعمال من القيام بمقايسة ومعايرة أحوال السوق. (لخضر، صفحة 79)، وتستخدم المشروعات الصغيرة الانترنت للقيام بمجموعة متنوعة من العمليات تتضمن الإعلان والمبيعات والمعاملات بين المنظمات والرسائل الإلكترونية وشبكات تدفق العمل الداخلية لخدمة العاملين بالمنظمات. (لخضر، صفحة 79)

5.2. تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على منظمات الأعمال: أزالت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الكثير من الحواجز وجعلت المنظمة أكثر إنفتاحا وشفافية في تعاملها مع مختلف الأطراف الخارجية وخاصة الزبائن والموردين، وجعل هذا الأمر المنظمات والعاملين فيها في مختلف المستويات يتصلون ويتقاسمون المعلومات بسرعة، كذلك جعلت المنظمات في إطار هيكل تنظيمي أقل في مستوياته الإدارية حيث ان دور المديرين في الإدارة الوسطى والذين يساهمون ويسهلون حركة المعلومات بين المستويات أصبح أكثر شفافية وأقل حاجة إلى أعداد كبيرة منهم وذلك لقيام الحاسوب والاتصالات بجزء كبير من مهامهم. (محسن، 2008، صفحة 522)

وساهمت أيضا بتقليل الحواجز بين المنظمة وعناصر بيئتها وبالأخص المهمة منها حيث لعبت دورا في إدارة العلاقات مع الزبائن من خلال سرعة جمع المعلومات عن إحتياجاتهم وتفضيلاتهم، كما ساهمت في تقليل تكاليف الرقابة وخاصة في إطار إدارة سلسلة التوريد بدءا من عمليات الشراء والعمليات اللوجيستية الخاصة بالنقل والتخزين وغيرها. (محسن، 2008، صفحة 299) كما أدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة إلى تغييرات جذرية في مفهوم تنقلية العمل، فلم يعد مفهوم التنقلية مرتبط بالتقلية الجغرافية، بل أصبح هناك تنقلية مجازية للعمل على الصعيد العالمي من خلال فضاء الإتصال الإلكتروني، وبالتالي لم يعد الموقع الجغرافي سجنا للمواهب والقدرات التي تستطيع المساهمة في التقسيم الدولي للعمل. (حورية، 2007/2008)

3. العلاقة بين إستخدام تكنولوجيا المعلومات والأداء الوظيفي للموارد البشرية في منظمات الأعمال الحديثة: (العربي، 2012، صفحة 325)

- تسببت إلى حد كبير في تحسين الأداء الوظيفي وذلك من خلال تخطي القيام بالعديد من الاعمال الروتينية وما يترتب عليه من إنجاز الأعمال بسرعة وكفاءة ودقة متناهية وتكلفة قليلة؛
- تسببت في تقليل الاعباء الوظيفية الروتينية الملقاة على عاتق المديرين، مما يتيح لهم إستغلال هذا الوقت في التخطيط الإستراتيجي ورسم السياسات العامة للمنظمة، مما ساهم في رفع كفاءة الإدارة العليا وفعاليتها؛

- تسببت في التأثير على الجانب المعنوي لدى العاملين بإتجاه زيادة ولائهم وانتمائهم للمنظمة من خلال ما توفره من فرص للإطلاع على المعلومات بشكل سهل مما يساهم في تعزيز مشاركتهم في عملية صنع القرار؛
- إن إهتمام المنظمات بالتوجه نحو الميزة التنافسية يدفعها لإستخدام تكنولوجيا الإعلام، مما يبرز زيادة الإهتمام بالبحث والتطوير والتدريب الذي يساهم في بناء وتنمية القدرات الفردية؛
- إن الثقافة التنظيمية والتوجهات الإدارية في المستويات العليا في أي منظمة مهما كانت مخرجات عملياتها الإدارية لها دور مهم في التوجه صوب إستخدام تكنولوجيا الإعلام مما ينعكس على شكل البيئة التنظيمية للعمل وتفعيل وتطوير العملية الإدارية؛
- تسببت في زيادة كفاءة المنظمة في إستغلال مواردها المختلفة لتوليد المخرجات المطلوبة بأقل تكلفة ممكنة وذلك من خلال أتمته عملياتها وانشطتها إعتاداً على تطبيقات الحاسوب مما يساهم في تحسين نوعية المنتجات وتقليل التباين والتفاوت في مستوى أداء هذه السلع والخدمات؛
- تسببت في زيادة فعالية المنظمة في تحقيق المنظمة في تحقيق أهدافها طويلة الاجل المتعلقة بالبقاء والنمو والإستمرار وذلك من خلال تحسين عمليات التعلم ونقل المعرفة، وإستخدام شبكات الاعمال المحلية والعالمية، وتحسين فعالية عملية إتخاذ القرارات وزيادة جودتها وتحسين محتواها وزيادة فعالية عملية الإتصال الإدارية داخل المنظمة وخارجها وتحسين عملية التنسيق والتحالف بين مختلف المستويات والوحدات الإدارية لإنجاز أهداف المنظمة؛
- تسببت في زيادة عدد الفرص المتاحة أمام المنظمة في الأسواق الداخلية والخارجية وتفعيل عملية توليد وتطبيق الافكار الجديدة اللازمة لتطوير السلع والخدمات؛
- تعمل تكنولوجيا الإعلام والإتصال على إستبعاد أثر المسافات والزمن المستغرق لقطعها، إذ تسمح للمنظمات بالإتصال في الزمن الحقيقي أي اللحظي، وبذلك فتوجه المنظمات لتبني تكنولوجيا الإعلام والإتصال سيؤدي بها إلى تحقيق التميز من خلال عنصر الزمن وبهذا يصبح الفضاء بدون مسافات وشفاف بدون أي نوع من الحدود أكانت إقتصادية أو سياسية أو إجتماعية. (fremont, 2002, p. 30).

4. مدخل عام حول ريادة الأعمال الرقمية:

1.4. أهمية ريادة الأعمال الرقمية: لريادة الأعمال الرقمية أهمية قصوى في عالم الأعمال اليوم نظراً لما تتوفر عليه من ميزات وخصائص، جعلت من المؤسسات اليوم تلجأ لها، حيث تتمثل أهميتها في:

- حل مشاكل البطالة: من خلال توفير مجموعة واسعة من مناصب العمل الافتراضية دون الحاجة للتنقل لمكاتب العمل، وكذا زيادة القدرة التنافسية والازدهار العام، فريادة الأعمال الرقمية تعد سبيلاً واعداً لخلق فرص عمل للشابات والشباب، في العديد من البلدان التي تعاني من البطالة، لكن إمكاناتها الكاملة لم تستغل بعد إلى حد كبير، ولذا تشير اللجنة الأوروبية الاقتصادية والاجتماعية إلى أهمية رعاية المواقف الريادية والمهارات الرقمية على جميع مستويات التعليم، فقد حظي مفهوم تنمية ريادة الأعمال الرقمية بثناء متزايد بوصفه جزءاً من حل مشكلة البطالة في صفوف الشابات والشباب في المنطقة الأوروبية المتوسطة. (helena, 2019)
- إضافة إلى ذلك، تعتبر ريادة الأعمال الرقمية عاملاً هاماً من عوامل التنمية الاجتماعية والاقتصادية، حيث يمكن أن تحقق 53 في المائة منها في المناطق الريفية والإقليمية ففي تحليل حديث لإحدى الشركات الأسترالية الصغيرة حيث وجد أن الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية، يمكن أن يولد إيرادات إضافية بقيمة 49.2 مليار دولار، فتبني ريادة الأعمال الرقمية من

أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية ضمن المقاربات الحديثة لريادة الأعمال الرقمية و إقتصاد المعرفة -تجارب بعض البلدان العربية حول تبني تكنولوجيا المعلومات لتحقيق ريادة الأعمال الرقمية — خلال الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى زيادة الإيرادات بمعدل 15 نقطة مئوية بشكل أسرع وخلق فرص عمل بضعف سرعة الشركات الأقل تقدما. (zhao, 2016, p. 8)

● فريادة الأعمال الرقمية اليوم مكنت من إنجاز العديد من الأعمال والتداولات الرقمية التي كانت تبدو صعبة، وذلك من خلال العمل عن بعد فقد استحدثت العديد من مناصب الشغل للعديد من الأفراد من كل الجنسيات في شتى المجالات، وساهمت من تقليل التكاليف على رجال الأعمال، حيث أنها لا تحتاج ميزانية مثلما تحتاجها ريادة الأعمال التقليدية، لذلك فقد أصبحت ريادة الأعمال الرقمية مجالا خصبا لرواد الأعمال من أجل إنجاز مشاريعهم بأقل التكاليف وبسهولة ويسر وكذا الاستفادة من الخيارات المنتشرة في شتى المجتمعات، كما أن الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية يساهم في توفير المنتجات والخدمات بشكل أسرع مقارنة بريادة الأعمال التقليدية. (حمزة، 2022، الصفحات 1126-1127)

2.4. محددات ريادة الأعمال الرقمية: تتمثل أهم محددات نجاح ريادة الأعمال الرقمية في عالم المؤسسات اليوم في:

- متطلبات الرقمنة: المرونة والإنتاجية للمنصات الرقمية والوسائط الاجتماعية ومصادر البيانات الضخمة ومنتجات المعلومات، على سبيل المثال: اعتماد المحركات الرقمية، والمرافق الرقمية وتوفير البنية التحتية الرقمية الداخلية والطموح الرقمي وكذا القدرات الرقمية للمؤسسات.

- التحولات الديناميكية: أي قابلية الأفراد لريادة الأعمال التجارية الرقمية وتقارب الأعمال الرقمية والأخلاقيات الرقمية لديهم وكذا اتجاهاتهم الرقمية، على سبيل المثال: قدرات تبادل المعلومات، وقدرات عملية التعاون والتعلم الاستراتيجي الرقمي وغيره من خلال اكتساب المعرفة بالأعمال التجارية الرقمية، على سبيل المثال معرفة وضع السوق واستراتيجية السوق والاستراتيجيات الرائدة للشركات الناشئة والاحتكارات الرقمية، وكذا المنافسة والقيادة.

- إبتكار نموذج العمل الرقمي: مثل تقسيم المهام بين الموظفين وتوزيع المكافآت، وأوجه القصور في نماذج الأعمال الرقمية، التحقق من صحة نماذج الابتكار الرقمي وتقييمها، على سبيل المثال مخاطر العلاقات والمخاطر المرتبطة بنماذج الأعمال المبتكرة والمخاطر المهنية وغيرها.

- الأعمال الرقمية أو ما يليها من المراسيم: على سبيل المثال، الآثار غير المباشرة، والتأثير الاجتماعي للأسواق، وتوفير التكاليف، دعم وتطوير المزايا التنافسية، ودعم التغلب على حواجز السوق، ودعم أداء السوق وتطويره، تعزيز الدور والتسويق بين القدرات الرقمية وتطوير الاستراتيجية الرقمية، والعلاقة المتبادلة بين الكثافة الرقمية والأداء التنظيمي، والروابط بين الأجهزة التقنية. (حمزة، 2022، صفحة 1127)

3.4. أسباب التحول لريادة الأعمال الرقمية: لقد اجتمعت العديد من الأسباب التي أدت لظهور ما عرف بريادة الأعمال الرقمية في المؤسسات الحديثة، حيث تمثلت غالبية الأسباب في:

- أزمة وباء كورونا: لولا أزمة كورونا الحالية لما كان كتاب "Rebooting Work" لمؤلفيه Maynard Webb and Carlye Adler الصادر عام 2013 طفا على السطح من جديد، فقبل ما يقرب من سبعة أعوام كان المؤلفان يتحدثان عن تحولات العمل في زمن ريادة الأعمال، لكنهما لم يدركا وقتها، أن هذا التحول أمسى واقعا بل ضرورة في الوقت الحالي، إن لم تكن ريادة الأعمال هي الخيار الأمثل لكثير من الناس فقد باتت هي خيار الضرورة، ففي ظل التحول البيئي الذي يشهده العمل بسبب أزمة كورونا، و اضرار الكثير من الشركات إلى الإغلاق و إنهاء أعمالها، أو تسريح الجزء الأكبر من الموظفين، يأتي التفكير في ريادة الأعمال كطوق نجاة، خاصة لأولئك الموظفين الذين تم تسريحهم.

- **الخوف من التغيير:** قديما وقبل أن نتحول إلى حقبة العمل في زمن ريادة الأعمال، كان السبب الأساسي لعدم اتخاذ خطوة إلى الأمام، وعدم التقدم على صعيد تأسيس وامتلاك مشروعنا الخاص، هو الخوف من الفشل، وخشية التغيير، لكن الأمور اختلفت الآن، فالتغيير فرض علينا فرضا، والسبب ليس فقط أزمة كورونا، وإنما لأن الكثير من الشركات والمؤسسات بدأت تعيد التفكير في استراتيجياتها، وأهدافها ومطالبها من الموظفين، فما الذي يجبر هذه الشركة أو تلك، على سبيل المثال على إيجاد موقع، وتزويده بالمكاتب والأجهزة...إلخ، في حين أنه من الممكن أن تحصل على كل ما تريده من الموظفين وهم في بيوتهم، إن العمل في زمن ريادة الأعمال ليس تحديا فقط، ولكنه ينطوي على فرصة من نوع خاص، للشركات والموظفين على حد سواء، فالنسبة للشركات ستحصل على نتائج أفضل من التي كانت تطلبها من قبل ولكن بتكلفة أقل، فالموظفون يعملون عن بعد، ولا يكلفونها شيئا على الاطلاق، باستثناء دفع رواتبهم.

- **موظفون أكثر حرية:** أما بالنسبة للموظفين، فأولئك الذين قرروا الاستمرار في العمل لصالح الآخرين فسيكونون أكثر حرية، إذ يمكنهم فعل كل ما يريدونه من مهام وأنشطة إلى جانب العمل، طالما أن ساعات هذا العمل أمست أكثر مرونة، ناهيك عن كونهم ليسوا مطالبين سوى بالنتائج فقط، دون التقيد بمواعيد حضور وانصراف وخلافه.

- **المرونة الجغرافية:** يتحدث المؤلفان عما يسميانه المرونة الجغرافية Geoflexibility، وهم يقصدون بها أن حدود العالم تقاربت، وأن المسافات ألغيت، ليس بفعل وسائل النقل والمواصلات، وسبل السفر والتنقل التي أمست ميسورة وسريعة، وإنما بفضل الانترنت وما أحدثه من ثورة جذرية على صعيد التواصل، وتقريب المسافات بين البشر.

فهذه الأسباب وغيرها تعتبر من بين أهم الأسباب التي دفعت إلى بروز مفهوم ريادة الأعمال الرقمية إلى سطح عالم الأعمال والمؤسسات الناشئة، خاصة في ظل ما خلفته أزمة وباء كورونا على المؤسسات العالمية والتداعيات التي انجرت عنها والتي جعلت الكثير من المؤسسات تفقد حصصها في السوق وكذا تهدد مراكزها التنافسية، كما الانتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي وغزو الانترنت جل مناطق العالم ساهم بشكل كبير في ظهور ريادة الأعمال الرقمية كتوجه جديد، فتح باب التنافس من جديد بين المؤسسات التقليدية والمؤسسات الحديثة المعتمدة على انترنت الأشياء وعلى السرعة في التنفيذ وتقديم الخدمات في جل المجتمعات. (حمزة، 2022، الصفحات 1127-1128)

4.4. توجه البلدان العربية لريادة الأعمال الرقمية: في هذا المطلب سنتطرق إلى ثلاثة نماذج عربية انتهجت نهج ريادة الأعمال الرقمية في مؤسساتها، وسعت من أجل تفعيل العمل بها في المستقبل القريب: (حمزة، 2022، الصفحات 1128-1129-1130)

- **البحرين:** نظمت جمعية البحرين لشركات التقنية "بيتك" لقاء عن بعد تحت عنوان "ريادة الأعمال الرقمية، وذلك في إطار فعاليات "الأسبوع العالمي لريادة الأعمال" الذي يستضيفه صندوق العمل "تمكين" وتقام فعالياته في مملكة البحرين للعام الخامس على التوالي، مؤكدة جمعية "بتك" في مستهل اللقاء أهمية الجهود التي تنهض بها "تمكين" في قيادة المنظومة المتكاملة الداعمة لرواد وريادة الاعمال في مملكة البحرين ومواكبة التطورات العالمية في هذا المجال ولا سيما في ظل الحاجة إلى المرونة والسرعة لتجاوز تداعيات جائحة كوفيد-19 على المشاريع الريادية والاقتصاد الوطني ككل.

وقال مستشار جمعية "بتك" خلال اللقاء إن قطاع الأعمال في البحرين شهد مؤخرا زيادة في الوعي بمجال ريادة الأعمال الرقمية، وذلك اعتمادا على البنية التحتية المتقدمة لشبكة الانترنت في البحرين وسهولة تبني وتطبيق التقنيات الحديثة في مجال التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي والذكاء الصناعي والحوسبة السحابية وغيرها، ووعي المستهلكين بالتعامل مع قنوات الدفع المالي الرقمية وغيرها.

وأضاف أن مشروعات رواد الأعمال التقليدية التي لا تستفيد من التكنولوجيا الحديثة تعرض نفسها لخطر الخروج من السوق لصالح منافسيها الأقدر على تسخير تلك التكنولوجيا في رفع الإنتاجية وتقليل الإنفاق والوصول إلى الأسواق الخارجية. المملكة العربية السعودية: أكد "مجمع ريادة الأعمال الرقمي" في جدة، التابع ل "منشآت"، عن أن أول مسرعة رقمية "مسرعتك الرقمية"، والتي انطلقت من 17 أكتوبر 2020 واستمرت حتى 09 جانفي 2021، تواصل دعم وتطوير الشركات الناشئة المختصة لصناعة وإنتاج المحتوى والإعلام الرقمي في المملكة، وبدورها، تقوم شركة "يوتيرن" للاستشارات في التسويق الرقمي وصناعة المحتوى الرقمي بالإشراف على جميع برامج مسرعة الأعمال الرقمية.

ويوفر "مجمع ريادة الأعمال الرقمي" بيئة عمل إيجابية ملائمة للابتكار، تتوفر فيها وسائل الترفيه والراحة ضمن مساحات مكتبية مرنة، واستوديوهات للتصوير، وتسجيل الصوت والبودكاست، مجهزة بأحدث المعدات العالمية، بهدف تمكين الشركات التي تعمل في هذا المجال من صناعة ومعالجة المحتوى الرقمي وتنفيذه بمعايير عالية الجودة، من جهته، صرح رئيس مجلس إدارة مجموعة Webedia Arabia ومؤسس يوتيرن: "هدف الشراكة بين منشآت ويوتيرن في مجمع ريادة الأعمال رقمي واضح، حيث شهدت المملكة تحولا جذريا في السنوات الأخيرة، كما أنها تعمل على تمكين شبابها ودعم الشركات المحلية والشركات الناشئة، ومهمتنا مع منشآت أن نخرج في السنوات القادمة شبابا وشابات من أصحاب شركات المحتوى الرقمي يتفوقون على منافسهم في المنطقة.

- الأردن: عقدت جمعية شركات تقنية المعلومات والاتصالات "إنتاج"، جلسة توعوية تفاعلية عبر تقنية الاتصال عن بعد للتعريف بالمنصات الرقمية الخاصة في بيئة ريادة الأعمال في الأردن الممولة من صندوق الريادة الأردني والذي ستنفذه وتديره جمعية "إنتاج" ومجلس الشركات الناشئة "Jo Startups" بالتعاون مع شركة الجدارة للاستشارات وشركة الجودة لحلول الأعمال "QBS" وشركاء آخرين، وذلك لدعم بناء وإدارة نظام أعمال وطني لريادة الأعمال لتكون جاهزة بحلول الربع الأخير من عام 2021، فهذه المنصة تعتبر "بوابة رئيسية" للشركات الناشئة الأردنية وبيئة عمل رقمية للريادة في الأردن، خاصة في ظل تداعيات وتبعيات جائحة كورونا، فالمنصة تساعد الرياديين على التواصل مع الصناديق التي تستهدف أعمالهم دون الحاجة لزيارة جميع الصناديق، وتساهم في جعل السوق الريادي أكثر كفاءة من خلال تحديد الأهداف لمنظومة ريادة الأعمال في الأردن، فالمنصة تعتبر خريطة كاملة وواضحة عن بيئة الريادة الأردنية في السوق المحلي والأسواق الخارجية، فالشركات الناشئة بحاج إلى "منبر" يساعدها على تحديد مواطن الضعف والقوة لديها، بالإضافة لتحديد أولوياتها من خلال تطوير طريقة العمل قبل الوصول إلى خطة الاستثمار والترويج.

فهذه المبادرات العربية تعد هي الأولى من نوعها في المنطقة العربية التي تحاول انتهاج سبيل ريادة الأعمال الرقمية، على اعتبار أن المؤسسات والحكومات الغربية خاصة منها الأوروبية في فرنسا وألمانيا وبريطانيا وغيرها قد تبنت فكرة ريادة الأعمال الرقمية منذ سنوات عديدة على خلفية تطورها التكنولوجي والاقتصادي، غير أن هذه المبادرات العربية تعد توجهها حسنا، هدفه تحسين طريقة إدارة الأعمال والاستفادة من التكنولوجيا والاتصالات، حيث أنه معروف على المؤسسات في السعودية والأردن والإمارات العربية المتحدة وقطر وغيرها من دول الخليج العربي تفوقها الاقتصادي والتكنولوجي واستعمال الرقمنة في جل مجالات الحياة. (حمزة، 2022، الصفحات 1128-1129-1130)

5. تنافسية المؤسسات الاقتصادية:

1.5. مفهوم تنافسية المؤسسات: تعرف التنافسية على أنها الأداء الحالي والكامن للإقتصاد في إطار القطاعات والأنشطة التي تتعرض لمزاومة من قبل الإقتصاديات الأجنبية، وتعرف التنافسية على مستوى البلدان والمؤسسات بأنها الدرجة التي يمكن بها تقديم السلع / الخدمات التي تفي بإحتياجات الأسواق العالمية وفي نفس الوقت توسع من الدخل الحقيقي للمواطنين، وتقاس تنافسية الأمم بالناتج المحلي الإجمالي (GDP) ونسبة الواردات / الصادرات، والزيادة في الإنتاجية، ويمكن إعطاء تعريف شامل للتنافسية بأنها قدرة المؤسسة على الصمود أمام منافسها محليا وعالميا والتفوق عليهم في ظل العولمة الإقتصادية وإنتتاح الأسواق العالمية، وهذا بإتباع إستراتيجيات مناسبة تمكنها من بلوغ أهدافها المسطرة من نمو وبقاء وإستمرار، وتمكنها أيضا من إكتساب مكانة رائدة في السوق. (حمزة، 2022، صفحة 1130)

2.5. أهمية التنافسية: لم تعد التنافسية مجرد الإنتاج بأقل التكاليف بل تعدت ذلك في إقتصاد معلوم إلى ترسيخ مبدأ الجودة والتميز، وهو ما يسمح بالمنافسة على الرغم من إرتفاع التكاليف ويحتاج النهوض بالجودة والنوعية إلى موارد بشرية علمية تستطيع السيطرة على التكلفة وإبداع أشكال التميز والإنتقان في المنافسة، وإن كان الإندماج أو الإفتتاح على العالم ضمن منظومة الإقتصاد العالمي أمر حتمية أمام الدول العربية والتنمية عموما، فإن الإستفادة من الفرص التي يوفرها لتحقيق النمو الداعم والرفاه ليست نتيجة حتمية بل تخضع لقوانين المنافسة المفتوحة على مستوى الدول والشركات وحتى الأفراد، وتمثل أبرز التحديات التي تطرحها البيئة العالمية الجديدة في تعزيز القدرة على توليد الدخل وإستمرارية النمو في ظل هذه البيئة الدولية واصبح شعارها البقاء للأفضل مما يستدعي تحديث الهياكل الإنتاجية وتحسين كفاءتها وتطويع الثقافة والنهوض بالعنصر البشري وتحسين بيئة الأعمال وإجتذاب رأس المال الأجنبي، وفي إقتصادنا المعاصر أصبحت التنافسية أكثر ضرورة فهي تؤثر في الشركات التي تحتاج إلى تنمية فضلا عن مجرد توفير البقاء وفي الأفراد الذين يريدون الحفاظ على وظائف عملهم كما تؤثر في الأمم التي ترغب في إستدامة مستويات معيشة أفرادها وزيادتها، ومما عزز من مناخ التنافس ورسخ القناعة بأهمية التنافسية تلك التغييرات في بيئة الأعمال. (حمزة، 2022، الصفحات 1130-1131)

3.4. أسباب التنافسية: تتعدى الأسباب التي جعلت التنافسية الركن الأساسي في نظام الأعمال المعاصر، ولعل العوامل التالية والتي تمثل في حقيقتها نتائج العولمة وحركة المتغيرات هي أهم تلك الأسباب:

- ضخامة وتعدد الفرص في الاسواق العالمية والسهولة النسبية في متابعة وملاحقة المتغيرات نتيجة تقنيات المعلومات والإتصالات وتطور أساليب بحوث السوق؛

- الشفافية النسبية التي تتعامل بها المؤسسات الحديثة في المعلومات المتصلة بالسوق وغيرها من المعلومات ذات الدلالة على مركزها التنافسية؛

- سهولة الإتصالات وتبادل المعلومات بين المؤسسات المختلفة وفيما بين وحدات وفروع المؤسسة الواحدة بفضل شبكة الأنترنت وغيرها من آليات الإتصال الحديثة؛

- تدفق نتائج البحوث والتطورات التقنية، وتسارع عمليات الإبداع والإبتكار. (حمزة، 2022، صفحة 1131)

6. إحصائيات حول توجه المؤسسات لريادة الأعمال الرقمية:

يرى الكثير من الباحثين في عالم الأعمال والمؤسسات اليوم، أن هناك الكثير من الأسباب التي أدت لظهور متغيرات جديدة على بيئة عمل المؤسسات، ومن بينها ريادة الأعمال الرقمية التي بدأت في الإنتشار رغم كل المخاوف، من قبل رواد الأعمال من الإنتقال إليها، غير أن التحولات الرقمية اليوم أدت إلى بزوغ هذا المفهوم في عمل المؤسسات حيث باتت الشركات اليوم تتوجه بكل ثقة إلى ريادة الأعمال الرقمية، وتسهم في إزالة مخاوف التوجه له والتي من بينها:

- 55 % من الشركات الناشئة تبنت إستراتيجية أعمال رقمية، مقارنة ب 38 % من الشركات التقليدية، كما تقول 71 % من الشركات الناضجة رقميا أنها تستطيع جذب مواهب جديدة بناء على إستخدامها للبيانات، مقارنة ب 10 % من الشركات الرقمية في المراحل المبكرة.

- يقول 52 % من جهات التسويق حول العالم إن قيادة النمو من خلال التحول الرقمي هو تركيزهم الإستراتيجي الأول، كما تعتقد 55 % من الشركات التي لم تشهد تحولا لريادة الأعمال الرقمية أن لديها أقل من عام قبل أن تبدأ في فقدان حصتها في السوق.

- 62 % من الشركات ترى أن تجربة العملاء التي يقدمها مركز الإتصال ميزة تنافسية، كما يأتي ثلثا الميزة التنافسية للشركة من تجربة العملاء، من خلال الأعمال الرقمية، كما أن 93 % من الشركات تعتبر التقنيات المبتكرة ضرورية لتحقيق اهداف ريادة الأعمال الرقمية.

- يعتقد 60 % من المدراء التنفيذيين أن التكنولوجيا المتصلة وأتريبت الاشياء سيلعبان دورا مهما في الإستراتيجية الرقمية لشركاتهم، كما يعتقد 68 % من قادة الأعمال العالميين أن مستقبل الأعمال يتضمن عمل البشر والذكاء الإصطناعي معا. - 86 % تعتقد أن تكنولوجيا السحابية ضرورية للتحول لريادة الأعمال الرقمية، في حين أن 65 % من المستهلكين يبحثون عن منتج عبر الأنترنت قبل الذهاب إلى المتجر الفعلي.

