

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 غيرت 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 التحول 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 لحدثة 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: التأسيس 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

- التأسيس 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 توجيهها 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	دور مداخل التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح في نجاح المنظمات الريادية	آية محمد راضي محمد الادهم رنان راضية	18-07
02	دور الجامعة التحفيزي لدعم ريادة الأعمال للطلبة الجامعيين - دراسة حالة طلبة جامعة الشاذلي بن جديد -	بوسيف سيد أحمد خليفة عزي	28-19
03	دور براءات الاختراع في تحقيق ريادة الأعمال في مجال تنافسية المنظمات في الجزائر	صالحة لعمرى نبيلة أقوجيل	38-29
04	حاضنات الأعمال كآلية فعالة لدعم رواد الأعمال – تجربة الولايات المتحدة الأمريكية –	براهيمي أسية بوري صراح	50-39
05	مساهمة التنوع المعرفي في تطوير مجال ريادة الأعمال	عبد اللاوي سيد احمد بوزيد مروان	68-51
06	آليات ريادة الأعمال في المنظمات	هيبية سكري شهرزاد مناصر	78-69
07	دور تكنولوجيات التدقيق الرائدة بالاعتماد على ثنائية الإبداع والابتكار في التأسيس لاقتصاد المعرفة	تبرقاوي نبيلة نهلة بن حواس كريمة	90-79
08	دور التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية	عمر مليك لطيفة بكوش	100-91
09	مفهوم ريادة الأعمال ودورها في تطوير أداء المنظمات	ايططاحين غانية مولاي علي زهرة	110-101
10	اقتصاد المعرفة التوجه الجديد لريادة الأعمال في الوطن العربي - الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية أنموذجا -	عبد القادر شيباني منير لواج محمد الأمين دلهوم	122-111
11	استراتيجيات ريادة الأعمال وتحديات أهداف التنمية الشاملة	سمية دندوقي	134-123
12	مستقبل المورد البشري في عصر الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة مؤسسات تسيير النفايات	حداد أمنة حقاين فوزية	146-135
13	دور الجامعة الريادية في تبني ونشر ثقافة ريادة الأعمال -مع الإشارة إلى بعض التجارب الدولية الناجحة	جمال غوار بوصبيح العائش ربيع	158-147
14	رأس المال غير المادي كرافعة لريادة الأعمال -أدلة من مؤسسات تعليم اللغات والدعم بولاية معسكر -	قادة عافية داتو عماد سعيد	166-159
15	أثر القيادة الخضراء في تعزيز الريادة المستدامة للمؤسسة الصناعية دراسة حالة مؤسسة: ملبنة الصومام	امير حذفاني طارق بن قسي	180-167
16	دور ريادة الأعمال في نجاح مشروعات الأعمال - تحليل تجربة المملكة العربية السعودية على ضوء تقرير مرصد ريادة الأعمال العالمي 2022 -	بن عزة هشام عامارة محمد العيد أحمد نسيب	198-181

رقم	عنوان المداخلة	أسماء الباحثين	الصفحة
17	دور القيادة الريادية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة لدى المؤسسات الناشئة	باتول نهائي فاطمة حساني	206-199
18	التجربة الإماراتية في دعم ريادة الأعمال بالمنظمات	وهيبة عيساوي	216-207
19	رامج تعليم ريادة الأعمال مدخل لتحقيق الجامعة الريادية -رؤى لممارسات تطبيقية دولية -	حسين ترير محمد صالح	236-217
20	الوصول إلى ريادة الأعمال في المؤسسات ونماذج مقترحة لتجارب ريادة الأعمال في بعض دول العالم	حمدان زينب العكلي الجيلالي	252-237
21	التحول نحو ريادة الأعمال الرقمية ودورها في تطوير تنافسية المؤسسات الاقتصادية	رشام كهينة لصاق حيزية	272-253
22	مساهمة ريادة الاعمال في المنظمات في تحقيق التميز - التجربة الإماراتية الناجحة كأنموذج-	طوبهر طه مداني	288-273
23	دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة حالة شركة التامين الجزائرية	بلحوت كوثر بن تريح بن تريح	300-289
24	أهمية استراتيجيات ريادة الأعمال في المنظمات ومتطلباتها في ظل التحديات المعاصرة	ليليا سلام خالد أحميمة	312-301
25	دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل اقتصاد المعرفة: التجربة التركية	مراد مرمي محمد بوقروة	330-313
26	العوامل والتجارب الدولية التي أدت إلى النهوض بريادة الأعمال في منظمات الأعمال	ملال محمد رابعي بوعبد الله	344-331
27	دور الجامعة في تعزيز التوجه الريادي في ظل التحول المعرفي والرقمي	تيمجفدين نور الدين تيمجفدين فيروز	360-345
28	آليات دعم وتطوير ريادة الأعمال في سلطنة عمان - صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إنماء نموذجاً -	بن براهيم فارس بايع راسو حنان حمادي وليد	370-361
29	دور ريادة الأعمال في تحسين الأداء المالي للمنظمات	عباس ديدة صلاح الدين كمرشو علي طالب	384-371
30	ريادة الأعمال في الإمارات العربية المتحدة: دراسة البيئة الريادية وعوامل النجاح	تقوى قمادي فاطمة علاق	402-385
31	بيئة والدور الاقتصادي لريادة الأعمال	فايزة بلعابد خثير شين	418-403
32	The Impact of Entrepreneurial Strategy on Apple's Competitive Advantage	Habchi Asma Hebchi Chaima	433-419
33	Exports in creative services: The World between 2010 and 2020	Nassira AOUDIA	442-434
34	La perception de futurs diplômés dans la création de startup lors d'un exercice de simulation d'entreprise au niveau de l'Ecole Supérieure de commerce/ Koléa une sorte de processus d'incubation	BAKACHE Khayra BERREZIGA Amina	460-443