فهذه الإحصائيات المتقاربة النسب حول التوجه لريادة الأعمال الرقمية والتحولات الرقمية، تدعم فكرة ريادة الأعمال الرقمية على خلفية أن العديد من المؤسسات العالمية والإقليمية بدأت بالفعل التوجه نحو ريادة الأعمال الرقمية، بحكم الأهمية التي أصبح يحظى بها هذا المفهوم في بيئة الأعمال اليوم، كما أن المؤسسات اليوم خاصة منها الإقتصادية والخدمات أدركت أن كل الأعباء والتكاليف التي كانت تعترض أعمالها، أصبح يمكن تجاوزها والتقليل منها. (حمزة، 2022، الصفحات 1132-1133)

7. ريادة الأعمال الرقمية و أثرها على القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة:

تعتبر القدرة التنافسية مهمة في زيادة نجاح الأعمال لأن الهدف النهائي لتأسيس شركة هو تحقيق أقصى قدر من الأداء الناجح حيث يحتاج مديرو الشركة إلى النظر في القدرة على المنافسة لزيادة نجاح أعمالهم، كما تكمن المنظمة من تمييز نفسها عن منافسها، مساهمة كذلك في الحفاظ على بقائها وإستمرارها، كما يشير أيضا إلى قدرة المنظمة على إتخاذ موقف دفاعي ضد المنافسين، هذه القدرة الناتجة عن قرارات إدارية حاسمة، فالقدرة التنافسية هي شكل من أشكال الإستراتيجية لمساعدة الشركة في التموغع الجيد بين منافسها المحتملين.

كذلك تشير القدرة التنافسية إلى ميزة إستراتيجية وهي إنشاء المنتجات والخدمات في الصناعة والتي لا يمكن للمنافسين تقليدها في حصة سوقية معينة، فالقدرة التنافسية هي وظيفة تشغيلية موجهة ليس فقط داخليا ولكن أيضا خارجيا، أي أنها تستجيب بشكل مباشر لمتغيرات البيئة التي تنشط فيها، فمن منظور الإستراتيجية التنافسية- تتسم التنافسية بطبيعتين:

القائمة على الصناعة والقائمة على الموارد وشروط الطلب وكذا القدرة على التأقلم مع الاوضاع، وهذا ما حدث خلال أزمة وباء كورونا، حيث حدثت متغيرات جد سريعة على بيئة الأعمال، حيث توقف النشاط الميداني للعديد من المؤسسات، مما إستدعى البحث عن البديل، وهو ما تجلى في زيادة الأعمال الرقمية، التي أتت بمستجدات وحلول لتلك الشركات التي لا يرغب في أن تتوقف أعمالها بحكم تعدد تعاملاتها وشساعة إمتدادها، وهذا ما جعل زيادة الأعمال الرقمية بمثابة حبل النجاة بالنسبة للمؤسسات، بل أن الإعتتماد على زيادة الأعمال الرقمية أوجد مميزات جديدة في سوق التنافس المؤسساتي بحكم الإعتتماد الأساسي على تكنولوجيا الإعلام والإتصال المتطورة وهذا ما جعل المؤسسات تنتهج هذا النهج رغبة منها في تحقيق التنافسية والبقاء في سوق الاعمال بسمعة جيدة. (حمزة، 2022، صفحة 1134)

8. فرص وتحديات زيادة الأعمال الرقمية في بناء مؤسسات تنافسية في البلدان النامية:

عرفت زيادة الأعمال الرقمية بأنها تحديد فرص زيادة الأعمال والسعي ورائها بناء على إنشاء المصنوعات الرقمية والمنصات والبنى التحتية التي توفر الخدمات من خلال التكنولوجيا، تتكون المصنوعات الرقمية من تطبيقات أو أي مكون وسائط يوفر وظيفة محددة للمستخدمين منصة رقمية للتعاملات، فالمنصة الرقمية عبارة عن مجموعة من الأدوات الرقمية المشتركة التي توفر لأصحاب المشاريع مكانا لعمليات الإنتاج والتسويق والتوزيع ففي السنوات الأخيرة، فتحت زيادة الأعمال الرقمية مجالات جديدة لأنشطة زيادة الأعمال وغيرت طبيعة عدم اليقين الكامنة في عمليات ونتائج زيادة الأعمال، ففي عالم يشهد إبتكارات مستمرة وجذرية، يطور رواد الأعمال أفكارا تجارية تستفيد من قوة التكنولوجيا، حيث يتمتع رواد الأعمال بفرصة تقديم منتجات وخدمات جديدة للمستهلكين من خلال منصات التواصل الإجتماعي وإستخدام الذكاء الإصطناعي لقياس تأثيرهم ومدى وصولهم، ومع ذلك يوجد عدم تجانس بين الشركات الرقمية، حيث يعتمد بعضها بشكل كامل على التكنولوجيا (على سبيل المثال تصميم الويب، البيع بالتجزئة الإلكترونية، بينما يستخدم البعض الآخر الرقمنة في عمليات التسويق والإتصالات الخاصة بهم. (حمزة، 2022، الصفحات 1134 - 1135)

9. العلاقة بين زيادة الأعمال وإقتصاد المعرفة:

أدت ثورة الإتصالات والمعلومات إلى سهولة نقل وتدقق المعرفة من دولة لأخرى وبين الوحدات الإقتصادية داخل الدولة الواحدة وتتخذ تلك التدفقات إما صورة مجسدة في الآلات والمعدات أو غير المجسدة تتمثل في نقل المعرفة وإستخدامها من خلال نظم التعليم والإستشارات والأدبيات العلمية والتقنية وغيرها، وفي حين تؤدي الشركات الكبيرة والمؤسسات البحثية دورا هاما في مجال البحوث والتطوير، فإن الشركات الصغيرة والناشئة تؤدي دورا أكبر في توظيف الأفكار المتولدة عن أنشطة البحوث والتطوير، ومن الملاحظ ندرة الدراسات التي تناولت علاقة زيادة الأعمال وإقتصاد المعرفة خاصة في الدول العربية، إلى جانب تركيز الدراسات المتوفرة على إتجاه واحد للعلاقة وتأثير واحد أو أكثر من ركائز إقتصاد المعرفة وخاصة نظام الحوافز الإقتصادي والمؤسسي وبيئة الأعمال والتعليم على حجم أنشطة زيادة الأعمال. (إيناس، 2020، الصفحات 318-320)

10. خاتمة:

تكتسي تكنولوجيا المعلومات أهمية كبيرة في عصرنا الحالي، نظرا لما تحققه من تطور في مجال ريادة الأعمال الرقمية تماشيا مع المقاربات الحديثة لإقتصاد المعرفة، لتحقيق الميزة التنافسية والريادة للمؤسسات الاقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة، من خلال الإستثمار في الموارد البشرية لتحسين الأداء الوظيفي، للوصول للنجاح في التفوق والتنافس مع المحيط الخارجي، وتحقيق النمو والإستمرارية والمنافسة هذا ما قامت به التطورات التكنولوجية بخلق الفرص والإستثمار فيها لرواد الأعمال لتحقيق التميز والقدرة على المنافسة، رغم ذلك إلا أن ريادة الأعمال الرقمية في الجزائر لا تزال تواجه عدة صعوبات كنقص في تطور التكنولوجيا المتطور، وضعف شبكات الانترنت، وإبتعاد رواد الأعمال عن مجال الإستثمار في الأعمال الرقمية وعلى إثر هذا قمنا بالخروج بالنتائج التالية:

النتائج: من خلال هذه الدراسة البحثية توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ ساهمت تكنولوجيا المعلومات إلى حد كبير في تحسين الأداء الوظيفي وذلك من خلال القيام ب إنجاز الأعمال بسرعة وكفاءة ودقة متناهية وتكلفة قليلة؛
- ✓ لتكنولوجيا المعلومات دور كبير في التقليل الاعباء الوظيفية الروتينية الملقاة على عاتق المديرين، وإتاحة لهم فرصة إستغلال الوقت الكافي في التخطيط الإستراتيجي ورسم السياسات العامة للمنظمة؛
- ✓ تساهم تكنولوجيا المعلومات في الرفع من كفاءة الإدارة العليا وفعاليتها في رسم السياسات التوجيهية للمؤسسات الاقتصادية ومنظمات الاعمال الحديثة؛
- ✓ تعود تكنولوجيا المعلومات بالتأثير على الجانب المعنوي لدى العاملين بزيادة ولائهم وإنتماهم للمنظمة عبر إتاحتهم فرص للإطلاع على المعلومات بشكل سهل مما يساهم في تعزيز مشاركتهم في عملية صنع القرار؛
- ✓ الميزة التنافسية التي تسعى المؤسسات الاقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة لتحقيقها تنقيد بإستخدامها لتكنولوجيا الإعلام والإتصال والعمل على تطويرها لمختلف التقنيات الحديثة المستخدمة، مما يبرز زيادة الإهتمام بالبحث والتطوير والتدريب الذي يساهم في بناء وتنمية القدرات الفردية للموارد البشرية لتحسين الأداء الوظيفي؛
- ✓ إن تكنولوجيا المعلومات في المستويات العليا في أي منظمة مهما كانت مخرجات عملياتها الإدارية لها دور مهم في التوجه صوب تطوير العملية الإدارية وتحسين الأداء الوظيفي وتحقيق ريادة أعمال المؤسسات الاقتصادية والمنظمات الحديثة؛
- ✓ تساهم تكنولوجيا المعلومات في زيادة كفاءة المنظمة في إستغلال مواردها المختلفة لتوليد المخرجات المطلوبة بأقل تكلفة ممكنة وذلك من خلال أتمته عملياتها وانشطتها من خلال البرامج الإلكترونية لتحسين نوعية المنتجات وتقليل التباين والتفاوت في مستوى أداء هذه السلع والخدمات؛
- ✓ تساعد تكنولوجيا المعلومات المنظمة في تحقيق ريادة اعمالها وتحقيق أهدافها طويلة الاجل المتعلقة بالبقاء والنمو والإستمرار وذلك من خلال تحسين عمليات التعلم ونقل المعرفة؛
- ✓ تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين فعالية عملية إتخاذ القرارات وزيادة جودتها وفعاليتها عملية الإتصال الإدارية داخل المنظمة وخارجها؛
- ✓ تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين عملية التنسيق والتحالف بين مختلف المستويات والوحدات الإدارية لإنجاز أهداف المنظمة وتحقيق الريادة الاقتصادية تماشيا مع المقاربات الحديثة لإقتصاد المعرفة.

التوصيات: إنطلاقاً من نتائج دراستنا البحثية قدمنا مجموعة من التوصيات لكي تكون محل إهتمامات الباحثين ومنها:

- يجب الإهتمام بإدخال وتطوير تكنولوجيا المعلومات عبر مختلف المؤسسات الناشئة في الجزائر لتحقيق التطوع نحو توفير بيئة أعمال مناسبة تهتم بالمقاربات الحديثة في مجال زيادة الأعمال وإقتصاد المعرفة؛
- إدخال مختلف عمليات وأنشطة وبرامج التدريب للموارد البشرية لتحسين الأداء والمساهمة في تحقيق القدرة والميزة التنافسية على مستوى المؤسسات الإقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة؛
- تخصيص مديريات فرعية عبر مختلف المؤسسات الإقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة تهتم بالإستثمار في المورد البشري وتكوينه للتطلع نحو الإهتمام بخلق فرص الإستثمار لدخول عالم زيادة الأعمال الرقمية؛
- ضرورة الإهتمام بمرافقة تدعيم المؤسسات الإقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة بواسطة تخصيص الدولة الجزائرية لميزانيات مالية معتبرة للوصول لتوفير إستخدام وتطبيق تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الريادة الإقتصادية وأداء الموارد البشرية؛
- ضرورة الإهتمام بتوفير التكنولوجيا بالمؤسسات الناشطة في القطاع الإقتصادي بالجزائر لأنها ترتبط بالإقتصاد الكلي وتساهم في دفع عجلة التنمية والريادة الأعمال الرقمية.
- ضرورة المساهمة في فتح التكوين عبر الجامعات والمؤتمرات والندوات العلمية في مجال زيادة الأعمال الرقمية لخلق الميزة التنافسية في المؤسسات الإقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة في الجزائر للإهتمام بهما.
- مرافقة وسن قوانين ومراسيم تساهم في عملية التسهيل من الإهتمام بزيادة الأعمال الرقمية في المؤسسات الإقتصادية ومنظمات الأعمال الحديثة في الجزائر، والإهتمام بتطوير أداء الكفاءات من الموارد البشرية بإعتبارها العنصر الأهم لتحسين الأداء الوظيفي.

11. قائمة المراجع:

1. د. بن أحمد لخضر، ميساوي عبد الباقي، أثر تطبيق تكنولوجيا الإعلام والإتصال على تحقيق ريادة منظمات الأعمال الحديثة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، العدد السادس، ص 72.
2. غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا، مفاهيم ومدخيل تقنيات تطبيقات علمية، دار المناهج عمان، 2006، ص 22.
3. حسن عماد مكاي، تكنولوجيا الإتصال في عصر المعلومات، الطبعة الثانية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997، ص 63.
4. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والإتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار الرحاب، القاهرة، ص 1.
5. بن بريكة عبد الوهاب، بن تركي زينب، أثر تكنولوجيا الإعلام والإتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، عدد 7، بسكرة، 2010/2009، ص 246.
6. ثابت عبد الرحمان إدريس، نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 153.
7. د. بن أحمد لخضر، ميساوي عبد الباقي، أثر تطبيق تكنولوجيا الإعلام والإتصال على تحقيق ريادة منظمات الأعمال الحديثة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، العدد السادس، ص 73 ص 74.
8. حسين عليان أرشيد الخالدي، العوامل المؤثرة في إقامة الشركات العامة للمشاريع الريادية، أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2007، ص 30.
9. مجدي عوض مبارك، الريادة في الأعمال، المفاهيم والنماذج والمدخل العلمية، جدار للكاتب العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 173.
10. د. بن أحمد لخضر، ميساوي عبد الباقي، أثر تطبيق تكنولوجيا الإعلام والإتصال على تحقيق ريادة منظمات الأعمال الحديثة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، العدد السادس، ص 79.
11. د. بن أحمد لخضر، ميساوي عبد الباقي، أثر تطبيق تكنولوجيا الإعلام والإتصال على تحقيق ريادة منظمات الأعمال الحديثة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، العدد السادس، ص 79.
12. محسن العامري ومنصور الغالي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2008، ص 522.
13. محسن العامري ومنصور الغالي، الإدارة والأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2008، ص 299.

14. حورية بلعويدات، إستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2008/2007.
15. العربي عطية، أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية، مقال بمجلة الباحث، عدد 10، 2012، جامعة ورقلة، ص 325.
16. Fremont vanacore, la diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les PME réseaux et des territoires, université de Havre, 2002, p30.
17. Helena, M, Felipe, L, Digitization and SMEs in the Mediterranean, economic and social commission, 2019.
18. Zhao, F, Alan, C, digital entrepreneurship, Research and practice, 9th annual conference of the euro med academy of Business, Edith Cowan university, Australia, school of Business and law, 2016, p08.
19. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1126 – 1127.
20. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1127.
21. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1127 – 1128.
22. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1128 – 1129.
23. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1130.
24. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1130 - 1131.
25. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1131.
26. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1132 – 1133.
27. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1134.
28. حمزة غندوز، رتبية طايبي، 2022، ريادة الأعمال ودورها في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية (دراسة تحليلية)،مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، المجلد (07)، العدد (02)، حمزة قندوز، الجزائر. ص 1134 – 1135.
29. إيناس فهمي حسين، 2020، العلاقة بين ريادة الأعمال وإقتصاد المعرفة، دراسة تطبيقية على الدول العربية، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد (16)، العدد (24)، إيناس فهمي حسين، الجزائر، ص 318 – 320.

The Entrepreneurial Integration in Organizations with Reference to the Experience of Apple Inc

Aichouche Aouatef¹

¹University of El Oued (Algeria)

Abstract: Organizations keep pace with the rapid developments has become essential thing to integrate with this changing environment, so organizations have given increasing attention to change the form of their traditional work and to transform it into entrepreneurship work. It is considered as a motive to achieve response and become at the top of their future plans. Therefore, this study aims to highlight the importance of achieving entrepreneurial integration and its requirements, with reference to Apple Inc and to identify the most important elements of its success. Depending on the structural analysis methodology, the results of the study showed that achieving entrepreneurial integration requires an entrepreneurial leadership with an entrepreneurial culture and structural flexibility.

Keywords: Entrepreneurial integration, structural flexibility, entrepreneurial leadership, entrepreneurial culture, Apple Inc.

1. Introduction:

In light of the contemporary economic transformations that organizations of all kinds are experiencing amidst a very complex environment in which turbulence and continuous change has become an inherent feature. Many difficulties have been added to the planning and forecasting processes to confront the challenges which are posed by this change. In order to ensure their progress, organizations depend on a series of effective strategic behaviors. The ability to create and to design these behaviors is crucial thing to achieve a sustainable competitive advantage, especially in light of a turbulent environment, which prompted it to constantly work on developing and modernizing its objectives and methods.

This is what generates the need to achieve the response that is the basis on which the organization is based to confront and withstand intense competition and move it to a new stage that gives it a greater and stronger position, by matching its assets with what the external environment provides such as opportunities and what the threats impose. Therefore, interest in entrepreneurial integration is emerged, which is characterized by a high level of predictability, risk-taking, and inclination towards developing and providing innovative new products and services. It reflects a set of practices and activities which are related to flexibility as a new basis for creating a method of competition and superiority between organizations. It demands high degree of sensitivity to future possibilities.

From this point of view, the problem of this study is deals with:

How can entrepreneurial integration be achieved in organizations in light of the Apple Inc experience?

1.1. Sub questions:

- What is meant by entrepreneurial integration?
- What are the entrepreneurial integration requirements?
- What is the reality of entrepreneurial integration in the light of Apple Inc?

1.2. The Hypotheses of the Study:

- Entrepreneurial integration is a process of integrating entrepreneurial activity with strategic management in the presence of structural flexibility and leadership with an entrepreneurial culture.
- The elements of entrepreneurial integration lie in creating an enabling environment to exploit opportunities and to change them into an advantage.
- Entrepreneurial integration effectively contributed to the organization's access to leadership.

1.3. The importance of the Study:

The importance of the study stems from the modernity of the topic which it addresses in itself. The issue of entrepreneurial integration is one of the modern topics that still need study and theorizing, especially in light of what was imposed by the rapid changes. This trend is resembled a lot of ambiguity. Also, it represents a great

challenge for many organizations, which suffer from the difficulty of catching up with development and making up for what it missed.

1.4. Objectives of the study: This study aims to achieve the following set of objectives:

- Presenting a theoretical framework on the concept of entrepreneurial integration.
- Highlighting the importance of the leading role of the leader.
- Presenting Apple Inc's experience in achieving entrepreneurial integration, in order to draw lessons from it.
- Drawing the attention of researchers in all disciplines to the importance of this topic, and conduct more future studies.

1.5. Study themes:

- Management standards on the foundations of entrepreneurial integration in organizations.
- Entrepreneurial integration requirements in organizations.
- The reality of entrepreneurial integration at Apple Inc.

2. The first theme: management standards on the foundations of entrepreneurial integration in organizations:

The economic transformations and the knowledge revolution which results advanced technologies and modern means of production have made the duality of strategic management and entrepreneurship a basis for achieving entrepreneurial integration.

2.1. The concept of strategic management:

Strategic management is considered the result of the development and expansion of strategic planning. Strategic planning is the process of developing the mission of the organization and defining its goals, plans and policies for the next stage.

Strategic management represents a set of different concepts, methods, models and analytical tools. It is considered a quantum leap in management thought. It gave scientific and practical methodological answers to many of what was presented by administrative thought as a contradiction or inconsistency in the administrative methods and procedures used. Within the framework of the strategic management approach, there is no contradiction and consistency between global and local in focusing on markets and consumers, as well as between qualitative and quantitative standards overlapping and between centralization, as well as between formal and informal organization. The organizations previously focused on functional operation management, even if they used different planning methods and ways. When there must be appropriateness and harmony with another management. A new philosophical perspective, it is a strategic management that focuses on building and renewing the capabilities and resources of the enterprise.

Strategic management is due to the fact that it is a comprehensive and integrated framework for studying and analyzing all activities and operations of the organization. David considers it the science and art of formulating, implementing, and evaluating the various functional decisions that enable the organization to achieve its goals (David, 2009). Thompson & al confirms that strategic management is the process that leads to enable the directors to establish a long-term direction for the organization as well as to define its objectives and to develop strategies for the purpose of achieving these objectives in light of the relevant internal and external changes (Thompson & al,1998).

Higgins & Vince see that the strategic management is the administrative process that aims to accomplish the mission of the enterprise through managing and directing the relationship of the enterprise with its environment (Higgins & Vincze ,1993). Add to that, Ansoff defines the strategic management as the expected relations between it and its environment, so that this perception shows the type of operations that must be carried out in the long term, the extent to which the institution must go, and the goals that it must achieve (Deroy & al,2007,p8).

❖ **The strategic management consists of three main stages:**

- **Design stage (strategic planning):** This stage is concerned with developing the enterprise's mission, assessing its internal environment, identifying strengths and weaknesses, evaluating the external environment, identifying opportunities and threats, and then identifying what is called the gap (the distance between reality and the goal). This stage requires collecting information, analyzing it, and making decisions by testing the best alternatives.
- **Implementation stage (strategy implementation phase):** It focuses on setting short-term goals, drawing up policies, allocating human, intellectual and material resources, and distributing them among spending alternatives.
- **Evaluation stage (comparing the plan with the implementation):** This stage leads to the discovery of deviations that may be in the strategy design stage or in its application stage, and thus determines the need to take the required corrective or preventive measures.

2.2. Entrepreneurship concept:

The term entrepreneurship was used for the first time in 1776 by Adam Smith in his book The Wealth of Nations, where entrepreneurs are defined as individuals who interact with changes in the economy, act as an economic agent, and convert demand into supply. Yet the concept of entrepreneurship appeared by Schumpeter in 1950, he considers it the ability to find creative ideas and turn them into something actual, that is, it is the ability of the enterprise to innovate or to invent something new in a way that creates value in the market, which helps industrial development and economic growth in the long run (Bird,1992).

This depends on building creative ideas properly and accurately to reach the desired goals (Luke & Verreynne,2006). In order to find a new activity for the organization or creative projects that are unique in the market or the ability to develop the organization in a way that is superior to other competitors, and to take advantage of the available opportunities to develop its business and activities in an innovative manner (Sebora & al, 2010,p462).

As it confirms the mission of the enterprise to transform it into actual projects that serve the institution and increase its efficiency (Kilenthong & al, 2010, p05). So that it adds something new to the market, through understanding customers and their needs, and working to find a new customer category, which leads to make it superior to other enterprises in the same industry (Rachman & al, 2011, p3865) Entrepreneurship is recognizing the opportunities, seizing them, converting them into marketable goods and services, and adding value to them by exploiting time and resources, taking risks, and achieving profit. There are four main dimensions of entrepreneurship: (Kilenthong&al, 2010, p03)

- **Proactive actions:** It is taking the initiative by discovering the available opportunities, searching for the markets that support the competitive position of the enterprise, and its ability and approval to offer new products that distinguish it from other institutions in the same industry.
- **Taking risks:** It is the process of making bold decisions for the purpose of seizing certain opportunities for the purpose of reaching a positive result, where risk represents a framework for reaching leadership that follows the desire for adventure.
- **Creativity:** It is the enterprise's ability to find creative ideas or its ability to obtain information and make it available to employees to help them do business in creative ways.
- **Seizing the opportunities:** It is the enterprise's ability to exploit the conditions that it encounters in creating new products or services.

3. The second theme: the entrepreneurial integration requirements in organizations

Organizations have become required to be flexible, strategic and entrepreneurial, so the integration between entrepreneurial theory and strategic management and producing a result helps organizations and entrepreneurs to develop without competition because they will create unique resources of creative value for society.

3.1. The intersection between the fields of strategic and entrepreneurial management

The beginnings of the emergence of leadership in strategic management go back to (Mintzberg) in his article in 1973 on the intersection between the fields of strategic and entrepreneurial management by presenting the idea of (making entrepreneurial strategy). Where he emphasized that the process of formulating the strategy does not follow a linear path, but it is often characterized by interruption and irregularity which leads to pauses

for adaptation followed by new movements forward, as there are periods of stability when developing the strategy and periods characterized by step-by-step improvements or radical changes.

He called for the rapid recognition of Pre-management with entrepreneurial strategies, and matching them with the enterprise's objectives, opportunities, environmental threats, strengths and weaknesses (Giorgio, 2007, p46). The preparation of the strategy has always been considered as a result of the directions of the managers, although this is not always the case, as the strategy can gradually emerge from the operational choices. The entrepreneurial strategy, according to this view, emanates from a series of decisions. Therefore, the strategy is not the result of a plan, but it develops gradually through a "flow of decisions." (Gerry & al 2011). The writings on the strategic management sought to reinforce this trend, as it cannot be relied on a fixed strategy that assumes the stability of the internal and external environment, but on a flexible strategy that responds to changes and surprises.

(Stevenson & Jarillo 1990) see that there is a need to establish links between the fields of entrepreneurship and strategic management. This is also confirmed by (Dess & al, 1999, p85) with the words: "Understanding entrepreneurial processes was a major theme in a great deal of entrepreneurship and strategic management ethics." Furthermore, in the same context (Schendel & Hofer 1979, p11) had already linked both fields of research when defining strategic management as a process that deals with the entrepreneurial work of the organization, with renewal and organizational growth... They also emphasize that entrepreneurial choice is the core of the strategy concept.

As for (Vankataraman & Sarasvathy), they mentioned that entrepreneurship and strategy (two sides of the same coin) both focus on value creation. (Venkataraman & Sarasvathy, 2001) used a metaphor based on Shakespeare's Romeo and Juliet saying that the strategic management research without an entrepreneurial perspective is like a balcony without Romeo as well as entrepreneurship research without a strategic perspective is like Romeo without a balcony. (Covin & Slovin, 2006) referred to the entrepreneurial orientation as a basic concept in the literature of strategic management which its aim is to achieve desirable outputs at the level of the organization, to encourage the advancement towards managerial preferences and to disseminate entrepreneurial beliefs and behaviors.

It is the basis for the success of entrepreneurship. Also, they believe that entrepreneurship is the process of recognizing opportunities, preparing to exploit them, accepting and managing risks, as well as organizing and coordinating resources to create a competitive advantage. Especially since most researchers in economics and social psychology affirm the fact that entrepreneurship is a process and it is not a static phenomenon (Geneva, 2004, p3).

Among the clearest links between entrepreneurship and strategic management are opportunities (Schendel & Hofer, 1979, p6). Opportunities are at the heart of entrepreneurship and part of strategic management. In this regard,

(Hitt & al, 2001) indicate to this where they says that companies create value by identifying opportunities in the external environment and through the development of competitive advantages later to exploit them. As for (Ireland & al., 2001, p51) this concept was expanded to interpret strategic management as a context for entrepreneurial work and a way to create wealth, so the overlap appeared between the strategic management and the entrepreneurial activity.

Six areas that are related to the entrepreneurship and the strategic management were distinguished, including (creativity, networks, globalization, organizational learning growth, senior management teams, and governance). (Hitt & al, 2001) suggested that a link between entrepreneurship and strategy by including the strategic management in business, decisions and commitments which are designed to achieve competitive advantage and to obtain returns above average. As well as (Ireland) edited the areas which presented by him. They include networks, external alliances, resources and organizational learning, creativity, and globalization (Hitt & al, 2001).

The integration of entrepreneurial (opportunity-seeking) and the strategic (advantage-seeking) perspectives appears to be a promising approach to the contemporary management. It is perhaps even an essential approach to deal with the effects of the new competitive landscape. Both of them can be considered that the perspectives necessary for value creation, although neither is sufficient by itself (McGrath & MacMillan, 2001).