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 بعدا 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 إلى 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

دور مداخل التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح في نجاح المنظمات الريادية

The role of industrial design approaches in open innovation in the progress of entrepreneurial organization

آية محمد راضي محمد الادهم¹، رنان راضية²

¹ قسم التصميم الصناعي، كلية الفنون التطبيقية – جامعة دمياط- مصر

² كلية العلوم الاقتصادية والتجارية علوم للتسير، جامعة الجزائر3- الجزائر

ملخص: تناولت الدراسة دور مداخل تصميم صناعي في ظل الابداع المفتوح لتحقيق نجاح زيادة المنظمات الريادية وذلك من خلال توضيح لأهمية الابداع المفتوح كأسلوب جديد تم تبنيه من قبل شركات الكبرى العالمية، وذلك للعمل على تحقيق الأهداف الاستراتيجية وهي النمو والاستمرارية وتعظيم الثروة، وقد توصلنا من خلال الدراسة إلى نتائج وهي أن التصميم الصناعي من خلال مداخله المختلفة يلعب دورا جوهريا في تحقيق أهداف المنظمات الريادة وكذلك تقليل التكاليف والمشاركة في المخاطر والسرعة في تنفيذ الصناعة الابتكارية وهذا ما جعل الشركات الكبرى عالمية تحقق مداخل خيالية في زمن قصير، كما توصلنا أن تطبيق الابداع المفتوح يساهم بشكل كبير في تحقيق نجاح المنظمات الريادية من خلال تبادل الأفكار وانتقال المعرفة وشراء براءات الاختراع.

الكلمات المفتاحية: التصميم الصناعي؛ التصميم المتزامن؛ الابداع المفتوح؛ زيادة الأعمال؛ المنظمات الريادة.

Abstract: The research dealt with the role of industrial design approaches in the light of open creativity in achieving the progress of entrepreneurial organizations, through an explanation of the importance of open innovation as a new method that was adopted by major international companies, in order to achieve the strategic goals, which are growth, continuity and Wealth increase. Through the research, we concluded that industrial design through its various approaches has a fundamental role in achieving the goals of leading organizations in reducing costs, participating in risks, and speeding up the implementation of the innovative industry. We also found that concurrent design, which depends on joint creativity, contributes greatly to achieving the progress of entrepreneurial organizations through the exchange of ideas, the transfer of knowledge and the purchase of patents.

Keywords: Industrial Design; Concurrent Design; Open Innovation; Entrepreneurial; Entrepreneurial organization.

يشهد العالم في الوقت الراهن تطور كبير في أساليب الاتصال الحديثة الذي أصبح من خلاله العالم قرية صغيرة مما يتيح الفرصة لاختيار المستهلك في أي مكان في العالم للمنتجات التي تتناسب وحاجته وذوقه؛ مما أدى إلى خلق منافسة شديدة بين الشركات وظهور مفهوم جديد للشراكة وهو الشركات العابرة للقارات حيث أصبحت تنظر إلى المستهلك على أنه محور التفكير الأساسي لتطوير منتجاته بل وإشراكه في التصميم واختيار منتجه بنفسه مما نتج عنه تطور هائل في تصميم المنتجات وما نواجهه اليوم من التحديات والمنافسات في سوق العالمية، لذلك فإن السبيل اللي مواكبة تلك التطورات في عملية التصميم والتصنيع المنتجات هو التطبيق منهجيات جديدة متطورة بل البحث الدائم عن الابداع والابتكار في إدارة الشركات وتطوير أساليب الإدارة والانتاج.