Therefore, a shift must be made from the traditional management approach to the strategic entrepreneurship approach. Within the new direction of strategic thinking, (Bojin & Schoettl, 2006, p43) differentiated between the traditional view of strategy that focuses on "branches and fruits", that is to say on the different fields of activity and the products that suit them (short-term view) and between the new approach to the strategy that focuses on "roots", that is to say, focusing on resources and skills (a long-term view).

This new approach to the strategy is based on three dimensions: The strategic drawing which is based on anticipation and participation in reshaping the sector; competition with the key skills and the strategic resources as well as the organization's ability for changing and learning. This characterizes a new management philosophy that will enhance the strategic flexibility, creativity and continuous innovation. The tangible managerial implication of the strategic entrepreneurial approach is the possibility of developing more entrepreneurial thinking and innovation, supported by the wise use of the strategic management tools. (Kyrgidou & Hughes 2010:48) pointed to six elements for this.

They are (opportunity identification, growth, creativity, risk taking, flexibility, and vision). As for (Kraus et al., 2011:63), they pointed to new dimensions in addition to the previous dimensions, which are (resources, capabilities, strategy, entrepreneurship, environment, as well as organizational structure), which contribute to value creation through the combination of entrepreneurial and the strategic elements that are managed through resource management and dynamic capabilities. (Kyrgidou & Hughes 2010:44).

Therefore, the integration between the entrepreneurial theory and the strategic management helps organizations and entrepreneurs to navigate their blue ocean without competitors. They will create unique resources of creative value for society (Monnavarian & Ashena, 2009, p388).

3.2. Entrepreneurial integration entrances:

The entrepreneurial integration means achieving interaction between the entrepreneurship and the strategic management within the organization, which refers to interest in the entrepreneurial and organizational behavioral aspects that lead to a shift from the traditional forms of business practice to business practice that achieves added value for the organization. Entrepreneurial integration and interaction processes take place within the organization without thinking about in size.

These operations refer not only to the creation of new projects but also to the development of new products, services, technologies, management techniques, competitive strategies, competitive position and innovative activities. It also includes creativity in products and services, creativity in operations, self-renewal, risk-taking, proactive, and offensive competitiveness. The entrepreneurial integration of organizations stands on the new management philosophy that promotes the strategic agility, flexibility, and continuous creativity to modify the behavior of administrative staff, and takes them to the direction of internal entrepreneurship, (Kraus & Kauranen, 2009).

(Wolcott & Lippitz, 2007, pp. 76-79) presented four models by observing famous companies that benefited most from entrepreneurial integration:

- **The Opportunist Model:** The entrepreneurial integration approach is not planned and directs internal and external links to seek and allocate resources such as Zimmer
- **The Enabler Model:** The organization allocates the resources to achieve entrepreneurial integration, and senior management shows interest in potential projects. such as Google
- **The Advocate Model:** Companies provide a certain budget to support their innovative employees in order to facilitate their internal entrepreneurial skills and to create new jobs such as DuPont
- **The Producer Model:** This model aims to discover the hidden entrepreneurs, to develop collaboration between units, to build capabilities for disruptive management (constantly looking for a better and new

targeting) and to create new ways of working for managers to continue their careers outside their own units such as Cargill

Some applied studies presented ways to achieve the integration and entrepreneurial interaction in the organization, although it is a complex work, but there are main dimensions that have a significant role and contribution to the occurrence of this the integration, which are as follows.

❖ **Structural Flexibility:**

It means the change in the organizational structure of the organization due to external changes as well as the departments became unable to work in the old way. This flexibility depends on the reliability of the departments, their integration and coordination between units and their performance with each other to work in teams. The work sessions may lead to set new collective action plans (Kirikova, 2010).

Therefore, senior management in the organization should contribute to the process of promoting entrepreneurial activities within it, and deal with it as one of the routine daily activities. Looking at the organizational structure is not only as a formal organizational structure, but also as unified procedures and formal processes. (Webb & Ireland 2007, p52) assert that the structure includes the degree of autonomy enjoyed by managers and employees i.e. the degree of decentralization, the extent to which behaviors are routine (the degree of standardization) and the amount of written instructions which are related to how work is done i.e. the degree of formalization.

Decentralization and a high degree of autonomy support entrepreneurial processes, while a centralized organizational structure with a high degree of standardization and formal ways of doing business support strategic processes (Höglund & al, 2018, p59) Where this flexibility promotes entrepreneurial integration through the adoption of decentralization by tracking market developments through a rational process in which the activities and operations of the organization overlap at all organizational levels.

The expansion of the application of decentralization enhances the decision-making authority within appropriate control mechanisms that allow expanding the scope of supervision and increasing participation in the structural process of decision-making in a way that enhances the practice of entrepreneurship and creativity among employees to express and practice their ideas without objection to this practice (Altinay, 2005, p12).

❖ **The Entrepreneurial Leadership:**

It is the ability to influence others to strategically manage resources in order to emphasize opportunity-seeking and competitive-advantage-seeking behaviors (Kimuli, & Nakyegwe, 2011, p57). In order for the senior management of the organization to have the guarantee for the formation of entrepreneurial activities to become realistic, it must pay attention to choosing the appropriate administrative leader for these activities. Where he must be a visionary person (entrepreneurship) and a strategic thinker (strategic management),

that is to say that, the leader must be characterized by the ability to anticipate, visualize, maintain flexibility, think strategically, and work with others to initiate changes that will create a viable future for the organization (Webb & Ireland, 2007, p52).

The leader is considered an important factor in achieving the entrepreneurial integration. Also, he must have the power of influence on making the entrepreneurial integration an organizational concept (Mokaya, 2012). Entrepreneurial leadership is the process of creating an inspiring entrepreneurial vision for the work team. It consists of three factors (Bagheri, Pihie, 2009):

- **The initiative:** It refers to the ability to influence others to motivate them to be creative rather than waiting for the good opportunity to come.
- **The creativity:** It means the ability to think and develop useful ideas for the organization and to make better use of them through the optimal use of resources.
- **Taking risks:** It is the willingness to bear environmental uncertainty and complexity and take on the burden of future responsibility

3.3. The Entrepreneurial Culture:

Organizational culture is a set of shared values (what is important) and beliefs (how things work) in an organization that supports the structural features of the organization and the actions of the organization's members to produce the rules (how work is carried out in the organization) (Mohutsiwa & Moshe, 2012, p17)

An entrepreneurial culture is characterized by facilitating the organization's efforts to strategically manage resources, including new ideas, encouraging risk or failure, promoting learning, embracing product and/or process innovations, management, and continuous change as a vector of opportunity. Through the simultaneous importance of behaviors seeking opportunity and advantage. For this reason it adopts an entrepreneurial culture and supports the continuous search for entrepreneurial opportunities that can be transformed into a sustainable competitive advantage (Mc Grath, & Macmillan, 2000:19).

Therefore, (Ralston & Al., 2006) describes the entrepreneurial culture as a flexible and adaptive culture that works to create and create a dynamic and creative work environment. It is the responsibility of employees to commit to experimentation and creativity. The goal of an entrepreneurial culture is to be able to produce innovative products and services as well as to be able to adapt quickly to new strategic opportunities, and the compensation is an important driver of entrepreneurial activities which has a strong impact on the results of individual and group efforts, and on the overall performance of the organization. It includes more than just money paid in the form of wages or bonuses. (Ramachandran & al., 2009,p5)

4.The Third Theme: The Reality of Entrepreneurial Integration at Apple Inc:

Apple Inc relied on several elements that contributed to achieve the entrepreneurial integration by linking the entrepreneurial integration with its strategic management, which we will highlight in the following.

4.1.Presenting the company of Apple:

Apple Inc is one of the most successful entrepreneurial technical and computer companies in the field of producing smart phones and computer programs in the world. It was founded in 1976 and started its business in California. This company achieved a quantum leap in sales between 1978 and 1980, from \$7.8 million to \$117 million. The company developed rapidly and achieved huge profits, as it was able to offer smart products and software that changed the meanings of communication in light of The digital revolution.

The company has developed a prior plan aimed at providing a strong product and creating a culture called the Apple culture. It is also one of the most prominent companies that used the second principle of the blue ocean strategy, as it created a new product free of competitors in the market, which is called “iTunes” to download music, as it that in the recent times it was illegal to download music online; Apple has provided this service so that all people can download music online legally. The company also owns a large number of patents, trademarks and copyrights, and has registered and applied for registration and additional patents, trademarks and copyrights. (<https://www.annualreports.com/Company/apple-inc>)

4.2. The reality of entrepreneurial integration at Apple Inc.

The company relied on spreading the slogan *Think Differently*, which is considered the key to creativity in the company. It was embodied through the patents produced by Apple for many of the inventions that Apple put on the market. This is due to its capabilities to achieve entrepreneurial integration, through: (Apple Annual Report, 2022, pp. 5-6).

❖ The Entrepreneurial Leadership:

The company's leader is characterized by a distant and innovative vision, capable of turning ideas into reality. He played a major role in defining the company's strategy and directing it towards success. Through his attractive and innovative designs and his focus on quality and improving the user experience, investing in talent and working to attract and employ the best talents in the Apple team. This made it superior to competitors in innovation and development, by providing an environment that encourages creativity. It always seeks to transform creativity into innovation. Also, he keens to provide all the resources and facilities needed by the work team.

The company's entrepreneurial leadership relies on facing competition greatly and ensuring that new and innovative products, services and technologies are provided to the market continuously and in a timely manner. The company designs and develops almost all of its products, including hardware, operating system, and many software applications and related services, where factors include key competitiveness important to a company price, product and service features (including security features), comparative price and performance, product and service quality and reliability, design innovation, marketing and distribution capability, service and support, and corporate reputation (Apple Annual Report, 2022, p 5)

❖ **Structural Flexibility:**

The company relies on the matrix structure, which is known for its administrative flexibility and clarity for all employees. Each Apple worker has two managers, and this is in line with its objectives and strategy through which it seeks to achieve entrepreneurial integration in response to the state of uncertainty, complexity and facing the accelerating changes in environments External work.

This is structure ensured that Apple Inc benefited from expertise and consulting in order to support its creative side. By focusing on their areas of expertise where specialized employees can excel in the tasks they focus on. Also there is a constant contact with members of other functional areas through their membership in project teams. They have the opportunity to develop a broader set of skills by moving information and collaborating between the functional areas of a project team to better address complex challenges and problems, creating flexibility across different projects or products.

❖ **The Entrepreneurial Culture:**

The company works to develop an entrepreneurial culture that encourages initiative and taking risks by analyzing the culture of Apple, which is the basis of the internal environment. We find that Apple Inc is characterized by a creative culture as it encourages open and free thinking, seeks for thinking outside the box, encourages trial and error, and accepts failure. . One of the secrets of Apple's success is focusing on business models and new ways to create value, provide and benefit from it. The business model alone is what guarantees excellence, as it is the philosophy of its products. As for a good product, it cannot be relied on much if it does not stem from an idea and a general strategic plan. Therefore, the company links entrepreneurial performance to the method of honoring within the organization, as the method of honoring is based on motivating administrative entrepreneurs in a distinct way. Also it stimulates early entrepreneurial behavior among employees is considered a pattern that steadily reinforces itself and generates what amounts to an entrepreneurial culture.

5. The conclusion:

Entrepreneurial integration contributes to supporting organizations to overcome many of the challenges they face. The concept of entrepreneurial integration emerges from the intersection of the entrepreneurship and the strategic management. It is a strategic action that is achieved through the entrepreneurial mindset in order to discover opportunities and turn them into competitive advantages. The most difficult challenge faced by organizations today is to provide a basis for this integration, which is represented in the need for structural flexibility, entrepreneurial culture and entrepreneurial leadership. This is what Apple Inc has achieved as it has succeeded in achieving entrepreneurial integration by linking its entrepreneurial activity with its strategic management based on effective entrepreneurial leadership as well as creating an entrepreneurial culture and providing structural flexibility. This success achieved by Apple Inc serves as a model that can be benefited from and informed by.

Recommendations: Through this study, we reached a set of recommendations, including:

- The strategic management should be linked to the entrepreneurship, because it is the basis for the entrepreneurial integration.
- The need to provide the requirements for achieving entrepreneurial integration in organizations.
- Paying attention to the entrepreneurial integration because of its importance in creating the competitive advantage.
- The success of entrepreneurial integration depends on the success of the entrepreneurial leadership in the first place and on creating the entrepreneurial culture and the existence of structural flexibility.
- Raising awareness among organizations about the importance of integrating entrepreneurship into strategic management.
- Following the example of the experiences of successful and entrepreneurial organizations in this field.

6. References

1. Albury, David (2005), Fostering Innovation in Public Services. Public Money and Management 25.
2. ANNUAL REPORT PURSUANT TO SECTION 13 OR 15(d) OF THE SECURITIES EXCHANGE ACT OF 1934 For the fiscal year ended September 24, 2022.
3. Bird, B. (1992), An Entrepreneurial Archetype, Journal of Management Enquiry, 1(3) .
4. Bojin Jacques, Schoettl Jean-Marc, (2006), Les outils de la stratégie, Edition d'organisation, Paris.
5. Covin, J. G., & Slevin, D. P. (2002), the Entrepreneurial Imperatives of Strategic Leadership.
6. David, Fred R. (2009), Strategic Management: Concepts and Cases, (12th ed.), Pearson Education, Inc., N.J.
7. Deroy, X & al, formes de l'agir stratégique », Edition De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2007
8. Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & McGee, J. E. (1999). Linking corporate entrepreneurship to strategy, structure, and process: suggested research directions. Entrepreneurship: Theory & Practice, 23(3).
9. Gerry Johnson & Al, (2011), Stratégique, 9ème Editions, Pearson Education, France.
10. Giorgio Pellicelli(2007), Stratégie d'entreprise, adaptation par Kamal Ben Youssef, et al, de Boeck, Bruxelles, 2ème éd.

11. Gruber, M. (2004), marketing in new ventures: Theory and empirical evidence. *Schmalenbach Business Review*, 56.
12. Higgins, J& Vincze, Z.(1993), strategic management text and cases, Fortwortn: Hardcover Brace Jovanovich college publishers, 1993.
13. Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2001), *Strategic management: Competitiveness and Globalization* (4 ed.). Cincinnati: South-Western College Publishing.
14. Höglund, Linda, Mikael Holmgren Caicedo & Maria Mårtensson, (2018), A Balance of Strategic Management and Entrepreneurship Practices—the Renewal Journey of the Swedish Public Employment Service. *Financial Accountability and Management*, 34.
15. Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001), Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create enterprise wealth. *Academy of Management Executive*, 15(1).
16. Ireland, R. Duane, and Justin W. Webb. 2007. *Strategic Entrepreneurship: Creating Competitive Advantage through Streams of Innovation*. *Business Horizons*, 50.
17. Kilenthong, Pitsamorn, Hills, Gerald, Hultman, Claes, Sclove, Stanley (2010), *Entrepreneurial Marketing Practice: Systematic Relationships With Firm Age, Firm Size, And Operator’s Status*, University Of Illinois At Chicago, USA
18. Kimuli, Saadat, Nakyegwe, Lubowa. (2011), *Strategic Entrepreneurship and Performance of selected private Secondary schools in Wakiso district*, Dissertation submitted to Makerere University Business School in Partial Fulfilment of the Requirements for the Award of the Degree of Master of Science in Entrepreneurship of Makere University.
19. Kirikova.M.(2010).Flexibility of organizational structures for flexible business processes ,(unpublished theses),Riga technical university, Latvia.
20. Kraus, sascha &al, (2011), Identification of Domains for a New Conceptual Model of Strategic Entrepreneurship using the configuration Approach, *Management Review*, 3.
21. Kraus, Sascha, and Ilkka Kauranen, (2009), Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes, *International Journal of Business Science and Applied Management*, 4.
22. Kyrgidou, Lida& Hughes, Mathew, (2010), *Strategic entrepreneurship: origins ,core elements and research directions”*, *European Business Review*, 22.
23. Luke, Belinda & Verreynne, Martie (2006), Exploring strategic entrepreneurship in the public sector. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 1(3)
24. McGrath, R. G., & MacMillan, I. (2000), *the entrepreneurial mindset*. Boston: Harvard Business School Press.
25. Mohutsiwa, Moshe, (2012), *Strategic Entrepreneurship and Performance of small and Medium Enterprises in South Africa*, Master Thesis, University of the Witwatersrand.
26. Mokaya,S. (2012).Corporate entrepreneurship and organizational performance, *Intrenational journal of arts and commerce* , 1(4).
27. Monna Varian Abbas and Ashena Mostafa (2009). Intrapreneurship: The role of social capital-empirical evidence and proposal of a new model of Intrapreneurship and its relationship withsocial capital, *Business strategy series*, 10 (6).
28. Rachman, M. Wakilur, Parvin, Lovely & Jia Jinrong (2011), Women entrepreneurship development in Bangladesh: What are the challenges ahead, *African Journal of Business Management*, 6(11).
29. Ramachandran, K. &Devarajan, T. P. & Ray, Sougata (2009), *Corporate Entrepreneurship: How?*, *Entrepreneurship Review*.
30. Schendel, D. E., & Hofer, C. W. (1979), *Strategic management*. Boston: Little, Brown & Co.
31. Sebor, T. C., Theerapatvong, T., M. Lee, Sang (2010), Corporate Entrepreneurship in the face of changing competition, *Journal of Organizational Change Management*, 4(23).
32. Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990), A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management, *Strategic Management Journal*, 11(4).
33. Thonpson , A, & Strickland, A. (1998), *Strategic Management: Concepts and casess*, lothed irwn – mc Graw – Hill, New York.
34. Venkataraman, S., & Sarasvathy, S. D. (2001), *Strategy and entrepreneurship: Outlines of an untold story*.
35. Wolcott, R. C., & Lippitz, M. J. (2007). The four models of corporate entrepreneurship. *MIT Sloan Management Review*, 49.
36. Zaidatol Akmaliah Lope Pihie & Afsaneh Bagheri, (2012). An Exploratory Study of Entrepreneurial Leadership Development of University Students, *Life Science Journal*, 9(3).

The Economy of Knowledge as a source of entrepreneurial opportunities: Evidence from Dubai Techno-park

SIHAM GOURIDA ¹

¹Ziane Achour University Djelfa (ALGERIA)

Abstract: Today, digitalization can be regarded as one of the core topics that companies, and the world economy must cope with, on this trend; this paper has emphasized on the importance of adoption the knowledge economy as a crucial factor on creating a fertile environment for entrepreneurship.

This paper has focused on discussing the main research' concepts, starting by a brief introduction to the knowledge economy, its indicators, and forms. Then going more deeply with analyzing the situation of Arab world by spotting light on the role of both governments as well as the Arab Monetary Fund in encouraging these economies to shift towards a knowledge economy.

By taking the evidence from United Arab Emirates as an example of a leading performer among Arab countries in terms of its knowledge infrastructure and high human development index; this study has analyzed one of the most successful knowledge economy experiences in the country: Dubai Techno-park. with discussing its vision, the main objectives of the project and the services provided as key initiatives for supporting entrepreneurship in aim of adoption of knowledge economy as same as the country' vision on this trend.

At the end the paper come out with the main lessons that can be learnt from UAE experience that may our country benefits from. The findings emphasized on two principal factors to build a real knowledge economy; first, the formulation of a national strategy whose goal is to integrate the elements of the national economy, ensuring the effective integration of emerging institutions into its fabric, second is the adoption of a real entrepreneurship education system that support the creativity and innovation in start-ups projects.

Keywords: Knowledge Economy. Global Knowledge Index. Arab Countries. UAE. Dubai Techno-Park.

1. Introduction:

There is no doubt that the process of transitioning to a knowledge-based economy requires, first and foremost, encouraging effective and innovative business and investment practices and contributing to their prosperity, building a base for a knowledgeable and skilled society to share and optimally use information, and cooperation between public administrations, industrial companies, academics, and research centers.

The knowledge economy is an advanced economic pattern based on the widespread use of informatics and Internet networks in various aspects of economic activity, especially in electronic commerce, based firmly on knowledge, creativity, and technological development, especially regarding new technologies in the world and communication, and thus means a shift from focusing on raw materials and capital equipment to focus on information, knowledge, education and research centers.

Starting from these points of view the problem statement of this paper is:

To what extent does entrepreneurship in the UAE adopt the knowledge economy? What is the reality of dependence on the knowledge economy in the Dubai Technopark project?

In aim to discuss this problematic question, the research hypothesizes come as following.

- Knowledge has become the most important resource in the economic process, as investment in moral capital and information and communication technology has become one of the most important determinants of competitive advantage today.
- The knowledge-based economy is the most important engine for accelerating economic development and achieving sustainable development. High-tech industries and knowledge-intensive services record the highest growth rates in terms of productivity and employment.
- The United Arab Emirates has moved to transform into a knowledge economy with positive efforts and steps, guided by the basic pillars set by the World Bank for the knowledge economy.
- The success of the knowledge economy in Algeria depends on the success of emerging institutions, and this latter is linked to the effectiveness and support of the government and the great interest and support of emerging institutions.

The research aims to target the following objectives:

- Discuss the concept of knowledge economy, its indicators, and forms.
- Analyze the situation of Arab world by spotting light on the role of both governments as well as the Arab Monetary Fund in encouraging these economies to shift towards a knowledge economy.
- Spotlight on United Arab Emirates as an example of a leading performer among Arab countries in terms of its knowledge infrastructure and high human development index; and analyze one of the most successful knowledge economy experiences in the country: Dubai Techno-park. with discussing its vision, the main

objectives of the project and the services provided as key initiatives for supporting entrepreneurship in aim of adoption of knowledge economy as same as the country' vision on this trend.

2. Literature Background:

2.1. knowledge economy concept:

The disappearance of borders as a result of globalization has not eradicated differences between countries, and access to low-wage countries has not created the catastrophe apprehended by the more technological sectors in industrialized countries, the term of Knowledge is used to modify products and processes, and to support the development of distinctive and competitive businesses. In fact, we are entering an increasingly immaterial economy, in which traditional investment in areas such as natural resources, equipment and infrastructures lags immaterial items such as training and research and development (R&D) (Julien, 2007). While knowledge economy is essentially an economy whose development is based on 'the ability to create and use knowledge' (Viginier, 2002).

Knowledge produces opportunities for technological change which can result in organizational growth or even startup activity (Shane, S, 2001). Information, communication, and technology have been game-changer in KBE. Firms can achieve sustainable competitive advantage in high-tech industries. (Shumaila , 2022)

Changing technology is driving the next wave of economic growth. To take advantage of that growth, we will have to apply not only new technology but also new thinking. First and foremost, will be our ability to understand the shift in the economy from data to information to knowledge (Stan & Botkin, 1994). Moreover, the issue of science and technology is the main driver for achieving economic change and development. In order to benefit from this knowledge, society needs to create the appropriate conditions for an environment in which to provide the necessary support to investors, organizations and industries to carry out economic activities that benefit from this knowledge. This knowledge derives from a variety of resources such as larger organizations, research institutions, R&D activities, and more (Zoltan J., Audretsch, & Lehmann, 2013).

The global and competitive landscape has been transformed by the role of knowledge and innovation. One area that has seen exponential growth due to the increase in innovation is in technology (Ferreira, Cristina., & Fernando , 2019).

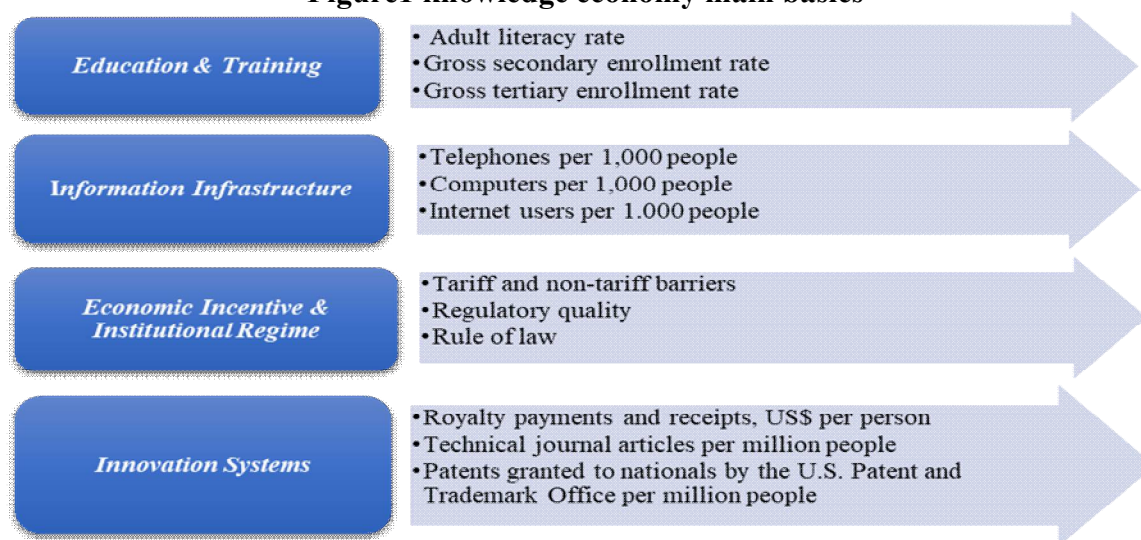
Today, digitalization can be regarded as one of the core topics that companies, and the world economy have to cope with. Anybody interested in current developments will have heard about digitalization and can at the very least address some issues about what they associate with the term. Given the numerous implications and developments which are caused by this phenomenon, it is important for entrepreneurs to be aware of related outcomes and connection (Kraus, Roig-Tierno, & Bouncken, 2019) This explosion in technological innovation and digital transformation provides myriad opportunities for business development, research

opportunities, and regional development. This is realized not only in the growth of new firms and industries seeking to capitalize on new markets, but it has also created new business models that change and disrupt consumer behavior and even the development of human talent. Technology creates strong opportunities for innovation and economic growth.

2.2. Knowledge economy main indicators:

The World Bank Institute's Knowledge for Development Program (K4D) helps build the capacity of client countries to access and use knowledge to become more competitive and improve growth and welfare. K4D helps client countries assess how they compare with others in their ability to compete in the global knowledge economy. It has developed a four-pillar framework that countries can use as the basis for their transition to a knowledge economy (figure 1).

Figure1 knowledge economy main basics



Source: by author based on World Bank K4D rapport.

These indicators are four critical requisites for a country to be able to fully participate in the knowledge economy:

- **Education & Training** An educated and skilled population is needed to create share and use knowledge.
- **Information Infrastructure** A dynamic information infrastructure-ranging from radio to the internet-is required to facilitate the effective communication, dissemination and processing of information.
- **Economic Incentive & Institutional Regime** A regulatory and economic environment that enables the free flow of knowledge, supports investment in Information and Communications Technology (ICT), and encourages entrepreneurship is central to the knowledge economy.
- **Innovation Systems** A network of research centers, universities, think tanks, private enterprises and community groups is necessary to tap into the growing stock of global knowledge, assimilate and adapt it to local needs, and create new knowledge.

2.3. Knowledge economy forms:

The impact of entrepreneurial activity on regional economic growth continues to be a focus of research and policymakers throughout our global environment. Entrepreneurial activity requires innovation when entrepreneurs move from initial disequilibrium towards equilibrium. Emerging entrepreneurial ventures and the innovators behind these start-ups bring necessary change and positive growth when conditions are aligned for their success. While the Public administration and government policies should support both entrepreneurship and innovation as such support is necessary for organizations as they design programs and develop policies for growth and sustainability. (Kraus, McDowell, Domingo, & María, 2021) New ventures need talent, good ideas a knowledge-based economy around them to positively impact regional development.

The modern forms of knowledge economy institutions represented in educational institutions, higher education institutions, and scientific research institutions, then focuses on modern knowledge economy institutions, which are models of groupings that depend on high-level technology, and these groupings may be composed of a group of bodies that belong to different sectors. It cooperates with different parties in spreading scientific innovations. It mentions the following forms of modern knowledge economy institutions (Rezig, 2013):

- **Technology cities**, new entities in specific geographical areas based on encouraging innovation, technology transfer and project development, and exchanging experiences between universities and industrial research centers.
- **Technology parks**, it focuses on transferring technological expertise and includes technology companies, government agencies, and business owners, and works to support research and development and increase high-income job opportunities.
- **Knowledge parks**, they are clusters close to universities, laboratories, and research centers, and work on commercial promotion of scientific research outputs, financing projects, and developing knowledge-based industries, and achieving profits and revenues for the state from taxes, fees, and percentages of profits. These parks may result in technology cities.
- **Innovation centers**, They are centers that work on the actual application of science and technology, as they are based on assisting projects and institutions in producing new commodities and discovering advanced production methods and mechanisms to develop existing commodities to increase added value, achieve profits, and contribute to comprehensive development.
- **centers of excellence**, Its main objective is to assist new projects based on high-level technology in order to continue and develop by presenting and achieving creative discoveries of high-level technology that contribute to the support and development of institutions.

- **Innovation networks** include university professors in various disciplines, scientists, technicians, managers, project financiers, bankers and government employees, who work in the field of achieving innovation-related goals to achieve competitive advantages.
- **virtual research centers and networks**, They are research centers connected via the Internet, through which cooperation takes place between researchers from all over the world in various fields to support and enhance the capabilities of individuals, institutions and experts to enhance cooperation and coordination to establish and develop a research community.
- **Technology incubators and business incubators**. established in industrial countries to support small companies and encourage them to start in the business field, and they have proven successful in many countries in providing job opportunities and raising the level of competitiveness in the market by implementing creative and new ideas presented by emerging entrepreneurs Start-ups.

3. The knowledge economy in Arab world:

3.1. The role of governments in encouraging the shift towards a knowledge economy:

Any country that wants to raise the level of its national economy through advanced technical industries must be interested in establishing institutional models for the knowledge economy, as it is considered the place where the infrastructure and support services are available, and the support and incentives that activate the formation of technical industrial clusters, which in turn affect the increase in exports Technical products (medium and high), which raise the level of productivity, added value, the number of high-paying jobs, and advanced global competitiveness.

The mains supporting initiative can provided by governments are:

- Developing the educational system in a manner that takes into account the requirements of the transition towards knowledge economies, to form young generations capable of contributing effectively to the knowledge economy, and to enhance spending on education, research and development, in the state budget.
- Encouraging the accumulation of knowledge at the state level by ensuring a supportive environment by encouraging research, development and innovation activities and guaranteeing intellectual property rights.
- Interdependence between academic institutions, scientific research and development centers, and the business community to finance innovation activities and continuous upgrading on the value-added scale of the various economic sectors.
- Forming initiatives and funding funds for scientific research and knowledge development.

- Enhancing the digital infrastructure by focusing on stimulating the activities of the communications and information technology sector.

3.2. The role of the Arab Monetary Fund in encouraging the transformation of Arab governments

Towards a knowledge economy:

In the context of the Arab Monetary Fund's strategy for the period (2020-2025), the Fund focuses on supporting the transition process towards knowledge economies in the Arab countries, through the implementation of a number of qualitative activities and interventions with a strategic dimension in areas related to the work of the Fund and its establishment agreement, on top of which is support for Digital transformation in the monetary and financial fields through the publication of many studies, in addition to organizing related training courses and workshops.

The Fund is also working to employ its network of partners from relevant regional and international organizations to enhance the knowledge economy in the Arab region.

These activities come within the framework of the efforts aimed at achieving the Fund's 2040 vision to be the closest partner to the Arab countries in their interaction with economic developments and developments to strengthen centers of stability in the Arab countries, within the framework of a proactive approach to help the Arab countries keep up with the entitlements of the transition towards a knowledge economy.

4. Knowledge of economy in UAE:

4.1. UAE Government initiatives:

Within the framework of the objectives of the UAE Vision 2021, the country has moved to transform into a knowledge economy with positive efforts and steps, guided by the basic pillars set by the World Bank for the knowledge economy, and among these Efforts and steps:

- Supporting the structuring of the legal and organizational structure in the field of information technology, education and innovation,
- Adopting the information and communication technology infrastructure, the economic incentive system, information and communication technology applications.

The Khalifa Fund for Enterprise Development was opened in the 2017 Games to instill a culture of entrepreneurship to stimulate creativity and innovation to achieve growth.

It is recommended for small and medium Emirati enterprises to consider the Fund as one of the leading government agencies that stimulated the establishment of More than 461 new projects with a capital of more than 761 million UAE dirhams (Alnama, 2020)

The "Fifty Economic Plan" represents the country's vision for the economic framework for the years 2021-2030. Its main pillars aim to stimulate entrepreneurship and small and medium enterprises, spread the culture of

entrepreneurship among future generations and establish the position of the UAE as a global hub and destination for entrepreneurship, especially in the areas of innovation and technology.

The Fifty Economic Plan falls under the umbrella of the "Year of Preparation for the Next Fifty" strategy, which is the largest national strategy of its kind in preparation for the next fifty years at all levels of the federal and local state. The UAE ranked first in the world in the Global Entrepreneurship Index 2022, according to the report issued by the Global Entrepreneurship Monitor /GEM/, advanced from fourth place in the world in last year's report, and thus surpassing all global economies participating in the report. (EmaratAlyoum, 2022)

The United Arab Emirates is a leading performer in terms of its knowledge infrastructure (Table1). It ranks 25th out of 132 countries in the Global Knowledge Index 2022 and 25th out of the 60 countries with very high human development (Figure2).

Table1 Global Knowledge Index 2022 for Arab Countries

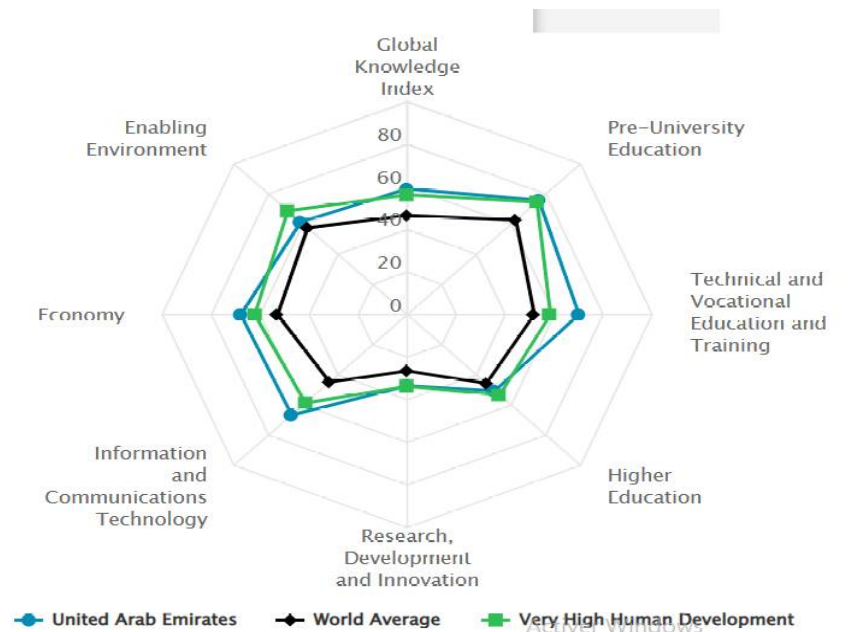
Country	World Ranking	GKI 2022
UAE	25	58.93
QATAR	37	54.07
KSA	43	51.09
KUWAIT	47	50.06
OMAN	54	47.98
BAHRAIN	55	47.44
TUNISIA	82	43.06
MOROCCO	85	42.41
EGYPT	95	40.49
JORDAN	96	40.03
MAURITANIA	123	29.24

Source: By author depends on GKI2022

While the main Strengthen factors are:

- Active mobile-broadband subscriptions per hundred inhabitants
- Mobile upload and download speeds
- Educational attainment rate, bachelor's or equivalent
- Households with Internet access at home (%)
- Fixed broadband basket (% GNI per capita).

Figure2 the global knowledge index in UAE



Source: Global Knowledge Index .

The global average performance on the “Global Knowledge Index 2021” was 48.4. With regard to the sub-indicators of the index, the best performance was in the sub-indicator “pre-university education”, with an average global performance of 60.8, followed by the sub-indicator “enabling environment”, with an average global performance of 53.55, then the sub-indicator “the economy, with an average performance of 9.52”. Then the sub-indicator “Technical Education and Vocational Training” with an average performance of 51.2, then “Higher Education” with an average performance of 46.1, then Information and Communication Technology with an average of 43.3, and finally the sub-indicator “Research, Development and Innovation” with an average performance of 31.4%.

5. Dubai Techno-park as successful example of Knowledge parks:

The Business Incubators and Accelerators Program, launched by the Mohammed Bin Rashid Establishment for the Development of Small and Medium Enterprises, aims to adopt business incubators and accelerators invested in fourth generation technologies in the Emirate of Dubai, and to ensure that they are available to young entrepreneurs from all over the world. The best tools they need to implement their creative projects (Invest in Dubai, 2023). One of these initiatives; Dubai Techno-Park.

5.1. Project profile The "Techno-park" project has been operating since March 2007,

when it signed a memorandum of understanding (MOU) with the College of Engineering at Boston University highlighting cooperation in the field of high-tech research, followed with a series of memorandums of understanding with prestigious technology institutions and companies, including the University of Texas (Austin) and The German “Fraunhofer-Gieselshelft” working in the field of applied research, “Intel Corporation”,

the Middle East Center for Water Desalination Research in Muscat, the International Federation of Scientific, Technological, Industrial and Technical Research Organization, "Renaissance Fund" (California) and "International Nanotech Bridge".

It is decided that each of these prestigious institutions will seek to cooperate with «Techno-park» in a specific field of work to transform the Emirate of Dubai into an information society in every sense of the word. Techno-park also works closely with the Arab Foundation for Science and Technology to establish networks for exchanging knowledge and information, raising awareness and financing, and building capacities and capabilities across the Arab world in various fields.

5.2. Dubai Techno-park Vision:

The Dubai Technology Center builds its vision on developing a scientific and technological framework in order to lead the region towards building a knowledge-based society based on values, in addition to building an economic system that provides support for science, technology and innovation in the region. Within this context, Dubai and the Dubai Technology Center will be the center of this economic system.

Accordingly, the Dubai Technology Center builds its activities on two pillars. The first is striving to develop scientific and technological research and is based on a limited number of research areas that correspond to key fields for the advancement of knowledge and technology.

The science, technology and innovation system aims to enable society to integrate its various resources and support productive economic activities based on science. Dubai Technology Center's first initiative is to establish market support systems for the development of core sectors. The aim of this initiative is to analyze and evaluate key issues (such as research and development management, innovation management, optimal structures and programs to promote beneficial technology transformation programs and activities), in addition to assessing the science and technology system and the future needs of industries in Dubai (and the region) in view of aspects of the system and its short and medium impacts and long lasting.

The main objective of this initiative is to reduce the distances between those involved in producing all that is new in the world of technology and those involved in generating business and investments. The ultimate goal behind this merger is to establish businesses that are strong, innovative, technologically advanced and globally competitive. These links would also contribute to supporting research and technological development (عقدهم، 2008)

5.3. Project Main objectives:

The main objective behind the establishment of this center is:

- To establish a scientific and research entity that supports the industries related to this sector, which has begun to witness remarkable demand by a large number of international companies in techno-park.

- To create a global center for research, technological development and innovation, and leading the region's march towards forming a society characterized by knowledge based on values.
- Supporting small and medium enterprises.
- Promoting excellence in science and technology in fields as diverse as industry, sustainable management of the environment, energy and water.
- To act as a base for facilitating scientific research and technological development and integrating it into the country's economy.
- Employing various strategies and activities such as establishing complexes and centers of excellence and launching research projects, training and events., taking into account that these initiatives aim to achieve a global scientific and technological position for it and support research and development efforts.

5.4. Techno-Park services:

According to the needs of its end users, Dubai Technology Center offers three types of services:

- **The networking program for the benefit of the scientific community**, where the Dubai Technology Center will facilitate the relationship between all agents who play an important role in the scientific and technological system by developing a scientific and technological observatory for studies, and bringing together businessmen and women with scientists in order to improve technological transfer and knowledge management in addition to offering new initiatives based on emerging scientific and technical knowledge.
- Funding strategic projects and initiatives by raising private funds and investments, as well as developing programs and tools to facilitate strategic planning and decision-making. The center aimed at spreading science and technology among members of society as a whole, such as establishing a science museum, science in schools, and freedom of movement for researchers.
- **"Ebtikar" program for the business community**

Knowledge must be transformed into socio-economic prosperity. By applying this approach, the Dubai Technology Center will provide specific services aimed at achieving technological transformation, providing advice on intellectual property, and advising on investment in the technology field.

- **Small and Medium Enterprises Program:**

Encouraging investment is among the most important goals of Dubai Technology Centre. Accordingly, the center offers a variety of services to help beginners and support small and medium enterprises, including providing facilities for providing financial services and supporting new businesses based on knowledge and technology transformation, which leads to business growth and wealth creation. These investments are indispensable for building a healthy regional economy. Research leaders will receive support to turn technology into industrial solutions.

In addition to accelerating the pace of business in order for high-tech companies to contribute to supporting successful businesses (seed capital, venture capital, business financing companies, investors, etc.), and partnerships with academics, Dubai Technology Center supports partnerships between small and medium enterprises and academics with the aim of promoting strategic projects.

6. Conclusions:

The Global Competitiveness Index for the year 2022 showed that there are 11 Arab countries included in the index out of 132 countries. The United Arab Emirates ranked first among the Arab countries (25 at the global level), followed by other Arab Gulf countries, then Tunisia, Morocco, Egypt, Jordan and Mauritania, while the report did not show the statistics for Algeria.

- ✓ Some Arab countries suffer from obstacles to building a knowledge economy, including brain drain, economic structure imbalance, and security instability. Despite the efforts made, countries such as Algeria suffer from a lack of knowledge in terms of dissemination, production and employment, and the fragility of the foundations on which their economies depend, which made their transition to a knowledge economy take longer than other Arab countries.
- ✓ Some studies show that there is a large consumption and use of knowledge products, which confirms the need to focus on knowledge production.
- ✓ The Arab Knowledge Economy Index for the year 2021/2022 monitors the increasing trend towards large-scale investment in modernizing the information and communication technology infrastructure.

Suggestions: At the Arab world level:

- It may require the formation of an Arab economic bloc that is capable of developing Arab societies according to the pillars of the knowledge economy, achieving regional integration and benefiting from pioneering experiences in knowledge-based economy applications in developed countries.
- Benefit from the experiences of emerging developing countries in the field and work with them on the knowledge and technical levels
- Although some Arab countries have achieved higher levels of human development than some emerging developing countries, economic activity in them cannot be counted as dependent on knowledge.
- Arab countries have sufficient resources to move towards a knowledge economy if they can direct part of the resources that are used in high-rise building projects, tourism, entertainment and sports for this purpose.

At our country level:

- The need for more studies and applied research in the field of knowledge economy, especially those that monitor reality with great transparency based on a scientific methodology while presenting proposals and solutions to overcome obstacles, which requires encouraging scientific research in this field in universities and research centers.
- Attracting foreign investment in this field to establish a supportive infrastructure in addition to laws and legislations that encourage investment in the field of knowledge and information and communication technology.
- Adopting a real education policy that contributes to the good investment of human capital (intellectual or knowledge capital) and providing the individual with knowledge awareness that enables him to express his opinion and participate with others, and realize the importance and value of the knowledge economy for him, his family and his country.
- It is necessary to put in place an advanced system for creativity and innovation that encourages scientific research, and includes a reasonable share of the state budget to spend on it, as it is an investment that leads to a knowledge economy based on solid foundations, which requires interest in scientific research in universities and research centers and effective partnership with companies and institutions investment, which requires the establishment of modern knowledge-based economy institutions such as: technology cities, innovation centers and technology incubators, as well as the adoption of mechanisms to stimulate these institutions.
- Formulating a national strategy whose goal is to gently integrate the elements of the national economy, ensuring the effective integration of emerging institutions into its fabric, and gaining the confidence of all stakeholders to contribute to achieving the building of a knowledge economy.
- Develop state and national strategic plans with specific time targets to move towards a knowledge-based economy.
- Aligning economic resources with the knowledge industry in a way that matches the volume of investment resources in all vital sectors that can serve the national economy.

7. References:

1. Acs, Z. J., D. B. Audretsch, and E. E. Lehmann. (2013). "The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship." *Small Business Economics* 41 (4): 757–774. doi:10.1007/s11187-013-9505-9
2. Ferreira, J. J., C. I. Fernandes, and S. Kraus. (2019). "Entrepreneurship Research: Mapping Intellectual Structures and Research Trends." *Review of Managerial Science* 13 (1): 181–205. doi:10.1007/s11846-017-0242-3
3. Joao Ferreira; Cristina I. Fernandes and Fernando A.F. Ferreira, (2019), To be or not to be digital, that is the question: Firm innovation and performance, *Journal of Business Research*, 101, (C), 583-590
4. Kraus, S., N. Roig-Tierno, and R. B. Bouncken. (2019). "Digital Innovation and Venturing: An Introduction into the Digitalization of Entrepreneurship." *Review of Managerial Science* 1–10. doi:10.1007/s11846-019-00333-8 RETRIEVED FROM [Sci-Hub | Digital innovation and venturing: an introduction into the digitalization of entrepreneurship. Review of Managerial Science | 10.1007/s11846-019-00333-8](https://doi.org/10.1007/s11846-019-00333-8)
5. Pierre-André Julien. (2007). *A Theory of Local Entrepreneurship in the Knowledge Economy*. Edward Elgar Publishing Limited. Glensanda House UK.
6. Sascha Kraus, William McDowell, Domingo Enrique Ribeiro-Soriano & María Rodríguez-García (2021) The role of innovation and knowledge for entrepreneurship and regional development, *Entrepreneurship & Regional Development*, 33:3-4, 175-184, DOI: 10.1080/22797254.2021.1872929
7. Shane, S. (2001). "Technological Opportunities and New Firm Creation." *Management Science* 47 (2): 205–220. doi:10.1287/mnsc.47.2.205.9837
8. Shumaila Zeb. (2022). The role of knowledge economy in Asian business. *Future Business Journal* Vol(8):issue (1). 1-13
9. Stan Davis. Jim Botkin (1994). *The Coming of Knowledge-Based Business*. Harvard Business Review. Issue Sept-Oct 1994. Retrieved from : [The Coming of Knowledge-Based Business \(hbr.org\)](https://hbr.org/issue-sept-oct-1994/the-coming-of-knowledge-based-business)
10. Viginier, P. (ed.) (2002), La France dans la nouvelle économie du savoir: pour une dynamique collective, Paris: La documentation Française.
<https://basepub.dauphine.psl.eu/bitstream/handle/123456789/2021/0000.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
11. World Bank K4D. https://web.worldbank.org/archive/website01030/WEB/IMAGES/KAM_V4.PDF

المراجع باللغة العربية:

12. رزيق كمال . حسام عيسى الحمدان. (2013) مقومات مؤسسات اقتصاد المعرفة لتحقيق التنافسية الدولية. مجلة " الأبحاث الاقتصادية " جامعة البليدة. المجلد 08 العدد 01. الجزائر.
13. نوزاد الهيتي (2016). بيئة الاعمال ومتطلبات التنمية في الامارات العربية المتحدة. مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات. المجلد 1 العدد 1. 1-23. جامعة البويرة. الجزائر.
14. نغم حسين نعمة (2020). دور ريادة الأعمال في نجاح مشروعات الأعمال تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة إنموذجا. مجلة أريد الدولية للعلوم الإنسانية والإجتماعية. المجلد الثاني، العدد الخاص، آب 2020. الجامعة العراقية. بغداد.
15. صحيفة الامارات اليوم. (2022). الإمارات الأولى عالميا في المؤشر العالمي لريادة الأعمال 2022 الامارات. متوفر على الرابط: [الإمارات الأولى دوليا في المؤشر العالمي لريادة الأعمال 2022 \(emaratalyom.com\)](https://www.emaratalyom.com)
16. موقع Invest in Dubai. حاضنات ومسرعات الشركات الناشئة. الامارات (2023) متوفر على الرابط. حاضنات ومسرعات الشركات الناشئة - Invest In Dubai
17. جورج فهيم ومحمد عثمان (2008). تكنوبارك» يحول دبي مركزا عالميا للعلوم المستقبل. الامارات. متوفر على الرابط: «تكنوبارك» يحول دبي مركزا عالميا للعلوم المستقبل (emaratalyom.com)

Entrepreneurship: A Socio-Economic Strategic Critical Study in Entrepreneurial Action

Mechri Safi¹ ، Hanane Fahem²

¹Abdelhamid Ibn Badis University Mostaganem, Algeria.

²Abdelhamid Ibn Badis University Mostaganem, Algeria.

Abstract: The prevailing viewpoints among scholars tend to characterize entrepreneurial action as a rational endeavor founded on certainty, diverging from others who perceive it as marked by limited rationality and incomplete certainty. Nonetheless, consensus emerges regarding the entrepreneurial actor's capacity to coordinate and organize resources with preparedness. Accordingly, this article attempts to explore the conceptual dimensions, specifications, and objectives of entrepreneurial work and actors. Furthermore, it presents a comparative analysis between traditional and entrepreneurial institutions. The findings demonstrate that the entrepreneurial actor embodies strategic ingenuity and creativity, displaying simultaneous inclinations toward adventure and risk-taking. These actors diligently assess the possibilities of both gains and losses while navigating their innovative projects, leading to successful outcomes in their entrepreneurial pursuits.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial Action; Rationality; Risk-taking; Creativity.

1. Introduction:

Scientific inquiry often delves into complicated territories, mainly when examining complicated phenomena like entrepreneurship. Scholars usually lack agreement on such topics, which expand a range of interpretations within various concepts and fields. Entrepreneurship, as a concept, exemplifies this diversity. Approaching it scientifically involves navigating the varying perspectives that researchers bring to the table. The essence of entrepreneurship extends beyond conventional economic roles, challenging the notion of a mere economic unit aiming for predetermined goals. It's a phenomenon deeply intertwined with both socio-cultural and economic aspects, fostering social cohesion among its actors while pursuing economic objectives.

This article intends to provide a comprehensive exploration of entrepreneurship and its sociological dimensions, delving into the complex world of entrepreneurial action. We try to pass through various definitions of entrepreneurship, emphasizing its interplay with sociology, and examine the theoretical background presented by sociological pioneers like Emile Durkheim (1858—1917), Max Weber (1864-1920), Karl Marx (1818-1883), and contemporary scholars. This journey will underscore the profound impact of entrepreneurship on both society and economy, positioning it as an essential catalyst for transformative change.

2. Conceptual Review:

2.1. Definition of Entrepreneurship:

Entrepreneurship is a discrete topic of study involving the proactive formation of new organizations or firms. It is seen as an art form that emphasizes qualities such as innovation, autonomy, adaptation, and the creation of value that includes artistic, economic, and social components. It emphasizes originality, adaptability, and multi-dimensional value creation, all with the overriding goal of promoting job possibilities and economic progress. (Diandra & Azmy, 2020, p. 236).

Entrepreneurship is the willingness to take risks and create something new, and it is frequently regarded as a key driver of economic development. It is essential for success, and it can be viewed as a process of successful organization or the development of abilities. It creates work opportunities and contributes to economic development. Over the last half-century, entrepreneurship roles have evolved substantially, with sources including opportunity-based, market-driven, entrepreneurial skills, creativity, market awareness, and digital technology. (Oyadiran, Ishaq, Lawal, & Joseph, 2023, p. 5)

Entrepreneurship can be defined as the ability to find, evaluate, and capitalize on opportunities to introduce novel products, services, market strategies, processes, and resources into the world. It entails engaging in the creative creation and development of previously non-existent businesses or initiatives (Venkataraman, 1997; Shane & Venkataraman 2000). Another way to look at it is as a hands-on process that begins with taking action to form organizations (Barot, 2015).

From these definitions of entrepreneurship, several key insights can be deduced. Entrepreneurship is a broad field that includes economics, creativity, innovation, and organizational growth. Its significance stems from its contribution to employment generation, economic advancement, and societal well-being. Entrepreneurship promotes risk-taking and adaptation, which has an impact on organizational growth and transformation. It also emphasizes change and adaptation because it entails the establishment of new businesses. Entrepreneurship is linked to other areas and societal components like technology and market knowledge. The dynamic evolution of entrepreneurial positions across time implies that the area is ever-changing, influencing society and organizational structures.

2.2. Definition of Entrepreneurial Action:

Entrepreneurial action is a process-oriented behavior that involves making decisions based on uncertainty about potential profit opportunities. It can manifest in various forms, such as new organizations, goods, production methods, markets, and industry organizations. Entrepreneurs are motivated by self-interest and prior knowledge, but only reward those who create a perceived contribution. Entrepreneurial action researchers emphasize value creation and institutional change, with decision-makers being "boundedly rational" rather than "substantially rational" in the sense that they do not act on full information (McMullen, 2015, pp. 1-5). This means that Entrepreneurial action entails making decisions in uncertain situations in order to capitalize on profit opportunities, restructure industries, and drive societal and organizational transformation. It promotes adaptation and creativity and is motivated by self-interest and knowledge. The strategic entrepreneur makes judgments with limited rationality since their actions are influenced by outside factors, which necessitate analyzing and choosing the best course of action.

Entrepreneurial action is a complicated process driven by a variety of circumstances. Individual characteristics such as the urge for achievement and a willingness to take risks, combined with external variables such as education and social networks, feed it. Changes in social norms and the impact of exclusion, for example, are societal and institutional forces that determine entrepreneurial action. The opportunities for entrepreneurial action are defined by environmental variables, which include culture, legal frameworks, and economic circumstances. In essence, entrepreneurial action results from the unique interaction of individual characteristics, spurred by economic and environmental conditions, all within the complex context of socio-cultural and institutional dynamics. (Cuervo et al, p.3-4)

The core idea of these definitions is that entrepreneurial action is a multidimensional process characterized by decision-making under uncertain conditions, which is influenced by both personal characteristics and environmental influences. It entails launching new businesses, products, and markets, with a focus on creating value and adaptation. Entrepreneurs are limitedly rational, making decisions with restricted knowledge. Various

sociological, institutional, and environmental elements influence the process, making it a complex and dynamic phenomenon that shapes both economic and societal landscapes.

3. The sociology of Entrepreneurial Action:

3.1. Sociology as a Safety Valve for Entrepreneurial Action:

Sociology is an important part of understanding entrepreneurship that goes beyond economic and technological factors. It focuses on power dynamics and actor strategies, revealing insights that conventional organizational frameworks cannot capture. Entrepreneurship is also viewed as a social entity in the sociology of entrepreneurship, with members prioritizing the construction of identity, culture, and a sense of belonging. This viewpoint emphasizes the importance of trust and collective imagination in entrepreneurship, recognizing its considerable impact on society by contributing to tangible prosperity and influencing cultural and social development. In conclusion, the sociological perspective provides a thorough understanding of entrepreneurship as a collective social endeavor (El Eid, 2023, pp. 458-460).

3.2. The Theoretical Background of Entrepreneurship and Entrepreneurial Action:

Entrepreneurship is a long-standing socio-cultural phenomenon that plays a critical role in driving development. Sociology has broadened its scope and diversified its areas of study, with entrepreneurship emerging as a topic of particular interest. Early sociologists such as Emile Durkheim, Max Weber, and Karl Marx provided a variety of perspectives on entrepreneurship. Durkheim concentrated on economic activity within a social setting, whereas Marx sought to comprehend industrial society within the background of non-capitalist economic entities. (Bouguerra & Rahmani, 2017, pp. 98-99).

The sociological analysis of entrepreneurship by Max Weber emphasizes the contrasting roles of capitalists and entrepreneurs in Western capitalism. Capitalists desire endless profit and wealth accumulation, but entrepreneurs seek long-term profits through disciplined business management. Weber views the Protestant work ethic, which emphasizes hard work as a responsibility, as an important role in the formation of capitalist principles. He relates religion, namely Protestantism, to job inclination, claiming that cultural norms and mental qualities impact an individual's entrepreneurial spirit significantly. Weber also promotes the need of logic and ethical ideals in business, highlighting the importance of honesty, accountability, diligence, and systematized work. He argues that from a young age, values, beliefs, and cultural variables affect entrepreneurial behavior, with religious and social settings influencing work orientation and career choices. (El Eid, 2023, pp. 462-464)

Schumpeter's theory emphasizes the dynamic and innovative role of entrepreneurs as agents of change and renewal, not just risk-takers. Entrepreneurs are known for their ability to make unpredictable forecasts, experiment with habits, and employ optimism, as well as their distinctive leadership abilities, individualism, and logic. They drive change, wealth creation, and economic progress, as well as having an impact on history, societal

transitions, and culture. Schumpeter's theory predicts a shift from traditional capitalism to state capitalism, in which the state becomes the entrepreneur, driving changes in sectors such as agriculture and infrastructure investment. (Sandara, 2013, p. 205) In summary, Schumpeter's theory emphasizes that entrepreneurship is a dynamic force with important implications for economic and social growth, rather than just profit-seeking or corporate management.