وبفضل التطورات السريعة والمتغيرات غير المتوقعة في التكنولوجيا وأساليب إدارة الأعمال من خلال التصميم الصناعي بات من الضروري البحث على كيفية تطوير المنتج من خلال أداء المهام بطريقه متوازية والتركيز المبتكر على كل جوانب عملية تطوير المنتج وتحسين توزيع موارد الشركة في عملية التصميم والتطوير وذلك بفرض تغييرات كبيرة داخل المنظمة والشركات والتعاون بين الافراد والادارات بعضها البعض، وتكرس الشركة تنفيذ مداخل التصميم الصناعي على المدى الطويل من خلال تقييم ومراجعة مستمرة لعملية التصميم والتطوير وسرعة الاستجابة لرغبات العملاء تم اتباع منهجية الابداع المفتوح والذي من خلاله تبحث الشركات عن مصادر خارجية للابتكار مثل العملاء والوكالات الخارجية وبراءات الاختراع المنشورة؛ والذي بدوره يؤدي الي زيادة جودة المنتج وتنوعه وأيضا تقصير الوقت الذي يستغرقه طرح المنتجات الجديدة في السوق من هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية: ماهو دور مداخل التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح في نجاح المنظمات الريادية؟

1.1. أهمية البحث: تظهر اهمية البحث من خلال عدة نقاط منها:

- الاستفادة من الابداع المفتوح بالنسبة للمصممين الصناعيين والشركات والمنظمات؛
- اكتساب المصمم الصناعي مهارات التفاعل كأحد الأطراف في منظومة الانتاج العالمية؛
- إبراز دور مداخل التصميم الصناعي في نجاح المنظمات الريادية.

2.1. هدف البحث:

- إبراز دور التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح في نجاح ريادة الاعمال؛
- توضيح أهمية الابداع المفتوح في تحقيق جودة المنتجات الصناعية وتقليل تكاليف الانتاج والتركيز المبتكر على كل جوانب عملية تطوير المنتج؛
- نجاح ريادة الاعمال يعتمد على التركيز على تبني استراتيجيات تحقق المتابعة والمراجعة المستمرة لعمليات التصميم والتطوير في إطار التعاون على الابداع والابتكار.

3.1. فروض البحث: إن نجاح ريادة الاعمال يعتمد على التركيز على الاستفادة من مداخل التصميم الصناعي والتطوير والمتابعة المستمرة لكل ما هو جديد من استراتيجيات الابداع والابتكار مما يؤدي إلي زيادة قدرتها على مواجهة التحديات التكنولوجية المختلفة ومواكبة التطور العالمي، تطبيق الابداع المفتوح يؤدي زيادة قدرة المنظمات الريادية على مواجهة التحديات التكنولوجية المختلفة لمواكبة التطور العالمي وتجاوز العقبات المختلفة.

4.1. منهج البحث: انطلاق من نموذج الدراسة والاجابه الاشكاليته يتم اعتماد منهج الوصفي الذي يتلائم مع طبيعه الموضوع من خلال وقوف على المفاهيم الخاصه بمتغيراتها بالاضافه الى المنهج التحليلي لتوضيح العلاقة التي تربط بين ابعاد كل منها وذلك بالاعتماد على أحدث المراجع.

المحور الأول: الإطار المفاهيمي للابداع والابداع المفتوح:

إن الابداع في المؤسسات لم يعد أمرا كماليا بل أصبح أمرا ضروريا لابد منه، إذا أرادت المؤسسة أن تسعى الى تحقيق أهدافها الاستراتيجية وهي النمو والاستمراريه وتعظيم الثروة.

1.2. تعريف الابداع:

- تعريف اوسلو (OSLO)¹: هو خلق أو تحسين كبير في منتج أو عملية وطريقة تسويقية جديدة أو طريقة تنظيمية جديدة في الممارسات التجارية، والتنظيم مع العمل أو العلاقات الخارجية.

- تعريف (Drucker)²: يعرف الابداع بأنه التطوير المستمر للقديم من خلال الجديد، بهدف تقديم بعض الأشياء التي تكون أفضل.

2.2. الابداع في المنظمات:

هو إنتاج الابداع والابتكار الذي تتوصل اليه أكثر من فريق، ويظهر جليا في المؤسسات الصغيره حيث يكون فريق العمل قريب بعضه من البعض مما يسهل الاتصال وتبادل المعلومات والاشترك في الخبرات المتعدده للوصول إلى حلول ابداعية.

3.2. ماهية الابداع المفتوح:

إن ظهور مفهوم الإبداع المفتوح جاء نتيجة لمساهمة البروفسور (Henry Chesbrough)، والذي عرفه على أنه استخدام تدفقات هادفة وخارجية من المعرفة لتسريع عملية الإبداع الداخلي، وتوسيع الأسواق للاستخدام الخارجي من الإبداع. أي تستخدم المؤسسة الأفكار الخارجية والداخلية فضلا عن مسارات داخلية وخارجية إلى السوق في سعيها لتطوير تقنياتها³، من هذا التعريف يتضح مفهوم الابداع المفتوح الذي يعبر عن العلاقة بين المؤسسة وبيئتها الخارجية التي أصبحت أكثر انفتاحا ويمكن بسهولة نقل الابداعات للداخل والخارج؛ ان عالم المعرفة الموزعة على نطاق واسع لا تستطيع الشركات الاعتماد كليا على أبحاثها الخاصة، ولكن يجب عليها بدلا من ذلك الشراء أو ترخيص العمليات أو براءات الاختراع من شركات أخرى. هذا ما يسمى الابتكار المفتوح الداخلي، بالإضافة إلى ذلك يجب أن تؤخذ الاختراعات الداخلية التي لا تستخدم في أعمال الشركة خارج الشركة. على سبيل المثال من خلال الترخيص أو المشاريع المشتركة أو الشركات المنبثقة. وهذا ما يسمى الابتكار المفتوح الخارجي.

4.2. الاتجاهات الاساسية للإبداع المفتوح كخيار استراتيجي:⁴

- زيادة التفاعلات بين الافراد والمجموعات حول العالم يؤدي الى التوليد طلب جديد وأكثر تنوع سواء للسلع والخدمات والتجارب وهو ما يعتبر دافع مهم نحو الابداع المفتوح؛
- تساعد تطورات التكنولوجيا السريعة. المبتكرين على التواصل فيما بينهم سريعا ومن اي مكان مما يسهل ويزيد التعاون في انتاج السلع والخدمات والتوزيعات؛
- تحتاج مؤسسات الى المزيد من الافكار المتنوعه لمواجهة المنافسة العالمية المتزايدة ومعايير تخفيض التكلفة تواجه مؤسسات بانواعها هذا الضغط المتزايد مما يجعل من الفتح عمليه الابتكار امرا له جاذبية؛
- مواجهه عدم التاكيد الذي يميز الاسواق فقد نجحت المؤسسات في زيادة مبيعاتها بفضل استراتيجية الابداع المفتوح؛
- سهوله الوصول الى العماله وبانواعها سواء المدربه جيدا او تلك بالتكلفة المنخفضة في العديد من المواقع.

المحور الثاني: مداخل التصميم الصناعي

يعتبر التصميم أحد أعمدة الفنون التطبيقية ويعرف بأنه خطة منظمة ومتكاملة تساعد على حل مشكلة ما وتنظيم العلاقات لتحقيق هدف معين، ويعد التصميم بشكل عام بأنه تصور الأشياء وتخطيطها، حيث تشتمل هذه الأشياء على مختلف مجالات الحياة.⁵

1.3. التصميم الصناعي Industrial Design:

"إن التصميم الصناعي هو أحد أنواع التصميم والذي يعمل على تطور النواحي الاستخدامية والمظهر الخارجي والعمليات الهندسية والصناعية الى غير ذلك من الجوانب المرتبطة بالمنتج في علاقته بالإنسان والبيئة المحيطة به."
وللتصميم الصناعي العديد من التعريفات؛ ومن أهمها:

إن للتصميم الصناعي Industrial design هو عملية تخطيط وتطوير المنتجات والأنظمة، حيث يبتدع المصممون الصناعيون المنتجات لتؤدي وظائف محددة. ويجب أن تكون هذه المنتجات جذابة، وأن يكون استخدامها مأمونا أيضا، وموثوقا به، وأن تكون هذه الأشياء سهلة الحفظ، كما يجب أن يكون تصنيعها سهلا وغير مكلف. كما ينبغي للمصمم الصناعي أن يجمع بين المقدرة الفنية والمعرفة الهندسية ومعرفة التكلفة وخواص المواد وعمليات التصنيع وظروف التسويق.