Entrepreneurship, according to Peter Drucker, entails more than just launching new businesses. True entrepreneurship, he argues, entails creativity, adaptation, and the pursuit of value creation. It is not confined to small businesses, but can also be found in large corporations that embrace change and innovation. According to Drucker, entrepreneurship is about bringing new approaches, creating change, and generating value in a variety of contexts, not only business. In essence, according to Drucker, entrepreneurship is defined by an entrepreneurial attitude and the ability to innovate and adapt in order to create value, independent of the unique location or organization size (Sandra, 2013, pp. 212-216).

Entrepreneurship is a complicated and varied phenomenon that is inextricably linked to societal values, conventions, and beliefs. Emile Durkheim, Max Weber, and Karl Marx are early sociologists who provide insights into the social environment of entrepreneurship. The Protestant work ethic and the connection between religion, culture, and work orientation demonstrate Max Weber's influence on entrepreneurship. The dynamic theory of Joseph Schumpeter highlights the dynamic nature of entrepreneurship, emphasizing its function as change agents driving economic advancement and societal transformation. The viewpoint of Peter Drucker emphasizes innovation, adaptation, and value generation. Strategic planning and development require a comprehensive understanding of entrepreneurship.

4. The Logic of the Entrepreneurial Action:

Entrepreneurial action logic is built on the dynamics of competition and uncertainty in the economic landscape, with entrepreneurs serving as the driving force behind strategic alternatives. This viewpoint departs from conventional definitions, which depict entrepreneurs as rational actors motivated by utility maximization. According to Joseph Alois Schumpeter, entrepreneurs are risk-takers who are adaptable and inventive in unpredictable settings. During the 1980s economic growth crises, which coincided with the emergence of the Information Economy, Schumpeter's method gained prominence. The five categories of innovation that drive historical structural change are as follows: new products, unknown production methods, unexplored markets, resource acquisition, and industrial framework construction. This viewpoint highlights the relationship between competitive competence and innovation, as innovation is the major driver of economic dynamics and transformations (Boulares, 2019, pp. 119-120).

5. Characteristics of the Entrepreneurial Action in Entrepreneurial Organizations:

The following table serves as a comprehensive means of delineating the distinctive features of entrepreneurial organizations and their divergence from the established classical principles that traditionally mold conventional organizations. It encapsulates key characteristics, underscoring the contrasting approaches adopted by these two organizational paradigms.

Table 01: Comparison between Entrepreneurial Organization and Traditional Organization

Organizational Characteristics	Traditional Organization	Entrepreneurial Organization
Strategy	Defensive; Achieving change and diversity through integration and acquisition.	Constantly seeking new projects; Maintaining current market share through market adaptation.
Environmental Scanning	Conducting an analysis of the external environment to identify threats.	Scanning both the external and internal environment to identify new opportunities.
Risks	Something that should be mitigated or minimized.	A means for growth, adaptation, and improvement if effectively managed and utilized.
Organizational Culture	Objective and analytical. Aims at maintaining the current state.	Organizational culture aims to foster and nurture innovation and adaptability.
Structure and Communication	The importance of formal lines of authority and formal communication channels.	The influence of informal structures and horizontal communications on behaviors and decisions.
Individuals	they are seen as abundant resources that are easily obtainable and changeable.	They are considered as key resources that need to be preserved and effectively utilized
Creativity Capability	It is something that should be avoided.	It is something that should be supported, developed, and encouraged

Source: Djef, S., Qahiri, F., & Djef, A. (2020). Towards Achieving Economic Development by Enhancing the Role of Entrepreneurship: With reference to the experience of Algeria. *Journal of Business and Trade Economics*, 5(02) : 36.

This table offers a comparison, between entrepreneurial organizations and traditional ones providing insights, into various important aspects. It emphasizes that entrepreneurial organizations prioritize change, adaptability and the pursuit of opportunities aligning well with the principles of entrepreneurial action. These organizations are proactive in scanning both external and internal environments, viewing risks as opportunities for growth and improvement. Their culture is based mainly on innovation and adaptability, emphasizing informal structures and horizontal communication. In contrast, Traditional organizations typically adopt conservative strategies aimed at preserving the existing state. They tend to perceive risks as something to minimize and favor an organizational culture that is characterized by objectivity and analytical thinking. They see individuals as abundant resources that are easily obtainable and changeable. Respecting the formal lines of authority and the formal communication channels is an obligation for achieving the organizations’ goals.

6. The Impact of Entrepreneurship on Economy and Society:

The 2018 UNCTAD report emphasizes the importance of entrepreneurship in promoting economic growth, emphasizing its role in structural transformation and the generation of socioeconomic ideas, innovations, and products. Entrepreneurship also generates job opportunities, which helps to reduce youth unemployment. It allows the accumulation of financial capital, fosters innovation, increases productivity, and strengthens competitiveness. Entrepreneurship benefits both developed and developing countries by creating new job possibilities, raising living standards, and establishing long-term income streams. (Al-Mutairi, 2019, p. 5)

Entrepreneurship acts as a catalyst for strategic transformation and renewal, improving resource usage and pioneering innovative strategies. Entrepreneurial organizations challenge bureaucratic conventions by establishing an environment that fosters creativity and sparks innovation through the identification and exploitation of emerging opportunities. They exhibit a range of attitudes and behaviors marked by a readiness to take risks and seize opportunities. Entrepreneurship has an obviously positive impact on both the economy and society, contributing to growth, the establishment of competitive advantages, profit generation, and the supply of important services. To summarize, entrepreneurship plays a critical role in driving strategic evolution, developing inventive landscapes, and having a positive impact on businesses, economies, and communities (Hussein, 2013, p. 392).

Entrepreneurship plays a crucial role in promoting economic growth, innovation, and social well-being. It drives strategic change, encourages resource optimization, and fosters creativity. Entrepreneurship challenges traditional norms, promoting risk-taking and opportunity-seizing. It contributes to economic growth, competitive advantages, profit generation, and essential services. It creates job opportunities, elevates living standards, and establishes sustainable income streams. This transformative power shapes dynamic, innovative, and economically vibrant organizations and societies.

7. The Relationship between Entrepreneurship and Society:

Entrepreneurship is a critical driver of social change and progress, not merely an economic force. It influences a variety of socioeconomic variables, including as investment, employment, education, healthcare access, and crime rates. Governments around the world are working on policies that encourage entrepreneurship in order to promote social progress. Entrepreneurship is a dynamic process, and governments play a critical role in fostering entrepreneurship, particularly among young people. This combined effort between the commercial sector and society has the potential to promote societal growth and transformation. (El Eid 2023, p. 451). Entrepreneurship extends beyond economics to create social change and advancement. Collaboration between the commercial sector and society has a deep effect on social growth and transformation.

8. Conclusion:

Entrepreneurship emerges as a core of progress and societal well-being in a society marked by constant change and innovation. It is a complex web of invention, adaptation, and value creation, not just economic transactions. Entrepreneurship symbolizes the spirit of change and renewal, changing the patterns of our economies and societies, from the perceptive viewpoints of sociological giants like Max Weber to the dynamism envisioned by Schumpeter. This article has demonstrated the complex interaction between entrepreneurial action and sociological factors, demonstrating how societal values, conventions, and beliefs interact with entrepreneurship to have a tremendous impact on the world. Entrepreneurship is the driving force behind our progress, providing limitless prospects for growth, innovation, and societal revolution.

Together, governments, corporations, and society have the capacity to usher in an era of extraordinary social growth, putting entrepreneurship at the forefront of progress and change.

9. References:

1. Al-Mutairi, S. (2019). Entrepreneurial Learning. (Issue 149). Arab Planning Institute.
2. Barot, H., (2015). Entrepreneurship - A Key to Success. The International Journal of Business and Management, Vol.3, No.1, January 2015; 163-165.
3. Bouguerra, K., & Rahmani, I. (2017). Private Entrepreneurship as a Development Mechanism in the Workforce: A Socio-Economic Study of Entrepreneurial Activities in Algeria. Journal of Social Studies and Research, 5(1), 96-106.
4. Boulares, N. (2019). Entrepreneurial Reality: A Sociological-Strategic Approach to Entrepreneurial Action Logic. Contributions to Research and Studies, 4(2), 115-123.
5. Cuervo, Á., Ribeiro, D., & Roig, S. (n.d.). Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction. Retrieved from <https://www.uv.es/bcjauveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigIntroduction.pdf>
6. Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding Definition of Entrepreneurship. International Journal of Management, Accounting, and Economics, 7(5), 235-241.
7. Djef, S., Qahiri, F., & Djef, A. (2020). Towards Achieving Economic Development by Enhancing the Role of Entrepreneurship: With reference to the experience of Algeria. Journal of Business and Trade Economics, 5(02), 29-48.
8. El Eid, I. (2023). Entrepreneurial Action as a Subject for Sociological Analysis. Al-Maiear, 27(1), 448-467.
9. Hussein, M. A. (2013). Entrepreneurship in Business Organizations with Reference to the Experience of Some Countries. Journal of the University of Babylon, Humanities, 21(5), (385-407).
10. McMullen, J. S. (2015). Entrepreneurial Action. In Wiley Encyclopedia of Management. DOI: 10.1002/9781118785317.weom030026.
11. Oyadiran, P. A., Ishaq, M. F., Lawal, Y., & Joseph, A. S. (2023). Influence of ICT on Entrepreneurship Development in Nigeria. The International Journal of Human Resource Management, 1(1), 1-18.
12. Sandra, S. (2013). A theoretical approach to the evolution of entrepreneurial thought. Revue Des Sciences Humaines, 24(2), 199-228.
13. VENKATARAMAN, S. 1997. The distinctive domain of entrepreneurship research. US: JAI Press, Greenwich.

Les défis contemporains de l'économie du savoir

LARAB Sarah ¹, LABANI Sarah ²

¹ Université d'Alger 3 (Algérie)

² Université d'Alger 3 (Algérie)

Résumé: L'explosion des nouvelles entreprises (start-up), le développement des technologies de l'information et de la communication, un système fondé sur l'exploitation d'un réseau, des changements organisationnels profonds, sont autant de modifications qui marquent cette nouvelle économie, une économie nouvelle par ses idées, ces méthodes et sa clientèle. Il est donc essentiel de ne pas sous-estimer l'ampleur de ces changements, car il y'a bien émergence d'une nouvelle économie, et même, une nouvelle société. Le passage d'une économie matérielle à une économie immatérielle repose sur le capital humain, ce qui nécessite l'adoption de deux composantes complémentaires, à savoir l'augmentation des sources de production et de transfert des connaissances à moyen terme d'une part, et d'autre part le développement des technologies de l'information et de la communication.

Mots clés: Economie du savoir, Système d'innovation, Recherche et développement, Education, Technologies de l'information.

Abstract: The operation of new companies (start-ups), the development of information and communication technologies, a network-based system, deep organizational changes, are all changes that mark this new economy, a new economy by its ideas, these methods and its customers. It is therefore essential not to underestimate the extent of these changes, because there is indeed the emergence of a new economy, and even a new society. The transition from a material economy to an immaterial economy is based on human capital, which requires the adoption of two complementary components, namely the increase in sources of production and transfer of knowledge in the medium term on the one hand, and on the other hand the development of information and communication technologies.

Keywords: Knowledge economy, Innovation system, Research and development, Education, Information technologies.

1. Introduction:

Dans cette économie émergente, le savoir est devenu le principal moteur de la concurrence et du succès économique, car il a ajouté d'énormes valeurs aux produits économiques grâce à une productivité accrue, à la demande de nouvelles technologies et à de nouvelles idées, qui se présentent sous la forme de nouvelles inventions, et également à travers une nouvelle demande pour les connaissances existantes. Ses produits sont en fait des changements révolutionnaires dans tous les marchés et secteurs. L'économie du savoir est considérée comme l'une des composantes les plus importantes avec des actifs immatériels, qui sont représentés par la propriété intellectuelle ou la connaissance du travail. Il convient de noter que les pays les moins avancés sont basés principalement sur l'industrialisation et l'agriculture; de plus, les pays en développement ont une économie industrielle basée sur les services, contrairement à l'économie des pays développés qui est basée sur les services.

Il convient de noter que la plupart des économies mondiales s'appuient sur les trois principales catégories pour renforcer et accroître l'activité économique, et notre époque actuelle, appelée l'ère de l'information, se caractérise par le fait d'aider l'économie mondiale à évoluer vers l'économie du savoir, en appliquant les meilleures méthodes et pratiques suivies par chaque pays selon son système. Les sources du savoir sont considérées comme les secrets commerciaux et l'expérience humaine, et il convient de noter que ces facteurs sont cruciaux pour les ressources économiques et le système de croissance économique. Ainsi, au cours du développement du présent document de recherche nous tenterons de répondre à la problématique suivante:

Quels sont les défis contemporains de l'économie du savoir ?

Dans les débats que suscite cette problématique, deux questions demeurent posées:

- Quels sont les piliers de l'économie du savoir ?
- Quelle est la relation entre l'innovation et l'économie du savoir ?

Nous avons formulé les hypothèses suivantes:

- L'éducation, l'enseignement et les technologies de l'information et de la communication sont les piliers essentiels de l'économie du savoir.
- L'élément central de l'économie du savoir est l'innovation qui s'est substituée au prix comme règle du jeu fondamentale.

Cette note de travail se propose ainsi, dans une première partie, d'éclairer et d'étayer ce concept, à travers une identification et une lecture de ces différents pôles: le savoir, les technologies numériques de l'intellect (TNI), et les finances, le plus souvent insérés et concentrés au sein d'un espace territorial souvent qualifié d'économies d'agglomération intensives en connaissances. Une seconde partie enrichira cette perspective en mettant en exergue les différentes combinaisons interactives entre ces pôles.

2. Cadre conceptuel de l'économie du savoir:

L'usage du concept d'économie du savoir, ou d'économie fondée sur le savoir a fait l'objet de nombreuses déclarations, de discours, de publications ou d'études depuis la décennie 1990. Force est de constater que ce terme devient largement banalisé, mais aussi protéiforme et polysémique.

2.1. Développement historique de l'économie du savoir: L'économie du savoir, l'économie de la connaissance, l'économie de l'immatériel ou encore le capitalisme cognitif, est, selon certains économistes, une nouvelle phase de l'histoire économique qui aurait commencé dans les années 1990. Le concept est établi par "Fritz Machlup" en 1962 par la publication de son livre « The production and distribution of knowledge in the United States »; sa thèse de 1977 montre que près de 45 % des employés aux États-Unis manipulent de l'information. Ces travaux sont repris dans une annexe d'un rapport officiel français paru en 1978, L'Informatisation de la société, rapport qui connaît un succès médiatique sans précédent sous le nom de ses auteurs Simon Nora et Alain Minc.

L'industrie de la connaissance représente 29 % du PIB aux États-Unis en 1958 toujours d'après l'étude de Machlup (1962) et 34 % en 1980 d'après celle de Rubin et Taylor. Ce type de travaux a été poursuivi par l'OCDE qui regroupe, à l'intérieur des industries fondées sur le savoir, les industries manufacturières de haute et de moyenne-haute technologie et deux catégories de services: les services fournis à la collectivité, sociaux et personnels et les activités de banque, assurance et autres services aux entreprises. Les industries de la connaissance représentent alors plus de 50 % du PIB de l'ensemble de la zone OCDE à la fin de la décennie 1990 contre 45 % en 1985 et connaissent une croissance supérieure au PIB dans la plupart des pays.

La mutation de l'économie ainsi annoncée serait aussi celle d'un nouveau mode de régulation du capitalisme. En valorisant sur le plan marchand les connaissances, grâce à l'octroi de plus en plus étendu de droits de propriété sur des savoirs ou de l'information qui faisaient jusque-là partie des « biens communs »: connaissance produite par les professionnels du savoir (chercheurs, universitaires), des sociétés traditionnelles où le droit de propriété intellectuelle n'existe pas ou enfin de l'information disponible dans la nature (codes génétiques), les sociétés « post-industrielles », notamment celles de tradition anglo-saxonne, ouvrent de nouveaux espaces marchands sources de croissance, ainsi que de rentes monopolistiques pour les détenteurs de ces nouveaux droits.

Des mutations du même type ont déjà eu lieu à différentes périodes de l'Histoire: à la Renaissance (républiques italiennes et école de Salamanque), au xvii^e siècle (mercantilisme) et au xix^e siècle (Révolution industrielle et capitalisme industriel). Enfin, certains parlent de « nouvelle économie » ou « d'économie postindustrielle » (OCDE).

2.2. Définition de l'économie du savoir:

- **L'économie du savoir:** D'après l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), l'ère de l'économie du savoir est celle où la productivité et la croissance de l'économie, bref la « performance économique » des pays, dépendent de plus en plus du savoir, de l'éducation, de l'information et de la technologie. En vertu de la « nouvelle théorie de la croissance », ou « théorie de la croissance endogène », la production de valeur économique découlera d'investissements soutenus dans la recherche- développement ou l'innovation technoscientifique; la formation de la main-d'œuvre et l'enseignement; de nouvelles formes plus efficaces d'organisation et de gestion du travail. L'idée générale est que les dépenses qui concernent la connaissance, la science et les nouvelles technologies, spécialement les technologies de l'information, peuvent stimuler la croissance (IRIS, 2012).

Figure n°01: Economie du savoir

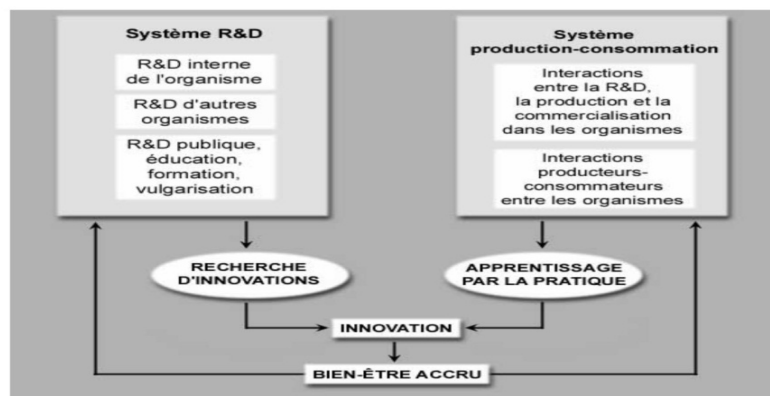


Source: (SPPCM).

- **L'économie de l'apprentissage et les systèmes nationaux d'innovation:** On met donc en place une société de l'information qui vise à développer et à diffuser les savoirs qui peuvent servir de lubrifiant à l'économie. Comme les besoins des industries et des marchés changent constamment, il devient urgent de former des travailleurs polyvalents et flexibles, dotés de compétences transversales qui les rendent adaptables à toutes les situations nouvelles, et de les renvoyer sur les bancs d'écoles pour assurer le renouvellement continu de ces compétences. Il devient important de diffuser les nouvelles technologies et d'organiser les entreprises plus efficacement en vue de maximiser les gains de productivité. Se met alors en place une véritable économie de l'apprentissage où le système d'éducation est vu comme un réservoir à idées permettant de développer de la main-d'œuvre de pointe (capital humain) pour les industries à haute valeur ajoutée et des innovations brevetables (propriété intellectuelle) qui permettront de soutenir les entreprises et de dynamiser la croissance.

Dans l'économie du savoir, le rôle des gouvernements est de mettre en place et de consolider un système national d'innovation: il faut utiliser l'ensemble des relations sociales entre les individus, les universités, les entreprises et le gouvernement comme un réseau (network) dédié à la recherche-développement (R&D) en vue d'augmenter la prospérité et le bien-être général. Dans ce réseau, l'information et le savoir doivent circuler le plus fluidement possible afin de maximiser les outputs en termes d'innovations technico-économiques. Le système scientifique, c'est-à-dire les laboratoires de recherche privés, gouvernementaux, mais aussi ceux des universités, est mis à contribution comme incubateur de nouveaux savoirs ou informations permettant par la suite aux entreprises d'être plus compétitives à l'échelle globale. On pourrait dire que le savoir devient une importante munition dans la guerre économique que se livrent les entreprises et les économies nationales à l'échelle du monde. Afin de rentabiliser au maximum les investissements dans le savoir et la R&D, il faut développer de nouveaux indicateurs, une sorte de « comptabilité du savoir » permettant de mesurer et d'évaluer la rentabilité sociale des investissements privés et publics dans le savoir, c'est-à-dire les retombées économiques positives qui en résultent. On cherche ainsi à s'assurer que les investissements dans le savoir se traduisent par de véritables impacts positifs sur la croissance du capital (IRIS, 2012).

Figure n°02: L'économie de l'apprentissage et les systèmes nationaux d'innovation



Source: (IRIS, 2012).

2.3. Piliers de l'économie du savoir: L'économie du savoir, en plus d'être une nouvelle phase, est un concept opérationnel assez nouveau ayant été promu par des organisations internationales et spécialement par l'Union européenne lors de la déclaration de Lisbonne en 2000, les rapports du Programme des Nations Unies pour le développement, les rapports et programmes de la Banque mondiale, World Development Report 1999 et Knowledge for Development program au World Bank Institute, ainsi que par d'autres séminaires, conférences et différentes études (notamment celles de l'OCDE et de l'ISESCO).

Il semble que le problème de la définition des bases, piliers de cette nouvelle économie, ait été soulevée en 1962 lorsque Kenneth Arrow a avancé que l'activité d'innovation est séparée des activités de production classique. Selon lui, la connaissance est produite par un secteur spécialisé à partir d'une fonction de production qui combine du travail qualifié et du capital. L'output de ce secteur consiste en de l'information échangée sur un

marché. Dans la même perspective, l'OCDE définit les économies fondées sur la connaissance comme « celles qui sont directement fondées sur la production, la distribution et l'utilisation de la connaissance et de l'information » Ainsi, plus tard, la Banque Mondiale a pu définir les piliers de l'économie de la connaissance comme étant au nombre de quatre:(OCDE)

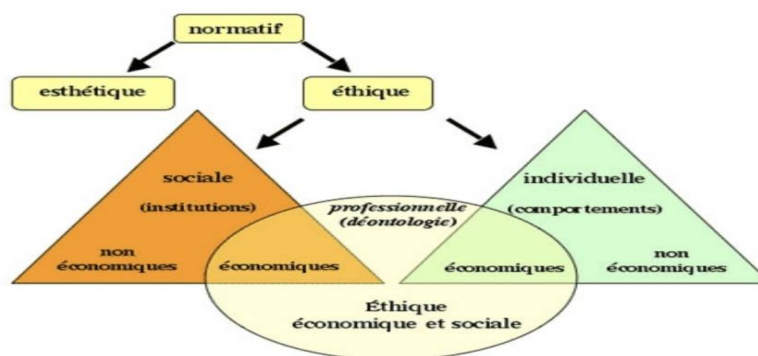
- Incitation économique et régime institutionnel;
- Education et ressources humaines;
- Système d'innovation;
- Infrastructures d'information.

En 2009, lors de la conférence de la Commission européenne à Göteborg, qui porte sur le thème « le triangle de la connaissance à la source de l'avenir de l'Europe » et qui s'inscrit dans le cœur de la stratégie de Lisbonne sur la croissance et l'emploi 2000, une nouvelle définition des piliers de l'économie de la connaissance a vu le jour. Ainsi les quatre piliers ont été remplacés par trois piliers: (OCDE)

- Recherche-développement et innovation;
- Education;
- Technologies de l'information et de la communication.

2.4. Composantes de l'économie du savoir: Nous proposons dans cette première partie, d'identifier, de clarifier le concept d'économie du savoir, à travers une entrée par ses différentes composantes: savoir, technologies numériques de l'intellect (TNI), et finances, souvent localisés au sein d'agglomérations intensives en connaissances.

Figure n°03: Composantes de l'économie du savoir



Source: (ipeut).

❖ **Le pôle du savoir:** De manière à saisir les contours, les caractéristiques et les enjeux de ce pôle, nous évoquerons en premier lieu les principaux précurseurs référents de ce courant. Nous décrivons ensuite les différentes approches associées à ce nouveau régime de croissance autour de l'économie du savoir. (Bouchez, 2014)

- **Les précurseurs récents de l'économie du savoir:** Quelques figures référentes ont joué un rôle précurseur en soulignant, à partir de la décennie des années 1960, l'importance des activités liées au savoir dans

l'économie contemporaine. On les citera par ordre d'apparition. L'économiste Fritz Machlup, dans un ouvrage désormais classique (Machlup, 1962), souligne en particulier, statistiques à l'appui, l'importance de la croissance des activités liées à la production du savoir (*knowledge-producing activities*) aux États-Unis. Il montre notamment qu'entre 1947 et 1958, ce secteur a connu une croissance double de celle du revenu national brut de l'ensemble de la population au travail. Kenneth Arrow, prix Nobel d'économie en 1972 (avec John Hicks), est généralement considéré comme étant à l'origine d'une première conception économique attachée à la connaissance (qu'il assimilait toutefois à l'information). Il souligne alors que la connaissance n'est pas un bien comme les autres, réductible à une marchandise (1962). Sous son impulsion, émergeront deux propriétés associées aux connaissances: les notions de non-exclusivité et de non-rivalité (1962). Le sociologue Daniel Bell (1973), dans son ouvrage de référence, souligne en particulier que, si la société « post-industrielle » nous apparaît comme « une société du savoir », c'est en particulier parce que le rapport entre science et technologie se déplace de plus en plus nettement vers le « secteur du savoir », qui absorbe une part croissante de la main-d'œuvre et fournit une part croissante du PNB. Au début des années 1970, le futurologue Toffler entame la publication de sa célèbre trilogie avec *Le choc du futur* (1970). *La troisième vague* (1980) fait naturellement suite aux vagues agricole, puis industrielle, et va ébranler les économies et les institutions obsolètes et sclérosées de la vague industrielle.

Dans le dernier ouvrage de sa trilogie (Toffler, 1990), il explique qu'à la richesse et à la force va succéder l'ère du savoir. Si l'évolution vers le capital-savoir est une réalité, écrit-il, alors il s'ensuit que le capital devient lui-même de plus en plus « irréel »: il consiste largement en symboles qui ne représentent eux-mêmes que d'autres symboles, enclos dans les mémoires de la pensée des hommes ou des ordinateurs. Enfin, des auteurs français ont également investi ce champ d'analyse. Dans un livre passé relativement inaperçu, précisément intitulé *L'économie du savoir* (1972), l'économiste français Maunoury met en avant le phénomène d'« intellectualisation de la production », à travers des liaisons de plus en plus étroites entre recherche, éducation et production. Quelques quinze années plus tard, Pierre Caspar (1988) se penche sur le concept d'« investissement intellectuel », qu'il présente comme « la mise en œuvre d'une pensée globale qui mise délibérément sur l'introduction de l'intelligence dans les processus de conception, de production, de commercialisation, dans l'organisation des rapports d'autorité, de communication, de travail et même dans les produits et services qui fondent l'activité et la raison d'être d'une firme ou d'une nation ». Ainsi entre le début des années 1960 et le début des années 1980, des économistes et sociologues éminents, principalement d'origine américaine, mettent en exergue la réalité d'une forme de basculement progressif du monde industriel vers un monde plus immatériel, sur lequel nous allons revenir.

- **Les différentes approches et courants associés à ce nouveau régime de croissance autour de l'économie du savoir:** On distinguera deux courants contrastés. Un courant d'origine universitaire, relativement peu connu des économistes et des sociologues, qui se réfère au « capitalisme cognitif » et se situe dans la mouvance de l'école de la régulation (Boyer, 2004). Un second courant, d'essence plutôt néolibérale, est qualifié souvent d'économie fondée sur la connaissance (ou d'économie de la connaissance). Il se situe dans la mouvance des travaux de l'OCDE et plus généralement de ceux produits au sein d'organisations internationales, comme l'Union européenne.
- ❖ **Le pôle des finances: les marchés et les nouveaux propriétaires:** Pour bien saisir la montée et la domination du capitalisme financier, nous présenterons succinctement dans un premier temps la forme antérieure dominante du capitalisme managérial, qui a marqué de son empreinte une bonne partie du XX^e siècle. Nous décrirons ensuite la phase du basculement vers la « main invisible » du marché, et le retour de nouveaux propriétaires, phase qui s'est précisément déployée sous la forme d'une financiarisation, générant une profonde métamorphose de l'organisation.
- **Le temps du capitalisme managérial: formalisation et apogée:** Les précurseurs de la théorisation du capitalisme managérial sont principalement représentés par Berle et Means (1932), puis Burnham (1942). Après la crise de 1929, où le pouvoir de la bourse avait été largement délégitimé (Cohen, 2006), les dirigeants et les managers avaient progressivement récupéré la direction effective de grandes entreprises souvent dévolues antérieurement aux propriétaires aux États-Unis. De plus, la dispersion des actionnaires (à l'exemple de la firme ATT) contribuait à générer cette révolution managériale. L'économiste Galbraith (1967) prolongera et éclairera ce courant en développant le concept de « technostructure », nouvelle forme que l'on pourrait qualifier de « bureaucratie technico-professionnelle », qui s'est en quelque sorte substituée aux propriétaires, détenteurs de capitaux. Ce basculement des formes de coordination des grandes firmes et cette professionnalisation des managers, liée à la complexité des tâches des grandes organisations, que Burnham (1942) avait déjà pointés, s'imposera largement jusqu'à la fin des années 1970, dans les grandes entreprises institutionnelles de la plupart des pays industrialisés.
- **La grande transformation du capitalisme et la métamorphose de l'organisation:** Ce basculement vers le capitalisme actionnarial et financier est associé principalement à des éléments et des facteurs économiques et quasi idéologiques. Ses effets sur le remodelage et la métamorphose de l'organisation interne des entreprises seront conséquents. On en rappellera succinctement les différents éléments les plus saillants. 1973 reste le marqueur symbolique de l'entrée dans un nouveau cycle plus incertain, de croissance ralentie (même si celle-ci ne sera visible pour une majorité de Français qu'en 1979, au moment du second choc pétrolier). Mais les observateurs attentifs, comme Mendras (1991), avaient décelé les signes

précurseurs de l'ébranlement de l'ordre socio-économique fordien vertueux dès le milieu des années 1960. De nouvelles bases doctrinales et idéologiques se déploient en parallèle dans la seconde partie des années 1970, principalement à travers les travaux conceptuels référents des économistes Jensen et Meckling (1976, 1978, 1983), qui formulent la « théorie de l'agence » et qui deviendront une référence. Retenons dans ce cadre, de manière très ramassée, que, pour ces auteurs, la réalité d'un principe de « stricts droits de propriété » a pour effet de considérer les managers comme les agents des seuls actionnaires, leur relation étant présentée comme un cas particulier de relation d'agence. La « bonne gouvernance » est en définitive celle qui assure le meilleur contrôle au moindre coût, en minimisant en particulier les coûts de surveillance (monitoring), les dirigeants pouvant avoir intérêt à détourner les ressources à leur avantage en gardant « la main ». Elle constitue d'une certaine manière une réponse aux thèses évoquées, en particulier celle de Berle et Means, face à la montée du pouvoir des dirigeants dans la grande entreprise.

❖ **Le pôle des nouvelles technologies de l'intellect (N.T.I):** Nous mobilisons ici, avec ce second pôle, le terme de « technologies de l'intellect » (T.D.I.), en référence et dans le prolongement des travaux de Goody (2000), qui l'appliqua avec bonheur plus spécifiquement à l'écriture. Pour le grand anthropologue, le niveau le plus abouti, mais aussi le plus difficile à manier, est associé à l'interaction entre le cerveau humain et l'écriture. Ce niveau, écrit-il, « est le produit de l'interaction entre le cerveau humain et le mot écrit qui est extérieur à l'acteur d'une manière différente du langage parlé ». Avec l'écriture, relève-t-il, « le *modus vivendi* de l'intellect humain est transformé par cette interaction entre l'intérieur et l'extérieur ». Ainsi, l'écriture « implique un processus de réflexivité, une façon de faire rebondir ses pensées entre soi et une feuille de papier ».

- **Une amplification de nos capacités cognitives:** Nous entendons pour notre part conférer une acception élargie et étendue à ce concept en prenant la liberté de l'appliquer à tous les outils et prothèses dont nous faisons usage pour accroître, amplifier, accélérer et déployer toutes nos capacités cognitives. On peut ainsi rappeler que l'enchaînement des T.D.I. historiques, structurantes et innovantes qui ont précisément contribué à accroître nos capacités cognitives: l'écriture, l'alphabet, le volumen, le codex, l'imprimerie, les machines (à compter, à écrire, etc.), les ordinateurs et l'Internet ont contribué à activer notre savoir. Mais pour être complet, il faudrait y adjoindre également de nombreux autres dispositifs, tels ceux associés à l'univers de l'invisible et de l'espace lointain (microscope et télescope), aux instruments d'écriture manuelle (du calame au stylo à bille). De même, les compilations et les dispositifs d'accumulation du savoir sous leurs diverses formes (archives, traités, bibliothèques sous toutes leurs formes, du rassemblement des tablettes jusqu'aux bibliothèques numériques).

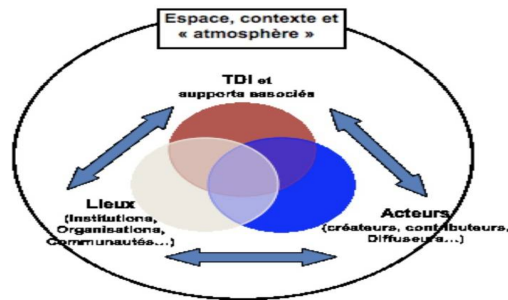
Ajoutons également dans cette liste non limitative, les outils ayant contribué à modeler et à affiner au plus juste la carte du monde, en particulier lors des voyages et expéditions maritimes (notamment les « grandes découvertes » du XV^e siècle). C'est en particulier le cas du sextant et de l'abaque. En d'autres termes, ces N.T.I, issues pour l'essentiel de la création humaine, contribuent à activer notre savoir, au sens extensif et combiné où nous l'avons préalablement défini aussi bien pour compiler et classer des données que pour traiter et transmettre des informations, approfondir des connaissances, étayer une argumentation, manipuler des concepts et des idées, etc.

- **Les illustrations contemporaines: des T.D.I. (technologies de l'intellect) aux T.N.I (technologies numériques de l'intellect)** Elles sont suffisamment connues pour que nous les survolions, mais elles s'inscrivent bien dans le prolongement des travaux de Goody (d'où leur appellation contemporaine de « technologies numériques de l'intellect » ou T.N.I. Elles ont-elles mêmes, ces dernières décennies, fortement évolué dans le cadre d'une dynamique cumulative en ce qu'elles se sont successivement ajoutées et combinées avec les précédentes. Elles scandent leur émergence par périodes quasi décennales: le temps des « grands systèmes » (années 1970), le temps de la décentralisation et des ordinateurs personnels (années 1980), l'arrivée de l'Internet (années 1990), et enfin du Web 2.0 et des technologies collaboratives (depuis 2000).

Dans le cadre de cette synthèse, deux types d'effets doivent être particulièrement soulignés. Le premier se réfère naturellement au nouveau rapport quasi réel au temps et à l'espace, sans omettre toutefois ses effets « polluants » liés à la surcharge informationnelle associée à leur usage. Il est par ailleurs généralement admis que ces N.T.I. contribuent de manière conséquente à l'accroissement des performances des firmes. Mais il faut également relever par ailleurs que l'usage de ces dispositifs constitue de puissants moyens de contrôle, d'agrégation et de traçabilité.

Le second effet est lié au nouveau cap qui a été franchi avec l'arrivée dans les années 2000 des technologies interactives et collaboratives associées au Web 2.0. Elles contribuent à accroître l'interactivité, favorisent le partage des connaissances et l'innovation. Cette phase s'est prolongée en pénétrant depuis les années 2010 dans la quasi-totalité des sociétés du CAC 40 (Bourhis, 2011) (mais également un certain nombre de P.M.E.), sous forme de réseaux sociaux d'entreprise (R.S.E.). Ils constituent une excroissance naturelle de l'annuaire et de l'Intranet et génèrent de multiples communautés professionnelles actives (plus de 1 000, par exemple, chez France Telecom-Orange), contribuant largement à alimenter ce processus de gestion des connaissances, à condition que les acteurs se les approprient et que les entreprises mettent en œuvre une véritable stratégie numérique, mobilisant l'intelligence collective.

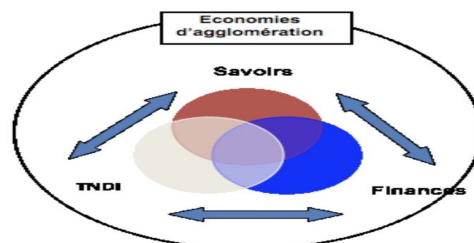
Figure n°04: Espace, contexte et atmosphère



Source: (AGECSO).

- ❖ **Le pôle territorial lié à l'espace fondé sur les économies d'agglomération:** Ce quatrième pôle, constitutif de la dynamique de l'économie du savoir, se réfère au phénomène de regroupement et de concentration des activités intensives en connaissances, au sein d'un même espace géographique. Les chercheurs (notamment ceux qui seront évoqués et cités dans la suite de cette présentation), mobilisent le terme d'« économies d'agglomération » ou d'« économies d'urbanisation » pour le caractériser. Ce phénomène attire et concentre, tel un aimant, le plus souvent au sein de grandes métropoles déjà réputées, et donc attractives, des professionnels et des organisations du savoir qui mobilisent des processus cognitifs complexes et créatifs, leur permettant de bénéficier des retombées d'un environnement favorable et propice aux échanges professionnels relationnels, informels ou formels. En retour et de manière combinée et interactive, ces derniers alimentent et irriguent ces agglomérations de leurs ressources cognitives et créatives.

Figure n°05: Economies d'agglomération



Source: (AGECSO)

- **Une brève histoire des effets d'agglomération: Marshall et Jacobs:** L'usage du terme d'« économies d'agglomération » est certes d'usage récent. Il n'empêche qu'il renvoie intuitivement, en une première analyse, à l'observation du sens commun: la proximité d'acteurs intensifs en connaissance ou en créativité au sein d'un même espace constituerait un terrain fertile favorable à l'accroissement des échanges cognitifs et économiques, susceptible de générer la création de nouveaux savoirs et de développer l'innovation. Ils seraient ainsi caractérisés par des rendements croissants. Sans remonter aux travaux historiques de Braudel (1979), ce sont principalement deux auteurs, Marshall et Jacobs, qui ont été parmi les premiers à caractériser le concept d'économie d'agglomérations, à travers deux approches différenciées.

- **Des typologies des formes de collaboration interorganisationnelle et de leurs effets:** Il ne rentre pas dans notre travail de détailler les différentes typologies de collaborations interorganisationnelles dans le cadre des agglomérations du savoir. Nous ne reprendrons à ce stade que la typologie simplifiée proposée par Retour (2009), dans son tableau synthétique qui suit, en sachant qu'une certaine élasticité et des hybridations sont possibles entre ces différentes formes. Par ailleurs, ces différentes formes peuvent être concurrentes ou se recouvrir partiellement, dans la mesure où les caractéristiques qui les sous-tendent ne sont en effet jamais totalement stabilisées, même si des dominantes sont effectivement clairement perceptibles, comme le suggère d'ailleurs le tableau.

Tableau n°01: Formes de collaborations inter-organisationnelles

COLLABORATION / PARTENARIATS	La collaboration est d'abord voulue par les acteurs eux-mêmes (vocabulaire et registre industriel).	La collaboration est reconnue et renforcée par les pouvoirs publics (vocabulaire et registre de l'action publique).
Les partenaires sont tous des entreprises	DISTRICT INDUSTRIEL	SYSTÈMES PRODUCTIFS LOCAUX (S.P.L.)
Les partenaires sont des organisations variées : entreprises, universités, etc.	CLUSTERS	PÔLE DE COMPETITIVITÉ

Source: (AGECSO).

3. L'innovation au cœur de l'économie du savoir:

La formation d'activités intensives en connaissance dans tel ou tel secteur ne doit rien au hasard; elle est essentiellement dictée par les impératifs de l'innovation. Il s'agit de répondre à la double nécessité d'engendrer un rythme rapide d'innovations technologiques en vue d'offrir de façon continue des produits et des services nouveaux à l'échelle globale et de surmonter les vagues violentes d'obsolescence des savoirs et des technologies. Un élément central des économies fondées sur la connaissance est donc l'innovation qui s'est substituée au prix comme règle du jeu fondamentale.

Une base technologique propice à la recherche systématique d'innovations, certaines conditions de la concurrence (oligopolistiques et globales), des institutions adéquates sont les principaux facteurs qui placent l'innovation au centre du jeu économique dans un nombre grandissant de secteurs d'activité. Cette tendance implique un rôle éminent des capacités intellectuelles - capacité à produire et à mobiliser des savoirs de toute nature et capacités d'apprentissage - par rapport aux ressources naturelles et aux facteurs physiques dans la détermination des performances économiques. Un autre aspect, également lié à l'innovation, est celui de l'intégration toujours plus étroite de toutes les étapes des processus de production, depuis le projet de R&D jusqu'à la production du bien ou du service et la relation avec le consommateur; lequel est lui-même plus fortement impliqué dans la conception du produit.

L'accélération du rythme de création de la connaissance, qui concerne notamment (mais pas seulement) les domaines de la science, de la technologie et de l'ingénierie, est sans aucun doute la manifestation principale

du développement de ces économies fondées sur la connaissance. Mais un autre phénomène mérite d'être observé; il s'agit de l'accroissement de la dispersion et de la décentralisation des activités de recherche et d'innovation. De nouvelles catégories d'agents sont impliquées en tant qu'experts de leur propre situation (utilisateur d'une technologie, usager, patient, citoyen), déterminant la formation de communautés de pratiques qui viennent compléter voire rivaliser avec les laboratoires et les organisations spécifiquement dédiées à la production des savoirs. Les activités intensives en connaissance s'étendent aussi aux emplois dont l'objet principal est de produire, traiter et utiliser des « preuves ». La production et l'usage de preuves reposent sur les mêmes contraintes que celles que détermine la mise en œuvre d'innovations répétées (notamment les contraintes de capacités d'apprentissage et de capacités intellectuelles) et jouent le même rôle que l'innovation dans l'augmentation de la productivité et de la qualité des services concernés (Cairn Info).

- **La base sectorielle de l'économie du savoir:** L'économie fondée sur le savoir se repère principalement au niveau des secteurs d'activité. Les secteurs qui ont exercé un puissant effet d'entraînement depuis quelques décennies en poussant vers le haut le taux de croissance moyen de l'économie tout entière sont des secteurs caractérisés par une certaine centralité de la science et de la technologie (pharmacie et instrumentation médicale, technologie de l'information et de la communication, aéronautique, nouveaux matériaux). La science et la technologie jouent donc un rôle important dans l'économie fondée sur la connaissance. Mais ceci vaut aussi pour les secteurs traditionnels qui se transforment jusqu'à devenir à un certain moment intensifs en connaissance. L'entrée d'un secteur traditionnel dans l'économie de la connaissance peut être fondée sur une certaine « évidence » du progrès technique et sur les changements organisationnels qui y sont associés, une intensification de la concurrence, une transformation des institutions.

Si la base sectorielle de l'économie de la connaissance est donc claire, celle-ci se développe aussi par rapport à des territoires; non pas des territoires spécialement bien dotés en telle ou telle ressource naturelle mais des territoires qui ont su enclencher à leur profit une dynamique d'agglomération des ressources caractéristiques de cette économie. Ces ressources (les personnels hautement qualifiés, les laboratoires de R&D et les services à l'innovation) sont mobiles et fluides. Elles se déplacent mais pas au hasard. Elles tendent à s'agglomérer entre elles pour profiter de très forts effets externes que leur agglomération peut enclencher (Cairn Info).

- **Processus historiques:** On ne peut parler de basculement brutal vers l'économie fondée sur la connaissance mais plutôt d'une évolution lente et progressive. Les économies fondées sur le savoir se constituent historiquement à partir d'un double phénomène: d'une part, une tendance longue, relative à l'augmentation des ressources consacrées à la production et à la transmission des connaissances (éducation, formation, R&D, information et coordination économique) et d'autre part, un événement technologique majeur (l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication — NTIC). La rencontre entre ces deux

phénomènes se produit principalement dans les secteurs orientés vers l'innovation. Elle y engendre une économie unique, centrée sur la production de nouveaux savoirs et caractérisée par une baisse significative des coûts de codification, transmission et reproduction des connaissances ainsi que de ceux du travail collaboratif de recherche et d'innovation. Ceci se traduit par une augmentation puissante des externalités potentielles de savoir et d'information et facilite la mise en place d'organisations où les activités de création de connaissance et les activités d'absorption des savoirs externes se nourrissent mutuellement.

Notons qu'une part significative des emplois créés depuis les années 1980 sont fondamentalement différents de ceux qui ont disparu durant la même période. L'économie du savoir se caractérise par un accroissement de la proportion de travailleurs hautement qualifiés. Les données sur les rendements de l'éducation suggèrent l'existence d'une grande différence entre les personnes ayant accompli un cursus universitaire et les autres. Les différences à cet égard se sont accrues durant la période 1975-1999. Toutes ces évolutions se reflètent, au niveau macroéconomique, dans l'accroissement historique de la part relative du produit intérieur brut qui est attribuée au capital intangible (Cairn Info).

- **Perturbations institutionnelles:** Cette économie perturbe profondément les institutions qui ont été mises en place au cours des siècles précédents pour tenter de régler les problèmes de contrôle et d'accès dans le domaine des savoirs, ainsi que celles qui ont pour tâche d'organiser la production, l'apprentissage, le stockage et la réutilisation des savoirs, des informations et des données. Ce sont ces perturbations de l'ordre institutionnel précédent (par exemple la propriété intellectuelle ou encore l'infrastructure formée par les bibliothèques, les archives et les musées) qui rendent nécessaire le développement de l'économie du savoir en tant que discipline; laquelle consiste essentiellement en l'analyse des institutions et des organisations qui permettent une production et une utilisation efficaces des connaissances et des savoirs. Du fait des propriétés particulières de la connaissance en tant que bien économique, la question de l'allocation des ressources pose des problèmes spécifiques que l'économie du savoir se donne pour objet de traiter (Cairn Info).
- **Les défis contemporains du savoir en économie:** Il convient premièrement de ne pas oublier à quel point le terme d'économie du savoir est récent. Fritz Machlup, le premier économiste à l'utiliser n'en fait usage qu'en 1962. Les enjeux liés à ce terme sont ainsi profondément contemporains et ancrés dans l'économie d'aujourd'hui, mais surtout de demain. Car si, comme nous l'avons vu, la production de connaissance est devenue un enjeu global de compétitivité, certains effets pernicious de cette nouvelle économie ont cependant pu émerger. Si la connaissance est produite, elle ne profite malheureusement pas à tout le monde. Elle peut notamment impliquer des effets de polarisation entre les travailleurs qui la manipulent et les autres.

Le scénario d'une polarisation croissante sur le marché du travail semble ainsi loin d'être à écarter dans une économie mondiale déjà en proie aux plus fortes inégalités.

La connaissance devenant centrale, ceux sachant la manier, la créer et l'utiliser deviennent indispensables, donc nécessaires à l'économie. L'émergence du métier de quantitative analyste sur les marchés financiers (dont les rémunérations annuelles atteignent assez aisément des sommes astronomiques) illustre par exemple ce phénomène. Ces as du codage, qui parlent le langage de l'économie d'aujourd'hui qu'est la programmation, se voient très demandés par les plus grandes banques d'investissement, et les rémunérations liées à ceux-ci explosent. La typologie de R.Reich de 1991 qui distingue les manipulateurs de symbole et les travailleurs routiniers semble à cet égard assez intéressante, en ce sens qu'elle permet une distinction formelle entre les travailleurs aptes à s'insérer au sein d'une économie en plein bouleversement, et les autres.

Il semble enfin que l'économie soit entrée dans un « tournant de la connaissance ». Depuis une vingtaine d'années, la connaissance a redéfini le périmètre d'une économie qui s'appuie désormais sur une ressource illimitée. La mise en place d'un réseau internet a pu constituer ce qu'E. Combe appelle une « innovation disruptive ». Le champ d'application de cette innovation est infini, et façonne le monde actuel. Mais il semble qu'une innovation encore plus bouleversante soit actuellement à l'œuvre: L'intelligence artificielle. Entre inquiétudes et fascination, l'intelligence artificielle pose des questions. Comment imaginer des salariés travailler aux cotes d'IA ? Dans la mesure où l'intelligence artificielle nécessite des connaissances pointues, peut-on imaginer une refonte totale du marché du travail ? Si le mouvement luddiste s'était constitué en réponse à une machinisation du métier de tisserand à Lyon, l'IA suscite aujourd'hui les mêmes angoisses.

Cette dynamique de développement des intelligences artificielles est aujourd'hui en grande partie due à des entreprises privées. En effet, il convient de souligner le caractère partiellement privé de la connaissance d'aujourd'hui et ce, depuis la seconde révolution industrielle. Si l'État a longtemps participé à la création de connaissance notamment pendant la guerre froide (Carlota Perez le montre avec l'exemple de la technologie du GPS développé pendant la guerre froide), la connaissance est aujourd'hui pour une large part le fait d'entreprises privées qui investissent massivement en R&D (Mission Prépa).

4. Conclusion:

Sur la base de ce qui précède, l'économie du savoir signifie essentiellement que le savoir est le principal moteur de la croissance économique, et les économies du savoir dépendent de la disponibilité des technologies de l'information et de la communication et de l'utilisation de l'innovation et de la numérisation. Contrairement à l'économie basée sur la production, où le savoir joue un rôle moindre et où la croissance est tirée par les facteurs de production traditionnels, les ressources humaines hautement qualifiées ou le capital humain sont les atouts les plus précieux de la nouvelle économie, qui est basée sur le savoir, où la contribution relative des industries

fondées sur le savoir est plus élevée et est principalement représentée dans les industries de moyenne et haute technologie, telles que les services financiers, bancaires et commerciaux.

Résultats: A travers cette étude, nous avons atteint les résultats suivants:

- ✓ Le savoir est la question cruciale pour permettre à l'économie d'élargir sa gamme de choix et d'influences;
- ✓ Les technologies de l'information et de la communication représentent les outils de base pour les sociétés qui visent un progrès basé sur l'économie du savoir;
- ✓ L'économie du savoir est considérée comme le socle solide d'une véritable transformation vers l'exploitation des ressources naturelles, matérielles et humaines, et donc l'établissement d'une dimension essentielle du développement durable.

Recommandations: Les premières mesures à prendre afin de promouvoir l'économie du savoir sont:

- La nécessité d'accorder la plus grande importance à la question de la restructuration de l'éducation à toutes ses étapes, du renforcement de la recherche et du développement scientifiques et de l'incitation à l'innovation par le biais de plans nationaux soutenus par des accords régionaux et internationaux;
- Renforcer les infrastructures d'information et de communication afin d'établir une société et une économie fondées sur le savoir;
- Suivre les changements technologiques rapides pour s'adapter aux développements continus des technologies de l'information et de la communication et du reste des connaissances humaines, et essayez de les mettre en pratique sur le terrain.

5. Liste bibliographique:

1. (s.d.). Consulté le Mars 28, 2023, sur Mission Prépa: <https://mission-prepa.com/leconomie-de-la-connaissance/#:~:text=La%20connaissance%2C%20qui%20ne%20se,march%C3%A9%20du%20travail%20par%20exemple.>
2. (s.d.). Consulté le Mars 29, 2023, sur Cairn Info: <https://www.cairn.info/l-economie-de-la-connaissance--9782707156877-page-3.htm>
3. AGECSO. (s.d.). L'économie du savoir: Une perspective fondée sur la dynamique interactive de ses éléments constitutifs. Consulté le Mars 25, 2023, sur AGECSO: <https://www.agecso.com/wp/bourbakem/bourbakem11/>
4. Bouacida, R. Y. (2018). Quelle place de l'économie de la connaissance en Algérie ? la transition du modèle de croissance en question. L'harmattan, 109-127.
5. Bouchez, J. p. (2014). Autour de l'économie du savoir: ses composantes, ses dynamiques et ses enjeux. L'harmattan, 9-45.
6. d'Algérie, L. s. (s.d.). Consulté le Mars 26, 2023, sur Le soir d'Algérie: <https://www.lesoirdalgerie.com/contribution/leconomie-du-savoir-cas-de-lalgerie-46445>
7. Djeflat, A. (s.d.). L'Algérie et les défis de l'économie de la connaissance. 1-48.
8. ipeut. (s.d.). Consulté le Mars 26, 2023, sur ipeut: <https://www.ipeut.com/management/ressources-humaines/12/efficacite-economique-de-la-co83656.php>
9. IRIS. (2012, Novembre 19). Institut de recherche et d'informations socio-économiques. Consulté le Mars 25, 2023, sur IRIS Blogue: <https://gare.cree-inter.net/wp-content/uploads/IRIS-%E2%80%93-Blogue-%E2%80%93-Qu%E2%80%99est-ce-que-l%E2%80%99%C3%A9conomie-du-savoir-.pdf>
10. OCDE. (s.d.). OCDE. Consulté le Mars 24, 2023, sur <https://www.oecd.org/fr/>
11. SPPCM. (s.d.). Consulté le Mars 26, 2023, sur SPPCM: <https://www.sppcm.org/eges-connaissiez-vous-la-pieuvre/>
12. Wikipedia. (s.d.). Consulté le Mars 25, 2023, sur https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_du_savoir

Entrepreneuriat : Compétences des entrepreneurs et stratégie entrepreneuriale

Entrepreneurship: Entrepreneurial skills and entrepreneurial strategy

Fatma zohra MANSOURI¹, Hadia ZARAA²

¹ université Alger 3-Algerie.

² université Tebessa-Algerie

Résumé: Le monde de l'entrepreneuriat crée un changement positif dans la société. Les entrepreneurs rêvent grand, ce qui veut dire que certaines de leurs idées auront des répercussions dans le monde entier. L'entrepreneuriat est un domaine de recherche relativement récent. Verstraete et Fayolle (2005) soulignent qu'il est normal que des chercheurs s'intéressent à définir les paradigmes qui forment le domaine de recherche. La réussite de l'entrepreneur est tributaire du choix de sa stratégie entrepreneuriale qu'elle doit combiner entre innovation, proactivité, la créativité, prise de risque et détection des opportunités pour l'entreprise afin de les saisir au bon moment.

Mots clés: entrepreneuriat, entrepreneur, compétence, stratégie entrepreneuriale.

Abstract: The world of entrepreneurship creates positive change in society. Entrepreneurs have a big dream, which means that some of their ideas will have an impact around the world. Entrepreneurship is a relatively new area of research. Verstraete and Fayolle (2005) point out that it is normal for researchers to be interested in defining the paradigms that make up the field of research. The success of the entrepreneur depends on the choice of his entrepreneurial strategy which he must combine between innovation, proactivity, creativity, risk taking and detection of the opportunities for the company in order to seize them at the right time.

Key words : entrepreneurship, entrepreneur, competence, entrepreneurial strategy.