ويمكن تعريف التصميم الصناعي في الألفية الثالثة بأنه "عمر الإنسان بالمتعة لحظة حصوله على الوظيفة رهن بأنسنة المنتج بالتفعيل الخلاق للعلاقة بينه وبين الإنسان بتصميم الإحساس به والعاطفة للإنسان وهو المصمم الصناعي." 6
أي وصول المستعمل لأقصى إحساس بالمتعة أثناء استعماله المنتج للحصول على الوظيفة المصمم من أجلها من خلال انسجام الإنسان مع المنتج.

❖ **مداخل التصميم الصناعي Industrial Design Approaches**: إن التصميم الصناعي له العديد من المداخل أهمها: التصميم المتزامن، التصميم التفاعلي، التصميم للإحساس، التصميم للعاطفة والتصميم المستقبلي والتفكير التصميمي، سوف نتناول من تلك المداخل في البحث (التصميم المتزامن والتصميم التفاعلي والتفكير التصميمي) لأهميتهم ودورهم البارز في نجاح الشركات والمنظمات.

❖ **التصميم المتزامن Concurrent Design⁷**: إن لمنهج التصميم المتزامن السبق في سرعة الاستجابة لرغبات العملاء، فحل محل عملية تطوير المنتج المتتالية بأداء المهام بطريقة متوازنة والتركيز المبكر على كل جوانب عملية تطوير المنتج، وتحسين توزيع موارد الشركة في عملية التصميم والتطوير وذلك بفرض تغييرات كبيرة داخل المنظمات والشركات، والتأكيد على التعاون بين الأفراد والجماعات والادارات بعضها البعض⁸، وتكرس الشركة تنفيذ منهج التصميم المتزامن على المدى الطويل من خلال التقييم والمراجعة المستمرة لعملية التصميم والتطوير، واهتم العديد من الباحثين والدارسين والمنظمات بتقديم تعريف واضح لمفهوم التصميم المتزامن، وذلك من خلال الاتجاهات التالية: (الاتجاه الأول وهو التزامن في أداء المهام - الاتجاه الثاني وهو الاعتماد على فرق العمل متعددة التخصصات - الاتجاه الثالث: اتجاه مشترك بين التزامن والاعتماد على فرق العمل متعددة التخصصات)⁹.

ويعرف الباحث التصميم المتزامن بأنه منهج منظم لتطوير المنتج بطريقة متوازنة كبديل للعمليات المتتالية لتطوير المنتج بما يحقق المشاركة والاستجابة لتوقعات العملاء، ويجسد قيم فريق التصميم متقبلا جميع وجهات النظر من بداية دورة حياة المنتج (مثل: التصميم، التسويق، الانتاج، التصنيع، التمويل)؛ لتحسين جودة المنتجات، خفض تكاليفها وسرعة وصولها للأسواق."

❖ **التصميم التفاعلي:** Interactive design¹⁰: التصميم التفاعلي وجد كتصميم للسلوك الإنساني، ومرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالجوانب الإنسانية، التقنية والجمالية وهو كفرع معرفة يقدم تعريف لسلوك المستخدمين والبيئات والنظم (ومنها المنتجات) وبذلك فهو يهتم بشكل المنتج في علاقته بسلوك المستعمل واستخدامه، واستيعاب وإدراك المستعمل للمنتج من أول وهله، وتوقع أسلوب التعامل السليم معه، وكيفية تحقيق الوظيفة، وتوقع كيفية أن استخدام المنتج سوف يؤثر على فهم الإنسان¹¹، وإيجاد الحوار بين المنتجات والناس والسياق (الفيزيقي، الثقافي، التاريخي).

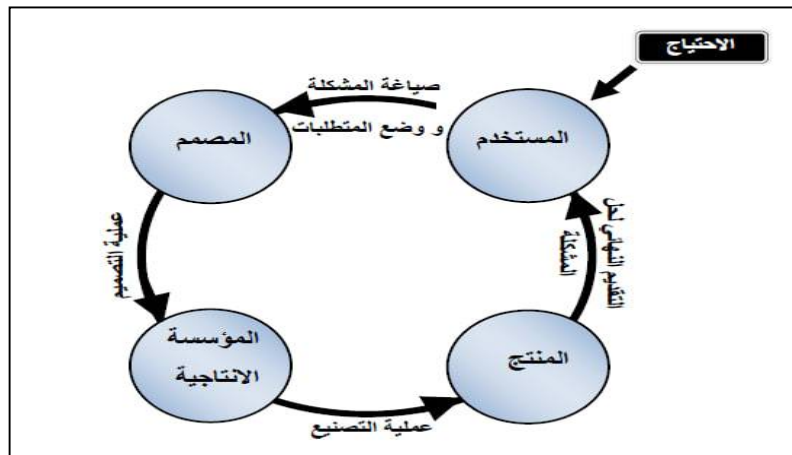
❖ **التفكير التصميمي:** Design Thinking إن التفكير التصميمي هو منهجية تصميم تقدم نهجاً يهدف إلى حل المشكلات، وهو مفيد جداً في معالجة المشكلات المعقدة غير المحددة أو غير المعروفة. من خلال فهم الاحتياجات البشرية المعنية وإعادة صياغة المشكلة بأسلوب يتمحور حول الإنسان، وعبر المجيء بالعديد من الأفكار في جلسات العصف الذهني وتبني نهج عملي في عملية بناء النماذج الأولية واختبارها¹².

ويتمحور التفكير التصميمي حول خمس مراحل أساسية وهي (التعاطف - تحديد المشكلة - توليد الأفكار - بناء النماذج الأولية - الاختبار) والتي ستتمكن أي شخص من تطبيقها من أجل حل المشكلات المعقدة التي تحدث من حولنا، أو داخل الشركات.

2.3. منظومة نشاط التصميم الصناعي:

تتكون منظومة التصميم الصناعي من مجموعة عناصر كما بالشكل (1) ولكل عنصر من تلك العناصر المكونة في شكلها العام لمنظومة التصميم جوانب مؤثرة فيه وعلاقات تفاعلية مع باقي عناصر المنظومة وكذلك مع بعض العوامل والعناصر الخارجية التي تؤثر في النشاط، إن القاعدة الأساسية التي يركز عليها المصمم لضمان نجاح عمله هي تحديد احتياجات العملاء والمستخدمين وفهمها وصياغتها في صورة متطلبات ومواصفات قابلة للقياس، فهي بمثابة المشكلة الخاصة بنشاط المصمم والتي يسعى إلى حلها وقد تكون نابعة من المستخدم أو من أبحاث احتياجات السوق ودراسة المستخدمين¹³.

الشكل 1: العلاقة بين العناصر الأساسية المكونة لمنظومة نشاط التصميم الصناعي



المصدر: محمد فريد حسين أحمد، القدرات الإبداعية والأساليب التقنية لإنجاز مرحلة ابتكار تصورات التصميم، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2008،

ويقوم المصممون على التطوير الدائم للمنتج الصناعي مع مراعاة التفاعل بين المتغيرات ونظم البيئة وعمل سيناريوهات نشاط التصميم لتحديد الاحتياج المطلوب لتحسين الأداء وتقديم الحلول المناسبة له في صورة منتج أو خدمة¹⁴، ويعتبر المصمم الصناعي هو الشخص الذي يمتلك القدرة الإبداعية والمهارات المختلفة التي تجعله قادر على ترجمة رغبات واحتياجات المستخدم من خلال الأفكار التي يمكن تطبيقها في صورة منتج، وهو الصورة المجسدة لحل مشكلة التصميم المبنية على تلبية

احتياج المستخدم تجاه موقف أو أداء نشاط ما وهي المرحلة الابداعية التي تعتمد بشكل أساسي على المصمم الصناعي وما يستطيع أن ينجزه فيها سواء بشكل فردي أو داخل المؤسسات الانتاجية، وذلك من خلال تصميم أشكال جديدة للمنتجات تلقي قبولا تاما في الاسواق الداخلية والخارجية، تطوير المنتجات من خلال التحسين الأمثل للخامات وتطوير اجزاء المكونات، وضع مخطط وبرامج زمنية تحقق تطوير المنتج وتحقق استمرارية وفاعلية المنافسة، مراقبة التصميمات في مراحلها المختلفة للتأكد من مطابقتها لاحتياجات ومتطلبات العملاء والمستخدمين.