1. Introduction

L'entrepreneuriat est un phénomène qui a été traité en mobilisant plusieurs paradigmes, la première approche qui a abordé ce sujet est l'approche économique présentée par ses précurseurs J.B Say et Cantillon, dans ce courant l'entrepreneuriat est considérée comme une activité qui transforme un produit ou un service en assumant le risque inhérent, les limites de cette approche ont permis aux chercheurs du courant behavioriste d'aborder ce sujet en mettant l'accent sur les traits de l'entrepreneur et le lien de l'entrepreneur avec son environnement, à nos jours le paradigme dominant est celui libéral qui présume que chaque individu possède une marge de liberté qui permet l'entrepreneur de développer son propre emploi. L'acteur majeur dans l'entrepreneuriat est l'entrepreneur qui est considéré comme une personne qui a des traits personnels qui la permettent d'engager dans des projets, qui a des compétences uniques, qui prends du risque, qui a de l'imagination, et la plus grande qualité d'un entrepreneur est d'être visionnaire et de savoir fixer ses objectifs. La réussite de l'entrepreneur est tributaire du choix de sa stratégie entrepreneuriale qu'elle doit combiner entre innovation, proactivité, la créativité, prise de risque et détection des opportunités pour l'entreprise afin de les saisir au bon moment .

2. Les paradigmes de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un domaine de recherche fondé sur deux paradigmes dominants qui sont centrés essentiellement sur une approche internaliste (économiste) et une approche externaliste (behavioriste).

2.1. L'approche économiste

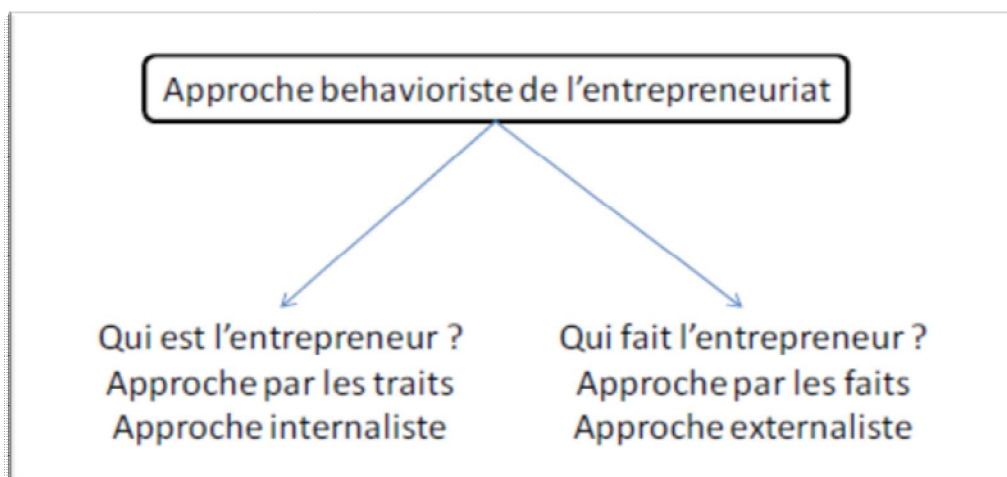
Le champ de l'entrepreneuriat a été développé principalement par l'apport des précurseurs Cantillon et Say, puis, les travaux de Schumpeter du courant de pensée économique. Les auteurs Richard Cantillon (1680-1734) et Jean-Baptiste Say (1767-1832), ils ont attribué un rôle économique spécifique à l'entrepreneur et à l'entrepreneuriat dans le processus économique . Ces deux précurseurs ont pour particularité de considérer l'entrepreneuriat comme une activité qui sert à transformer un produit ou un service en supportant le risque inhérent à l'opération de transformation dans le but de le revendre. Dans cette vision, l'entrepreneur est considéré à la fois comme un acteur de cette transformation et un agent qui assume le risque de la transformation. Comme le souligne (Filion, 1997), Cantillon et Say sont les premiers à s'intéresser « tant à l'économie qu'aux entreprises, à leur création, à leur développement et à leur gestion ». Ces deux auteurs sont les premiers à proposer une représentation dynamique de l'économie fortement liée au rôle de l'entrepreneur . Pour Cantillon, les fermiers, les marchands, les artisans et les manufacturiers assument aussi le risque, il ne se limite pas à la vision globale macroéconomique des relations entre production, revenu, consommation, emploi et population (Dehem, 1984). Say pour sa part il différencie l'entrepreneur et le capitaliste dans une prolongation de la pensée de Cantillon, aussi, il avance que l'entrepreneur n'est pas forcément celui qui détient le capital, il est celui qui gère des ressources et prend des risques que ce soit des risques financiers, techniques et humains .

L'approche économique a connu une accélération de la reconnaissance de l'entrepreneuriat par les travaux de Joseph Schumpeter, deux idées essentielles vont se développer et traverser le temps pour être largement utilisées encore aujourd'hui (Goglio, 2005): l'innovation et le développement économique. Les travaux de Schumpeter viennent compléter ceux de Cantillon et surtout ceux de Say (Filion, 1997). Les notions de bases des travaux de Schumpeter sont l'entrepreneuriat et l'innovation : « L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités dans le domaine de l'entreprise [...] » (Schumpeter, 1928). Les recherches de Schumpeter sur l'entrepreneuriat ont un apport très considérables jusqu'à nos jours car la notion de l'innovation est considérée comme étant une source de différenciation pour les entreprises. Les travaux de l'approche économique de l'entrepreneuriat sont considérés comme étant les premiers travaux qui ont permis de comprendre le phénomène de l'entrepreneuriat. Cette approche s'organise autour de deux archétypes (Baunol, 1993) l'entrepreneur-organisateur, qui renvoie aux travaux de Cantillon et Say, et l'entrepreneur innovateur, renvoyant aux travaux de Schumpeter.

2.2. Le behaviorisme

Les années 1970 ont été marquées par un tournant théorique important vers l'élargissement des approches qui traitent la notion de l'entrepreneuriat, désormais les sciences du comportement autour du behaviorisme prennent le dessus sur les approches économiques de l'entrepreneuriat. Cette approche traite deux hypothèses, la première hypothèse aborde les traits de l'entrepreneur autour de la question suivante: « Qui est l'entrepreneur ? ». La deuxième hypothèse traite le lien de l'entrepreneur avec son environnement ainsi que les mécanismes qu'il met en place pour entreprendre, la question posée est : « Que fait l'entrepreneur ? », sur ce point (M.J. & Sclunitt, 2008) soulignent que: « La vision managériale prend alors le pas sur la vision économique de l'entrepreneuriat. Toutefois, en se centrant essentiellement sur l'entrepreneur, cette approche ignore les situations ».

Figure 01: Les différentes orientations de l'approche behavioriste de l'entrepreneuriat

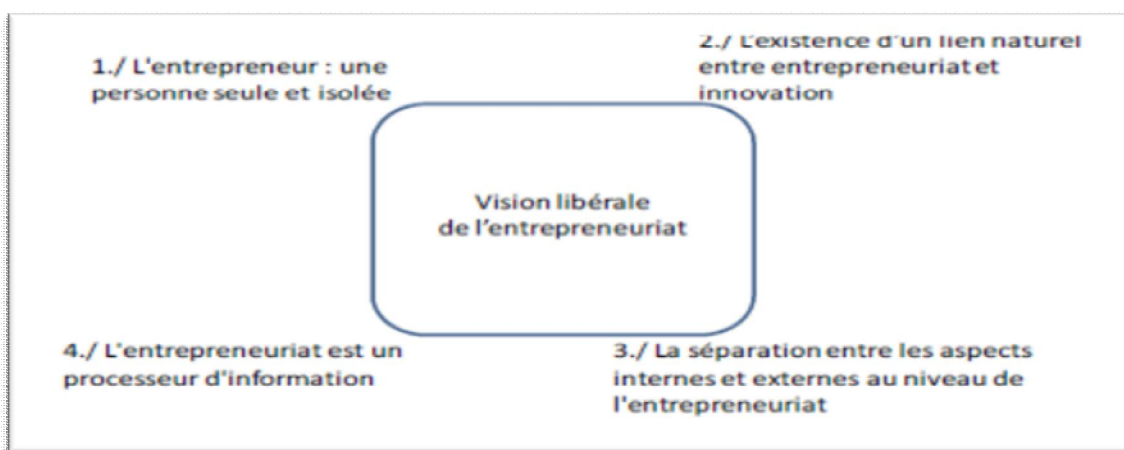


Source: (Bouslikhan, 2011)

2.3. La vision libérale de l'entrepreneuriat

Dorénavant, le paradigme dominant de l'approche de l'entrepreneuriat est le courant de pensée libérale de l'Europe. Ce courant est basé sur l'idée que chaque être humain possède des droits offerts naturellement tels que : la liberté et la propriété. Cette représentation de l'entrepreneuriat a connu un essor après les deux crises économiques : la crise du modèle de la grande entreprise axée sur l'organisation scientifique du travail ; et la crise de la professionnalisation (à travers le salariat). Depuis, l'entrepreneuriat est qualifiée comme étant une professionnalisation très intéressante, dans la mesure où entreprendre permet de développer son propre emploi, l'échec des économies planifiées, pour (Julien P.A., 1996), a permis d'ériger l'entrepreneuriat libéral nord-américain qui valorise l'innovation et la recherche d'opportunité (Blandin P., 2002). La vision libérale qui aborde le sujet de l'entrepreneuriat a été modélisée depuis ses origines par rapport à la représentation faite au niveau des chercheurs, des entrepreneurs et des concepteurs de politiques publiques dans le domaine de l'entrepreneuriat (Bouslikhan, 2011). Le courant libéral est basé sur quatre postulats sous-jacents à la représentation de ce phénomène, les principaux postulats de la vision libérale de l'entrepreneuriat sont présentés dans la figure ci-dessous :

Figure 02 : Les principaux postulats d'une vision libérale de l'entrepreneuriat



Source : (Bouslikhan, 2011)

3. Définition de l'entrepreneur

Le mot entrepreneur possède plusieurs définitions tributaires chacune de la discipline qui l'évoque (Filion, 1997), en revanche, les spécialistes d'une même discipline proposent des définitions convergentes, par exemple pour les économistes l'entrepreneur est associé à l'innovation, chez les financiers l'entrepreneur est celui qui sait mesurer le risque et pour les spécialistes en sciences de gestion est le visionnaire qui organise l'ensemble de ses activités autour de ses visions. La définition de (Filion, 1997), qu'il l'avait proposé en se référant à soixante définitions parmi les plus couramment utilisées dans la littérature (Filion, 1997) est la plus exhaustive dans la littérature.

Tableau 01 : La définition de l'entrepreneur proposée par (Filion, 1997)

La définition de Filion (1988)	Les travaux qui ont inspiré Filion	Les définitions liées aux différentes qualités de l'entrepreneur
« Un entrepreneur est une personne imaginative, caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. Cette personne maintient un niveau élevé de sensibilité en vue de déceler des occasions d'affaires. Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles et qu'il ou elle continue à prendre des décisions modérément risquées qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial. » (Filion, 1988)	Les entrepreneurs sont des «rêveurs qui passent à l'action». Pinchot (1986), Lynn (1969) a montré le parallèle qui existe entre les entrepreneurs et les créateurs.	« Un entrepreneur est une personne imaginative... »
	Cette personne imaginative aime se fixer des buts qu'elle sait pouvoir atteindre. Ils ne sont pas toujours écrits, mais ils sont là, et ils constituent un fil conducteur, une vision autour de laquelle l'entrepreneur organise ses activités. (Filion, 1997)	«... caractérisée par une capacité à se fixer et à atteindre des buts. »
	L'entrepreneur avec l'identification d'occasions d'affaires, avec la capacité de détecter des occasions d'affaires. Cela implique que l'entrepreneur développe une très grande sensibilité par rapport à son environnement. (Filion, 1997)	« Cette personne maintient un degré élevé de sensibilité en relation avec son environnement en vue d'y déceler des occasions d'affaires. »
	En réalité, l'entrepreneur est une personne qui doit continuer à apprendre. Non seulement continuer à apprendre par rapport à ce qui se passe dans son environnement afin d'y déceler des occasions d'affaires, mais continuer à apprendre de ce qu'il fait et à s'ajuster en conséquence dans son entreprise. (Filion, 1997)	«Aussi longtemps qu'il ou elle continue d'apprendre au sujet d'occasions d'affaires possibles... »
	La recherche montre que l'entrepreneur est quelqu'un qui tend à prendre des risques modérés, à minimiser l'incertitude dans son processus de prise de décisions. (Filion, 1997)	«... et qu'il ou elle continue à prendre des décisions modérément risquées... »
	De plus, depuis Jean-Baptiste Say et Joseph Alois Schumpeter, on a beaucoup associé l'entrepreneur à l'innovation. L'entrepreneur est quelqu'un qui est un agent de changement, qui fait des choses nouvelles et différentes. (Filion, 1997)	«... qui visent à innover, il ou elle continue de jouer un rôle entrepreneurial. »

Source: Elaboré par nous même

La définition proposée par (Filion & L.J., 1988) est détaillée est englobe l'ensemble des volets qui traitent le sujet de l'entrepreneur, cet auteur a proposé une définition de l'entrepreneur succincte en résumant et en exprimant l'essentiel de la première : « Un entrepreneur est une personne qui imagine, développe et réalise ses vision »

4. Identification des compétences de l'entrepreneur

Depuis plus de 30 années les spécialistes dans le domaine de l'entrepreneuriat et PME ont tenté à identifier les caractéristiques des entrepreneurs liées à leur succès, ces caractéristiques ont été regroupées en trois dimensions : la personnalité, la motivation et enfin la compétence (Blawat ; 1995). A cette époque les chercheurs se sont focalisés sur l'affirmation du lien de causalité entre la performance de l'entrepreneur,

principalement, les traits de personnalité, la motivation et très peu de recherche ont été amenée sur la compétence. Les résultats de leurs recherches étaient contradictoires, prenant l'exemple des travaux de (Lorrain, 1998) qui indiquent que les traits et les motivations ne discriminent pas les entrepreneurs à succès de ceux à échec, mesuré par la survie de l'entreprise sur une période de trois ans après la création. Ils ont constaté que lors de la création d'une entreprise les traits de personnalité sont prédisposés avec cette conclusion ils rejoignent (Belley, 1994) qui a postulé cette vue dans son modèle, d'autres part ces caractéristiques expliquent peu leur succès une fois l'entreprise est démarrée .

Au cours des années 90, une nouvelle approche qui a vu la lumière, elle est basée sur les comportements et qui a tenté à étudier les compétences des entrepreneurs (Chandler & Jansen, 1992; Herron & Robinson, 1993). Les résultats de leurs recherches indiquent que les compétences s'avèrent de meilleurs prédicteurs de la performance des entrepreneurs que les traits de personnalité. Une des explications de ces résultats est que les traits sont valorisés par la motivation et que la motivation des entrepreneurs est modérée par les compétences (Herron & Robinson, 1993).

4.1. Les perspectives de la compétence :

La question de compétence est encore émergente, parce qu'elle représente jusqu'à présent un sujet de débat entre une communauté scientifique pluridisciplinaire : sociologues, gestionnaires, cognitivistes, etc. Cette notion a de différents regards de la part des disciplines précédemment cités, il est à noter que ce terme il a trouvé son origine à en sociologie ensuite il a été enrichit par les gestionnaires et les cognitivistes .

❖ **La perspective sociologique de la compétence:** Au cours des années précédentes les sociologues ont connu un débat sur la possibilité de la mise en place d'un nouveau système productif qui remplace le terme « qualification » par celui « compétence ». Les sociologues, pas la totalité, justifient l'utilisation du terme compétence par la complexification de l'environnement et des situations de travail, car le nouveau contexte exige plus d'autonomie et plus de polyvalence qui permettent à l'individu de développer plus de compétence pour qu'il soit en mesure d'occuper un poste de travail d'une manière efficace, selon(Antoine, 2006): « il ne s'agit plus d'offrir un salaire pour un travail, mais de donner au travailleur, en échange de sa contribution à la performance organisationnelle, la possibilité de développer son employabilité »

❖ **La perspective cognitiviste de la compétence:** Dans cette perspective, la notion de la compétence est décomposée en plusieurs capacités. Selon cette perspective la compétence relève d'une approche analytique. Ces capacités se résument généralement à travers la tryptique du savoir (connaissances explicitement transmissibles ou tacites), du savoir-faire (capacité de mise en œuvre de leurs savoirs par les individus) et du savoir-être (qualités personnelles et relationnelles de chaque individu), chacune de ces « compétences » pouvant être observées indépendamment les unes des autres. L'approche cognitive est centrée sur les aptitudes des individus à traiter les informations et à faire face à l'environnement extérieur .

❖ **La perspective organisationnelle de la compétence:** Les chercheurs qui ont adopté cette perspective, ils se sont intéressés à la dimension collective de la compétence en négligeant la dimension individuelle, au début des années 1990, (Hamel & g., 1990), de leur part ont réaffirmé le caractère stratégique pour l'entreprise de ses « core competencies » ou compétences clés, elles sont définies comme étant des apprentissages collectifs permettant à l'entreprise de coordonner ses différents savoir-faire internes à l'organisation, ces compétences sont vues comme le moyen de combiner les technologies mises à sa disposition de façon unique et difficilement reproductibles par les concurrents.

4.2. La notion de la compétence: La notion de la compétence est polymorphe, on ne trouve pas d'unanimité sur ce concept de la part des chercheurs, entre autres, nous exposons les définitions les plus répandus dans la sphère scientifique sur la base d'une recherche consistante non exhaustive. Selon (Mc Cornnick & Tiffin, 1974), la compétence « est la capacité des acteurs à apprendre et à exécuter des tâches ». Quant à (Pettersen & Jacob, 1992), ils ont proposé la définition suivante de la compétence : « Elle est constituée des aptitudes, des habiletés et des connaissances ». Les aptitudes font référence aux capacités potentielles qui influencent les apprentissages des comportements en général tandis que les habiletés sont des capacités apprises, par formation ou par expérience, à partir des aptitudes, spécifiquement pour exécuter des tâches ou des fonctions professionnelles à un emploi donné. Tarondeau, 1998), définit les compétences comme étant « Des capacités particulières de mise en œuvre d'actifs de façon organisée dans le but d'atteindre des objectifs. Elles sont exploitées dans des actions intentionnelles et finalisées où elles se construisent et s'enrichissent par apprentissage »

4.3. Les différentes conceptions de la compétence: Dans la littérature relative à la compétence, deux conceptions de définition existent, une première conception dite française tourne autour des savoirs, quant à la deuxième conception est anglo-saxonne, USA et Angleterre, elle s'articule autour de capacités. Nous allons présenter brièvement ces deux conceptions afin de bien cerner le concept de compétence.

4.4. La conception autour de savoirs: La compétence est distinctive de la qualification, cette dernière exige la réunification de trois capacités importantes : une action, un acteur et un contexte professionnel, à ce propos (Boterf, 2002) propose la définition suivante de la compétence : « la compétence peut être comparée à un acte d'énonciation qui ne peut être compris sans référence au sujet qui l'émet ni au contexte dans lequel il se situe....il apparaît important de saisir à la fois l'acteur et l'action, c'est à dire « l'éfaction ». Dans cette conception les auteurs supposent qu'il y est une étroite relation entre le savoir et la compétence, ils classifient plusieurs formes de savoir, ce paquet de savoir aide à définir la notion de la compétence. Selon (Mira-Bounnardel, 2000; Cazal & Dietrich, 2003), ils résument ces savoirs en savoirs formalisés (théoriques et techniques) et en savoirs de l'action (savoir-faire pratique et savoir-faire relationnel). La notion de savoir renvoie au :

- Savoir théorique: concepts et connaissances appris à l'école;

- Savoir technique: des règles et procédures d'action acquises en formation et développées par la pratique;
- Savoir méthodologique: conçu dans l'action;
- Savoir pratique: contextualisé et correspond à la mise en œuvre d'habiletés manuelles et intellectuelles;
- Savoir-faire social: processus de socialisation permettant aux individus d'orienter leurs attitudes en fonction du contexte. (Thomas, 1992) suggère de les décliner en « capacité à travailler en groupe, capacité de négociation et la capacité d'aide ou d'assistance à autrui; »
- Savoir cognitif : opérations intellectuelles de formulation, d'analyse et de résolution de problèmes, de conception et réalisation de projets et de prise en décision, raisonnement, capacité de synthèse, intuition, comprendre un schéma, élaborer une procédure, résoudre un problème...

Nous remarquons que d'une part, la littérature française existante se réfère, de manière récurrente et fréquente, au tryptique savoir, savoir-faire et savoir être.

❖ **La conception autour de capacités:** La conception anglo-saxonne de la compétence s'articule autour d'un ensemble de capacités, cette conception divise les compétences en celles essentielles « hard competencies » et autres compétences différentielles «soft competencies ». « Les hard competencies » constituent « l'ensemble de connaissances et de savoir-faire nécessaire dans l'accomplissement des tâches et des missions liées à une fonction ou à un poste en entreprise ». D'un autre côté, les soft competencies sont associées aux compétences donnant un avantage en terme de performance pour ceux qui les détiennent de par leur dimension unique, difficilement ou non transférable (Saint-Onge, 1999; Tremblay & Sire, 1999). Dans les études nord-américaines la compétence comprend plusieurs facteurs : capacités et aptitudes (abilities), comportements (behaviors), connaissances (knowledge), traits de personnalité (personality variables), motivations (motives) et skills (savoir-faire), le terme de skills dans ces études et autre que celui de competencies.

Finalement, les auteurs distinguent la gestion des compétences à la française et la gestion des compétences à l'américaine, chacune d'entre elles trouve sa spécificité dans un facteur central ou la notion compétence est parfaitement liée à lui.

❖ **Typologies des compétences:** Sachant que l'entrepreneur est le cœur de son entreprise, il doit acquérir des compétences spécifiques et particulières autre que celle techniques, afin d'exercer d'une façon efficace les fonctions liées à l'esprit de l'entreprise. Les spécialistes en psychologie entrepreneuriale proposent de différentes typologies des compétences des entrepreneurs, que nous allons présenter dans le tableau récapitulatif ci-après:

Tableau 02: Le récapitulatif des compétences de l'entrepreneur (Lorrain, 1998).

Catégorie	Habilités	Auteurs
Compétences entrepreneuriales	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à identifier des opportunités d'affaires - Capacité à élaborer une vision d'entreprise - Capacité à créer et gérer son réseau d'affaires - Capacité à gérer son travail 	(Baum, 1995), (Chandler et Jansen, 1992), (Herron, 1990), (Kirner, 1979), (Milton, 1989), (Vesper, 1989) (Filion, 1989), (Chandler et Jansen, 1992), (Hambrick et Crozier, 1985), (Milton, 1989) (Aldrich et al., 1987), (Bird et Jelinek, 1988), (Chandler et Jansen, 1992), (Herron, 1990), (Ibrahim et Goodwin, 1986) (Bird et Jelinek, 1988), (Deeks, 1976)
Compétences managériales	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à élaborer une stratégie d'entreprise - Capacité à coordonner et à organiser les activités de son entreprise - Capacité à diriger du Personnel - Capacité à résoudre des problèmes - Capacité à contrôler les activités de son entreprise - Capacité à négocier 	(Ibrahim et Goodwin, 1986), (Lumpkin et al., 1988), (Hofer et Sandberg, 1987), (Chandler et Jansen, 1992), (Herron, 1990) (Baum, 1995), (Chandler et Jansen, 1992), (Herron, 1990), (Hofer et Sandberg, 1987), (Ibrahim et Goodwin, 1986) (Deeks, 1976) (Deeks, 1976), (Herron, 1990) (Deeks, 1976), (Hofer et Sandberg, 1987)
Compétences techniques de gestion et du secteur	<ul style="list-style-type: none"> - Capacité à gérer les opérations - Capacité d'une gestion financière - Capacité d'une gestion des ressources humaines - Capacité d'une gestion marketing et des ventes - Capacité à gérer les lois et les règlements gouvernementaux 	(Chandler et Jansen, 1992), (Deeks, 1976), (Lorrain et Dussault, 1988), (Deeks, 1976), (Ibrahim et Goodwin, 1986), (Lorrain et Dussault, 1988), (Luk, 1996), (Lumpkin et al., 1988) (Deeks, 1976), (Ibrahim et Goodwin, 1986), (Deeks, 1976), (Lumpkin et al., 1988), (Lorrain et Dussault, 1988), (Luk, 1996), (Hand et al., 1987), (Smart et Conant, 1994), (Deeks, 1976)

Source : (Lorrain, 1998)

5. L'évaluation des compétences, les défis de la mesure

5.1. L'évaluation: principes et caractéristiques: L'évaluation des compétences des entrepreneurs peut être considérée comme exercice difficile, qu'on doit le réaliser pour une démarche de développement des compétences individuelles, sachant que la compétence est périssable et qu'elle nécessite une actualisation continue par le biais de la formation, voire l'apprentissage. L'évaluation en général renvoie à une mesure des résultats d'une action bien précise au préalable. Claret, 2005), affirment que l'évaluation consiste à : « vérifier la présence de quelque chose attendue, situer et juger ». Nous pouvons classer cette évaluation dans deux natures:

- Evaluation de nature qualitative : qui sert à décrire et à interpréter les résultats de l'action;
- Evaluation de nature quantitative : que nous pouvons la réaliser selon une métrique qualitative ou une analyse de données statistiques.

La réalisation de l'évaluation, d'une manière générale, peut se faire d'une manière ex-ante avant la mise en œuvre de l'action « chemin-faisant », ou bien au fur et à mesure de l'avancement de l'action ex-post, nous resserons que l'évaluation synthétise une action aboutie dans un but de comprendre les facteurs de son succès

ou son échec afin de mesurer son impact et en tirer des conclusions. (Hadji, 2001) considère l'évaluation comme: « un acte délibéré et socialement organisé » s'exprimant selon deux approches:

- Evaluation sommative : se rapproche de l'évaluation « ex-post ». Elle se veut construire un bilan des acquisitions à la fin de l'action de formation. Elle correspond à la question « les objectifs ont-ils été atteints? »
- Evaluation formative : se rapproche de l'évaluation « chemin-faisant » appelée aussi « évaluation par processus ». Elle joue un rôle de régulateur des apprentissages dans le but de les améliorer. Elle présente trois critères. Premièrement, elle s'inscrit dans la durée d'une action pédagogique (intégration au processus). Deuxièmement, elle se met volontairement au service de l'objectif poursuivi dans le contexte de sa réalisation (subordination à l'action collective). Finalement, elle s'inscrit dans une visée transformatrice comme elle se préoccupe d'aider à améliorer la réalité plus que de la présenter en tant que telle.

Selon (Moulinier, 2002), il y a une évaluation basée sur un système d'évaluation des individus par notation, elle permet d'effectuer des classements, des comparaisons et des traitements graphiques, cette évaluation individuelle est subjective alors il est préférable de quitter ce système d'évaluation en favorisant des systèmes descriptifs qui permettent à l'évalué de mieux pour visualiser ses points forts et ses points faibles « lacunes » et décider de s'améliorer par ses efforts ou par la formation. L'auteur considère l'évaluation comme une dynamique de progrès, à cet effet il favorise l'utilisation « une grille de perfectionnement » au lieu d'une « grille d'évaluation ». (Cardinet, 1994), quant à lui, il distingue deux approches, la première est l'évaluation « estimative » de l'expert qui « va tenter de saisir la réalité en la soupesant, faute de pouvoir mesurer des apprentissages », le deuxième mode d'évaluation est celle « appréciative », elle se réalise sur la base de l'expérience de l'évaluateur et sa compréhension des différentes dimensions en jugeant des critères prédéterminés recueillis dans un modèle ou existant sans modèle. L'évaluation couvre de différents champs, selon (Leplat, 1997), il y a deux champs majeurs de l'évaluation : celui de l'évaluation des personnes et celui de l'étude des activités. (Gilbert, 2006) de son côté spécifie la notion de l'évaluation par deux autres champs : l'orientation professionnelle et l'analyse psychosociale des relations individu-organisation. Nous nous intéressons dans notre travail au champ de l'évaluation des personnes, plus précisément nous cherchons à évaluer la compétence des dirigeants, voire entrepreneurs, des PME. Dans ce champ d'études la compétence consiste à « caractériser ce que sait et sait faire la personne » (Gilbert, 2006).

5.2. Les Méthodes d'évaluation: Une méthode d'évaluation est valide lorsque : « elle mesure bien ce qu'elle est censée mesurer » (Balicco, 1997). La démarche d'évaluation diffère en fonction du contexte, de l'entreprise (sa taille, son domaine d'activité, etc.), le pays, etc. Traditionnellement, les chercheurs dans leur méthodes d'évaluation font appel à trois sources d'informations, le « Trio classique » (Cook, 1988), ce trio englobe: références, CV et entretiens, elles sont utilisés communément. Au-delà de ce trio classique, d'autres auteurs ont

proposé et vérifié par la suite la validité d'autres outils, tel que (Moulinier, 2002) il a identifié quatre formes d'évaluation externe : assessment center, le bilan de compétences, le diagnostic d'employabilité et le 360° review .

❖ **La méthode de l'auto-évaluation : Importante mais difficile:** Il y a plusieurs méthodes d'évaluation des compétences entrepreneuriales mais la plus adaptée et la plus largement citée est celle de l'auto-évaluation. Cette méthode d'évaluation permet l'entrepreneur de structurer sa démarche, de repérer les risques, les lacunes et les forces, voire faire un bilan de ses forces et ses faiblesses. L'entrepreneur pour mieux effectué ces tâches et réussir ses projets il a besoin de prendre un recul, faire des pauses et réfléchir, en prenant en compte tous les facteurs, à son itinéraire. Nous reprenons dans le tableau ci-après, un outil de mesure des compétences des entrepreneurs, recueilli par (Levy-Leboyer, 1990).

Tableau 03: Présentation de l'outil de mesure des compétences des entrepreneurs « méthode d'auto-évaluation».

Outils	CARACTERISTIQUES	Auteurs
autoévaluation	<ul style="list-style-type: none"> - utilisée dans le domaine de la formation - inadaptée à une démarche de sélection : contradiction entre le pouvoir prédictif entre les recherches menées - le meilleur prédicteur des comportements est la manière dont chacun évalue ses capacités et qualités personnelles (Bandura, 1986) - les personnes ne sont ni prêtes à accepter des responsabilités, ni à fournir des efforts si elles ne sont pas persuadées qu'elles sont effectivement capables de la faire (Levy-Leboyer, 1990). - « l'image de soi est construite à travers les expériences acquises et notamment grâce au retour d'informations venant de la manière dont les autres évaluent nos actes et nos performances » (Levy-Leboyer, 1990). - une démarche d'auto-évaluation permet de développer des compétences métacognitives (Dupouy, 2008) - une amélioration continue, en profondeur : apprentissage en double boucle d'Argyris et Schön, se réalise par une autoévaluation - la volonté de s'auto-évaluer traduit une volonté de s'auto-former et d'acquérir de l'autonomie dans ses actions. Cette réflexion sur soi et sa confrontation avec les pratiques différentes nécessite de l'accompagnement. Ceci nécessite une démarche volontaire et consciente - « peut apporter des informations intéressantes dans le cadre d'un « Bilan de compétences » » (Balicco, 1997) - l'auto-évaluation est un bon outil de gestion de Ressources Humaines et des motivations individuelles et non comme un outil de sélection (Levy-Leboyer, 1990). - utilisée pour l'orientation et le conseil professionnels. Elle peut faire partie d'un ensemble des méthodes utilisées en centre d'évaluation <ul style="list-style-type: none"> - subjective - « rien n'est plus difficile que de se juger soi-même » (Balicco, 1997) - désirabilité sociale dans certains contextes: de promotion, recrutement, augmentation de salaires 	<ul style="list-style-type: none"> Bandura (1982, 1986) Levy-Leboyer (1990) Dupouy (2008a, b) Balicco (1997)

Source : doc NAN

Cette méthode s'inscrit dans une visée formative, elle n'a pas comme objectif la sélection d'un nouveau entrepreneur mais elle permet de développer les compétences des entrepreneurs, ce processus est difficile pour son réalisation il demande une prise de conscience et une volonté, son principal avantage réside dans un apprentissage en double boucle au sens d'Argyris et Schön. Une fois l'entrepreneur réalise l'évaluation des compétences, il doit opter pour une action d'apprentissage entrepreneurial.

5.3. Outil de mesure des compétences : référentiel des compétences entrepreneuriales:

La conception des référentiels de compétence est liée à la conception retenue de la notion de compétence. Mansfield. (1996) définit le modèle de compétences comme : « une description détaillée des aptitudes, particularités et comportements que doit maîtriser un employé dans l'exercice de ses fonctions ». Dans la littérature qui a abordé le sujet de la compétence, il y a deux méthodes d'élaboration des référentiels de compétences, en France, la première est analytique qui consiste à élaborer des référentiels de compétences spécifiques à chaque métier, l'autre méthode est qualifiée de globale elle repose sur un postulat : la compétence est transverse ou non.

Un modèle de compétences est un outil de référence, il est constitué de plusieurs typologies de compétences qui sont standards à un profil au sein de l'organisation, concernant le référentiel des compétences des entrepreneurs des PME il englobe des compétences spécifiques aux dirigeants avec chaque compétence est détaillée en plusieurs capacités ce référentiel est généralement considéré comme un outil qui sert à relier le développement des compétences de dirigeant aux stratégies organisationnelles. A partir du tableau synthétique de (Lorrain, 1998), nous avons essayé à élaborer un référentiel des compétences propre à nous, il est présenté ci-après:

Tableau 04 : Présentation de référentiel des compétences

Compétences entrepreneurial	
1.	<p>Identifier des opportunités d'affaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • La capacité de concevoir un nouveau produit, qui ne reflète pas forcément un besoin exprimé
2.	<p>Elaboration une vision d'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacité de concevoir le modèle d'affaires en le formalisant par la suite
3.	<p>Capacité de créer et de gérer son réseau d'affaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • La capacité à développer les plans d'affaires en optant à faire des diagnostics des moyens disponibles pour l'entreprise afin d'établir une stratégie de développement • La capacité d'impliquer l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, afin de bâtir une structure adaptée aux projets
Compétences managériales	
1.	<p>Capacité à élaborer une stratégie d'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacité de définir une vision ainsi que les objectifs pour atteindre cette vision
2.	<p>Capacité à coordonner et à organiser les activités de son entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • La capacité de communiquer avec les collaborateurs, en faisant circuler les informations fiables au moment opportun
1.	<p>Capacité à diriger du Personnel</p> <ul style="list-style-type: none"> • S'imposer autant que leader en influant sur son entourage
2.	<p>Capacité à contrôler les activités de son entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • La capacité de détecter les courants avant-coureurs et réagir par la suite avec une réactivité par la mise en place des plans d'actions
3.	<p>Capacité à résoudre des problèmes</p> <ul style="list-style-type: none"> • La capacité de résoudre les conflits au sein de l'équipe
Compétences techniques	
1.	<p>Capacité d'une gestion financière</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les besoins financiers et gérer leur encaissement • Choisir les stratégies d'investissement pour l'entreprise
2.	<p>Capacité d'une gestion des ressources humaines</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer le besoin en matière de personnel • Définir les plans de formations
3.	<p>Capacité d'une gestion marketing et des ventes</p> <ul style="list-style-type: none"> • La capacité à identifier les cibles et à segmenter le marché • La capacité de définir la politique commerciale (produit, prix, promotion, place)
4.	<p>La capacité à gérer les lois et les règlements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître les obligations, les contraintes légales et les opportunités sociales et fiscales • Choisir les contrats de travail les plus performants et connaître la réglementation en vigueur

Source: Elaboré par nous-mêmes.

Le référentiel de compétences des dirigeants de PME est un instrument très important d'accompagnement le déploiement d'une démarche compétence, il permet d'identifier leurs compétences qu'ils doivent développer, d'autre part il peut servir à comparer les compétences acquises et requises , De plus, « les besoins de formation n'existent pas en soi, ils constituent des écarts qu'il faut identifier et analyser par rapport aux situations concrètes ou aux référentiels qui sont à leur origine » (Boterf, 2000).

5.4. L'apprentissage entrepreneurial

❖ **Notion de l'apprentissage entrepreneurial:** Les chercheurs qui ont traité le concept de l'apprentissage entrepreneurial étaient en désaccords sur le concept lui-même, certains entre eux s'intéressent à l'apprentissage de l'individu entrepreneur, d'autres privilégient l'apprentissage au niveau de la firme entrepreneuriale. Concernant notre étude est centrée sur l'apprentissage individuel, qui est conçu selon (Ravasi & Turati, 2005) comme étant: « l'investigation de l'unique et distinctive façon avec laquelle les entrepreneurs acquièrent, stockent et utilisent les connaissance ». Les compétences détenues par l'entrepreneur sont centrales dans le processus d'apprentissage entrepreneurial, d'autre part il existe plusieurs facteurs qui peuvent influencer le processus d'acquisition des ressources (Ardichvili, 2003) les ont identifié : « la sensibilité de l'entrepreneur, son réseau de relations, ses caractéristiques personnelles, etc ». D'autres chercheurs sont convaincus que le développement des compétences ne se fait pas uniquement par le biais de l'accumulation de l'expérience dans l'action mais aussi par l'expérimentation.

❖ **Les facteurs de l'apprentissage:** En analysant la documentation scientifique abordant le sujet de l'apprentissage, nous avons retenu plusieurs facteurs d'accumulation de développement des compétences, mais parmi tous les facteurs présenterons ceux les plus répondus et nous semblent intéressants:

– **Expérience et Expérimentation: consensuellement reconnues:** L'expérience peut être acquise à partir de l'action antérieure réalisée par l'entrepreneur ou se réaliser dans son quotidien. Quant à l'expérimentation elle renvoie aux démarches expérimentales permanentes des entrepreneurs, il est utile pour les entrepreneurs de prendre une distance par rapport leurs pratiques habituelles afin de capitaliser les apprentissages précédents et de les mettre en action dans le futur.

❖ **La formation:** Avant la mise en œuvre de l'action de formation, elle doit être précéder par des étapes d'évaluation, la formation des entrepreneurs est essentielle dans le développement de leurs compétences. (Julien & Marchesnay, 1988), définissent la formation comme « un processus d'intervention ou d'acquisition qui confronte l'entrepreneur à lui-même. Ils rajoutent que la formation constitue aussi un ensemble à transmettre pour combler des lacunes après les avoir identifiées. Aussi, la formation ne peut pas se réaliser de manière arbitraire, mais doit être précédée par des étapes de définition de normes et d'évaluation ». Belanger, (1988), considère la formation comme « un ensemble d'activités d'apprentissage planifié pour atteindre deux objectifs. Elle permet tout d'abord d'acquérir des connaissances, des habiletés et d'attitudes propres à faciliter

l'adaptation des individus et des groupes à leur environnement socioprofessionnel. Elle doit aussi permettre la réalisation des visées des organisations en termes d'efficacité ».

6. La stratégie entrepreneuriale: Le concept de « stratégie entrepreneuriale » résulte de la volonté de l'entreprise d'adopter une posture stratégique marquée par une forte disposition à la proactivité, à la prise de risque et à l'innovation ; une stratégie dite multidimensionnelle applicable pour tout le tissu d'entreprise d'un pays. Ainsi, la stratégie entrepreneuriale représente le point de jonction entre l'entrepreneuriat et le management stratégique, qui s'inscrivent dans la discipline scientifique des sciences de gestion. Les stratégies entrepreneuriales, connues également sous le nom de « Corporate Entrepreneurship », représentent l'ensemble des dimensions de l'innovation et de la prise de risque, ainsi que la détection d'opportunités d'affaires (VERSTRAETE, 2002). La stratégie entrepreneuriale renvoie principalement au concept d'innovation qui, selon la pensée schumpétérienne, est la clé de la compétitivité. Toutefois, l'innovation constitue un aspect essentiel des stratégies concurrentielles, dont elle peut établir ou au contraire mettre en cause la pérennité. C'est également l'une des voies de développement.

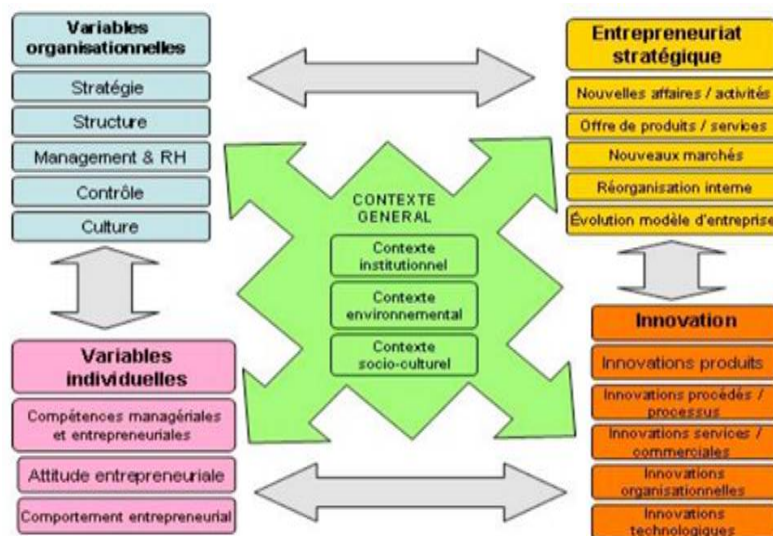
En effet, l'innovation et l'entrepreneuriat sont liés par le même souci de créativité, qu'il s'agisse d'élaborer de nouveaux produits, de nouveaux services, de nouveaux procédés ou de nouvelles organisations. Pour les entreprises privées confrontées à un environnement concurrentiel, l'innovation est souvent une condition de survie. De ce fait, il va sans dire que l'entrepreneur, qui apporte du nouveau, rencontre des difficultés relatives au manque d'informations à titre d'exemple, puisqu'il est censé deviner et faire preuve de créativité afin de détruire de vieux éléments et de les remplacer par des éléments nouveaux (VERSTRAETE, 2002). Outre l'innovation, les prescripteurs du déploiement des stratégies entrepreneuriales recommandent le développement de la créativité et l'exploitation des opportunités d'affaires, en se forgeant une vision claire pour en tirer de la valeur. Précisons que la créativité qui est l'origine de l'innovation est l'un des facteurs majeurs de réussite des organisations déployant des stratégies entrepreneuriales (VERSTRAETE, 2002).

Le deuxième point relatif au « corporate entrepreneurship » ou à la stratégie entrepreneuriale se résume dans l'exploitation d'opportunités d'affaires, qui sont fournis grâce au déséquilibre résultant du nouveau type de compétition, nous citons la vitesse du changement technologique ou encore l'ouverture des frontières due à la mondialisation (Hitt, octobre 2000). De ce fait, l'entreprise se doit de construire et de détecter des opportunités afin de prendre un avantage compétitif sur les autres (ABOUSAID & ANGADE, April 2019). Pour garder cet avantage, (VERSTRAETE, 2002) prétend qu'une firme innovante a la capacité de créer en trouvant de nouvelles idées, d'innover en transformant ces idées en nouvelles combinaisons et enfin d'entreprendre en activant ces combinaisons et en saisissant les opportunités d'affaire créées. En somme, ce qui compose l'ensemble d'actions du « corporate entrepreneurship » se traduit par le fait de pénétrer des opportunités non encore exploitées, d'une

part (GUEGUEN, 2004). D'autre part, le degré de proactivité dans le choix du marché est tout aussi important que la volonté d'innover et de créer de nouvelles offres (ABOUSAID & ANGADE, Avril 2019). (BARRINGER & BLUEDORN, 1999) résumant ces trois composantes du « corporate entrepreneurship » - à savoir la prise de risque, l'innovation et la proactivité – dans un continuum conceptuel où s'inscrivent toutes les entreprises, qui varient de très conservatrices à très entrepreneuriales.

6.1. Les dimensions de l'entrepreneuriat stratégique: Les différentes caractéristiques de l'organisation entrepreneuriale ont été analysées par de nombreux auteurs (Kuratko, 1993). Les dimensions qui nous sont apparues essentielles ont été regroupées autour de trois niveaux d'analyse : le contexte général externe à l'entreprise, les dimensions organisationnelles et les dimensions individuelles (voir figure N0 03) (Alvarez, 2012).

Figure 03: L'entrepreneuriat stratégique : cadre conceptuel



Source :(Alvarez, 2012)

- **L'environnement général de l'entreprise :** Un nombre important de variables extérieures sont susceptibles d'influencer l'évolution d'une entreprise. En effet ; ces variables externes peuvent engendrer d'importants effets directs ou modérateurs sur l'entrepreneuriat (Chirita M.-G., 2008), Ces éléments extérieurs constituent son environnement. Chaque élément a un effet plus ou moins direct et plus ou moins important sur l'activité économique et sur l'entreprise. Cet environnement contient trois axes à savoir : l'environnement socio-culturel ; l'environnement institutionnel et l'environnement économique.
- **Les dimensions organisationnelles de l'Entrepreneuriat Stratégique:** Le processus d'élaboration des stratégies entrepreneuriales nécessite de concevoir un contexte organisationnel favorisant l'émergence autonome d'initiatives entrepreneuriales, ce qui exige la création de structures et de cultures qui facilitent le comportement entrepreneurial (Chirita M.-G., 2008). Une stratégie basée sur l'innovation doit ainsi faire appel au contexte organisationnel, cette dernière influe sur le comportement des managers, sur l'organisation, et sur l'innovation .

- **Les dimensions individuelles de l'entrepreneuriat stratégique : action et intentions du dirigeant:**
L'innovation se trouve donc directement impactée par le niveau individuel et le comportement des managers (Viala C., 2010). Les variables individuelles généralement retenues sont la capacité d'identifier de nouvelles opportunités de développement, la discipline en ce qui concerne ses modalités d'actions collectives, la créativité dans la gestion de ressources limitées, le sens politique (A., 2009), la vision stratégique de l'entreprise, l'innovation, la prise de risque, l'esprit proactif (Chirita M.-G., 2008).

7. Performance entrepreneuriale

« Le concept de performance, multiforme et apparaissant sans cesse sous un nouveau jour dans les sciences de gestion, l'est tout autant dans le domaine qui nous intéresse ici » (Thierry. & Bertrand, 2006) La performance est par définition « exploit ou réussite remarquable en un domaine quelconque : Faire un tel travail en si peu de temps » et le « Résultat obtenu dans un domaine précis par quelqu'un, une machine, un véhicule » (Le dictionnaire encyclopédique: Le grand usuel Larousse). Cette définition entoure la performance d'un périmètre très large, mais qui peut être simplifié en un bon résultat. Dans l'entreprise, cette définition nous ramène aux chiffres d'affaires et au bénéfice. En effet, Lorsque l'entreprise dépasse un certain nombre d'années, ça peut être considéré comme critère de performance. Elle a pu dépasser les problèmes de démarrage (la littérature considère que la période de démarrage se termine après trois années (Thierry. & Bertrand, 2006) , entrer dans le marché et écouler ses produits. C'est dans ce sens que la pérennité et la survie de l'entreprise créée impliquent un côté de la performance. Les caractéristiques environnementales sont fondamentales pour la survie de l'entreprise, de même l'adaptation de l'entreprise avec son environnement.

En parlant de la croissance, il faut prendre en considération si elle n'est pas due au marché, au contexte, au type d'activité,... Elle doit être recherchée et visée par l'entrepreneur ainsi que l'entreprise et non pas imposée par l'entourage (Thierry. & Bertrand, 2006). La réussite de l'entreprise est le concept le plus proche de la performance. Une entreprise performante va réussir, une entreprise en état de succès n'est pas obligatoirement performante. La réussite est un élément valable à court terme et la performance assure la vision à long terme. En outre, la performance a un aspect plus général que le succès, la pérennité et la croissance. Elle les englobe (MHENNI, 2011).

8. Conclusion:

Ce travail est consacré au sujet de l'entrepreneuriat, tout d'abord, nous avons abordé les différents paradigmes qui ont traité l'entrepreneuriat depuis son apparition après les crises économiques jusqu'à nos jours ou les modèles de l'entrepreneuriat sont tributaires du contexte. Ainsi que la définition de l'entrepreneur qui prends en considération plusieurs qualités qui font de lui une personne exceptionnelle. Dans un premier temps, nous avons consacré un coin pour positionner le concept de compétence qui possède une multitude de définitions, cette multitude peut être expliquée parfois par une divergence des intérêts des études, ensuite nous avons classé les différentes typologies des compétences ; les compétences de l'entrepreneur comme un ensemble de compétences techniques du métier, de compétences entrepreneuriales et de compétences managériales (Chandler et Janssen, 1992) ; des dirigeants afin de valider l'idée de sa polyvalence.

Dans un deuxième temps, nous nous sommes concentré sur l'évaluation des compétences entrepreneuriales ainsi que les différentes méthodes d'évaluation, parmi elles nous avons retenus celle de l'auto-évaluation, elle fait référence à l'évaluation formative, qui permet mieux évalué la compétence des dirigeants, et pour faciliter la démarche d'évaluation un référentiel qui représente une cible de performance sera utile, le référentiel est qualifié comme outil de mesure des compétences, pour une parfaite assimilation nous avons élaboré un référentiel de compétences entrepreneuriales propre à nous. Finalement, dans la dernière partie nous avons mis l'accent sur la stratégie entrepreneuriale idéale que l'entrepreneur doit choisir en combinant une batterie de choix stratégiques tels que l'innovation et la prise de risque pour assurer sa réussite

9. Bibliographie

1. A., B. O. (2009). L'entrepreneuriat organisationnel: enjeux et perspectives . Revue Française de Gestion, N 195, 87-91.
2. ABOUSAID, F.-Z., & ANGADE, K. (April 2019). Les stratégies entrepreneuriales: une étude exploratoire auprès des entreprises marocaines . Internatinal Journal of Innovation and Applied Studies.
3. Alvarez, F. (2012). Entrepreneuriat stratégique et innovation organisationnelle dans la petite entreprise: étude de cas et addaptation conceptuelle . II éme coférence internationale la resposabilité sociale des entreprises . Maroc.
4. Antoine, M. D. (2006). faut-il bruler la gestion des compétences? Une exploitation des pratiques en entreprise. de boeck Université.
5. Ardichvili, A. A. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development . Journal of business venturing , 105-123.
6. Balicco, C. (1997). Les méthodes d'évaluation en ressources humaines . Ed.D'organisation . Paris.
7. BARRINGER, B., & BLUEDORN, A. (1999). The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management . Strategic Management journal , 421-444.
8. Baunol, W. (1993). Formal entrepreneurship theory in economics: existence and bounds. Journal of Business Venturing, 197-210.
9. Belanger, I. (1988). Gestion stratégique des ressources humaines . g.Morin.
10. Belley. (1994). Les milieux incubateurs. Québec: rapport inédit, Fondation de l'entrepreneurship.

11. Blandin P., T. O. (2002). Un cas d'entrepreneuriat comparé France-Etats-Unis: l'affaire Moudavi . 2^{ème} Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat , (pp. 57-75). Bordeaux.
12. Boterf, g. (2002). Développer la compétence des professionnels. Ed. d'organisation.
13. Bouslikhan, A. (2011). Enseignement de l'entrepreneuriat: pour un regard paradigmatique autour du processus entrepreneurial. Thèse de doctorat en sciences de gestion. Université de Nancy 2.
14. Cardinet, J. (1994). Des modèles d'évaluation institutionnelle. colloque de l'Amde, évaluation et fonctionnement des systèmes de formation prépublication . Genève.
15. Cazal, D., & Dietrich, A. (2003). Compétences et savoirs: quels concepts pour quelles Instrumentations? gestion des compétences: des instruments aux processus. Paris: Vuibert.
16. Chandler, G. n., & Jansen, e. (1992). The Founder's self-assessed competence and venture performance . Journal of Business venturing , 223.
17. Chirita M.-G., J. O. (2008, Décembre). Intrapreneuriat et entrepreneuriat organisationnel. Examen de la documentation 1996-2006. Hec Montréal, France.
18. Claret, N. B. (2005). L'évaluation: un élément clef du dispositif d'accompagnement des projets incubés . 4^e congré de l'académie de l'entrepreneuriat . Paris.
19. Cook, m. (1988). The relationship between automation and descriptive standards . Paper presented at the UNESCO/ICA invitational meeting of experts on description standards Ottawa, Canada.
20. Dehem, R. (1984). Histoire de la pensée économique. Paris: Dunod, Paris.
21. Fillion, & L.J. (1988). The strategy of Successful entrepreneurs in Small Business: Vision, Relationships and Anticipatory Learning. Grande- Bretagne, University de Lancaster.
22. Fillion, L. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. Revue internationale PME , Vol10, N2.
23. Gilbert, P. (2006). La compétence: concept nomade, significations fixes, . Psychologie du travail et des organisations , (pp. 67-77.)
24. Goglio, K. (2005). L'entrepreneur porteur de fausses représentations chez J-B. Say. les problèmes Economiques, 33-39.
25. GUEGUEN,G.(2004).Economie de linformation et stratégie entrepreneuriale.3eme congrés de l'Académie de l'Entrepreneuriat.France, Montpellier.
26. Hadji, C. (2001). Les voies de l'évaluation in éduquer et former. Paris: sciences humaines.
27. Hamel, & g., P. c. (1990). The core competence of the corporation. Harvard business review, 79-91.
28. Herron, L. a., & Robinson, r. b. (1993). A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance . Journal of Business venturing , 281-294.
29. Hitt, L. M. (octobre 2000). Beyond computation: Information Technology, Organizational Transformation and Business Performance . journal of Economic Perspectives , 14(4.)
30. Julien P.A., M. M. (1996). L'entrepreneuriat . Paris : Economica.
31. Julien, P., & Marchesnay, M. (1988). La petite entreprise: principes d'économie et de gestion . Vuibert.
32. Kuratko,D.H.(1993). Implementing Entrepreneurial Thinking in Established Organizations . SAM Advanced Management Journal,58, 28-33.
33. Leplat, J. (1997). Regards sur l'activité en situation de travail : contribution à la psychologie ergonomique . presses universitaires . France.

34. Levy-Leboyer, C. (1990). évaluation du personnel, quelles méthodes choisir? . Paris:les éditions d'organisation.
35. Lorrain, J. B. (1998). Les compétences des entrepreneurs: élaboration et validation d'un questionnaire(qce) . 4e congrès international francophone sur la pme . Nancy.
36. M.J., A., & Sclunitt, C. (2008). Quelles perspectives le paradigme des sciences de l'artificiel offre-t-il à la recherche en entrepreneuriat? Colloué CIFEPME. Louvain-la-Neuve.
37. Mc Cormick, e., & Tiffin, J. (1974). Industrial psychology: 6th ed. englewood cliffs: prentice-hall.
38. MHENNI, F. (2011). Motivations entrepreneuriales et performance. Université de Bretagne Occidentale.
39. Mira-Bounnardel, S. (2000). Pour un management conjoint des connaissances et des compétences . 9eme conférence de l'association internationale de management stratégiques . Montpellier.
40. Moulinier, R. (2002). L'évaluation du personnel: Chiron.
41. Pettersen, N., & Jacob, R. (1992). Comprendre le comportement de l'individu au travail: un schéma d'intégration,. les éditions agence d'arc, Ottawa.
42. Ravasi, D., & Turati, C. (2005). Exploring entrepreneurial learning: a comparative study of technology development projects . Journal of business venturing , 137-164.
43. Saint-Onge, S. (1999). Rémunération des compétences: ou en sommes-nous? revue internationale de gestion , 24-33.
44. Schumpeter, J. (1928). The instability of capitalism . The economic journal , 379.
45. Tarondeau, J.-C. (1998). Le management des savoirs . presses universitaires de France.
46. Thierry., V., & Bertrand, S. (2006). Création d'entreprise et entrepreneuriat . ADREG.
47. Thomas, K. W. (1992). Conflict and negotiation processes in organizations psychologists press, . handbook of industrial and organizational psychology.
48. Tremblay, M., & Sire, b. (1999). Rémunérer les compétences plutôt que l'activité ? Revue française de gestion , 129-139.
49. VERSTRAETE, T. (2002). Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche . les Editions de l'ADREG.
50. Viala C., e. ,-.]. (2010). Mise en oeuvre de la dynamique d'innovation interpreneuriale. communication aux 3ème Journées Georges Doriot, 4-5 mars. Cean, France.

منشورات مخبر إدارة أعمال المؤسسات الاقتصادية المستدامة



الطبعة 2023-2024



ISBN: 978-9931-864-14-1