3.3. أثر الابداع المفتوح على منتجات التصميم الصناعي:

- تتميز المنتجات الحديثة عن المنتجات التقليدية القديمة ببساطة تصميماتها، دقة أدائها، تعدد فترات تغييرها، تفهم المستخدم لهذا المنتج بسهولة، الاعتمادية عليها في الأداء؛
- وقد تم إيجاد دور جديد للمصمم الصناعي في مساعدة المستخدم على كسر الحاجز النفسي من تعلم واستخدام المنتجات التكنولوجية؛
- استخدام الحد الأدنى من الاجزاء في التصميم والبعد بقدر المستطاع عن استخدام المكونات المعقدة؛
- الاهتمام بالجودة واستخدام الخامات الذكية في تلك المنتجات؛
- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى الي تطوير وتحسين المواصفات المؤثرة على اداء المنتج النهائي؛
- تقليل استهلاك الطاقة أو تلوث البيئة أو أخطار التداول وصعوبته؛
- التركيز على احتياجات المستخدم وتلبيتها على الوجه الأكمل؛
- تحسين جودة المنتج والتقليل من الاعطال الممكن حدوثها وتقليل التكلفة أيضا؛
- التطوير المستمر للمنتجات فلم يعد هناك حد للتصميم، فالمنتج الآن لا يتوقف تطوره عند حد معين فكل دقيقة يخرج الجديد والجديد؛
- الاستخدام خامات صديقة للبيئة، تقليل الضوضاء الناتجة عن بعض المنتجات.

المحور الثالث: المنظمات الريادية وعلاقتها بالابداع المفتوح

يعتبر مصطلح ريادة الأعمال مصطلح قديم ولكن تم التعامل به في ظل التحولات الراهنة فظهر في أدبيات إدارة الأعمال.

1.4. ماهية ريادة الأعمال:

- تعريف Dollinger: هي عملية إنشاء المنظمة الاقتصادية المبتكرة او شبكه المنظمات الهادفه الى الربح او النمو والعامله ضمن ظروف المخاطرة وحاله عدم التاكيد.¹⁵

- تعريف Hisrich:¹⁶ هي عملية خلق وتوليد شيء جديد القيمة من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين وافترض المخاطر والمالية والنفسية والاجتماعية المرافقة لها وكذلك حالة لا تاكد واستلام المكافآت المالية والنفسية كنتيجة لهذه العملية.

2.4. أبعاد ريادة الأعمال:¹⁷

أبعاد ريادة الأعمال حسب (Mintzberg 1973): تم تحديدها في اربع أبعاد لريادة الأعمال الإبداعية تتمثل في مايلي:

- الإجراءات الاستباقية: تشير قدرة المؤسسة على مواجهة الظروف المحتملة والتفوق على المنافسين من خلال تهيئة العاملين فيها واستخدام الموارد بطريقة كفؤة، ودراسة السوق وعوامله مما يتيح لها القدرة التحكم في القدرة التنافسية، وهي تعتمد على التخطيط الاستراتيجي لمعرفة الأداء التشغيل والأداء التنافسي والأداء المالي.

- تحمل المخاطر: وتتمثل في قدرة المؤسسة على تحمل مخاطر باقدامها على تحمل النتائج ذلك من خلال إطار عمل منظم هدفه التوجه الى زيادة الأعمال وتحقيق أرباح في حال نجاح إطار مخطط له في المؤسسة في الغالب تواجه ثلاث أنواع من المخاطر وهي:

- مخاطر العمل الناتجة عن المجازفة دون معرفة احتمالية النجاح؛
- المخاطر المالية ناجح عن استخدامك كم كبير موارد مالية تمتلك المؤسسة دون إيجاد الاحتياط لذلك؛
- المخاطر الشخصية الناتجة عن موقف مدير تجاه شيء ما او أتباعه لطريقة ما دون النظر للاحتتمالات المجازفة.
- الابتكار والإبداع: ان اعتماد مؤسسة على أنشطة ابداعية يؤدي الى خلق قيمة لها ويساعد على وصوله الى التميز وساعد إيجاد حلول غير تقليدية للمشكلات فالإبداع هو قدرة المؤسسة على ايجاد افكار خلاقه او خدعه للوصول الى معلومات واتاحتها لدى العاملين بطريقة ابداعية ويعد العمليه او عامل ابداع عنصر مهم للارتقاء بمستوى المؤسسه وعمارها ودفعها نحو التوسع الخارجي.
- انتهاز الفرص: وذلك من خلال عدم التماثل التوزيع المعلومات المتعلقة بالمنافسة من افراد المنظمات ومن السمات فرصه المربحة والمهمة ان تكون جذابة وقابلة للتحقيق بفترة زمنييه كافيه لانتشار وان تكون ذات قيمة ومربحه وتحقيق المنافع.

3.4. ماهية المنظمات الريادية:

المنظمات الريادية في تلك المنظمات التي تبني شيئاً ذو قيمة من لا شيء، وكذلك التي تقوم بإغتنام الفرص بناء على موارد ومصادر ضمن رؤية محددة مع الأخذ بالاعتبار تقدير المخاطر وتمثل خصائص المنظمات الريادية في القرن الواحد والعشرون فيما يلي:

- السرعة: أي انها تستجيب بسرعه الابداع والتغير.
- الادراك للجودة: التزام الامثل للجودة.
- انغمار العاملين: اضافته قيمه من خلال مورد بشريه.
- اتجاه الزبائن: ايجاد اسواق جانبية.
- محدودة: اي وحدات أكثر استقلاليه.

4.4. أهمية الإبداع المفتوح المنظمات الريادية:

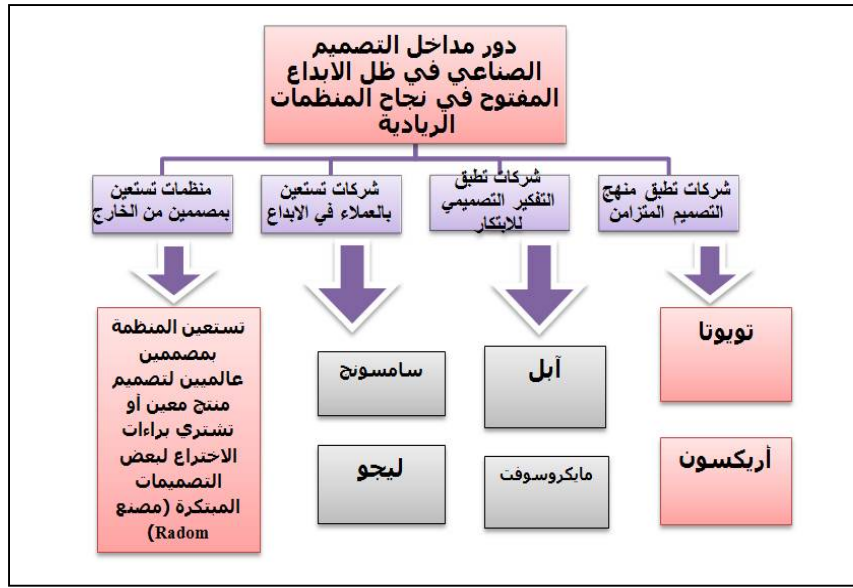
الإبداع المفتوح له تأثير ملموس على أداء الابتكار في ريادة الأعمال من خلال تحقيق العديد من المزايا منها مايلي:

- توافر عدة مصادر الحصول على أفكار والمعارف المستخدمة في عملية الابتكار في المنظمة الريادية؛
- زيادة فرص تعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية والقدرة على زيادة براءات الاختراع؛
- التقاسم الاشتراك في تحمل المخاطر؛
- وعي واطلاع مستجدات البحثية ورفع الكفاءات البحثية لديها تعزيز ثقافة الابتكار داخل منظمه وخلق روح المبادرة والتحفيز الذاتي لدى الموارد البشرية؛
- تأثير ايجابي على سمعه وصوره المنظمه تحسين عملية الابداع والذكاء الاستراتيجي.؛
- اكتشاف وتطوير نماذج عمل جديده واستغلال الفرص تامين الاستثمار في مجال البحث من خلال نشر معارف في جهات بين مراكز البحث الأكاديمية ومؤسساته وبين المؤسسات؛
- ترشيد عمليه البحث والتعاون من خلال خفض التكاليف واكتساب مهارات على طول سلسلة القيمة الابتكار.

المحور الرابع: دور مداخل التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح في نجاح المنظمات الريادية:

ان ملكة الابداع تولد مع الانسان وبهبها الله لمن يشاء ويقدر ما يشاء وهي من أهم العوامل التي تحدد فاعلية دور الانسان في الحياة ويمكن تنميتها ، وهذه الملكة بالنسبة للمصمم الصناعي أساس في دوره حيث يكون لها أكبر الأثر في انتاجه ونجاحه في عمله ويظهر بوضوح نتاج العملية الابداعية عند المصمم صاحب القدرة علي التخيل في برنامج التصميم وخاصة في مرحلة التصور(16)، وتحتاج هذه المرحلة الي المزيد من الدراسات والبحوث لكشف جوانبها الابداعية والتقنية حتي يمكن للمصمم أن يخرج منها بأكثر فائدة ممكنة؛ لذا اتجهت الشركات الي الابداع المفتوح من خلال الاستعانة ببعض المصممين العالميين من خارج الشركة أو الاستعانة بخبرة العملاء أو شراء براءات الاختراع لنجاح منتجاتها ومواكبة التطور وتلبية احتياجات العملاء بشكل كبير، ويوضح شكل (2) دور مداخل التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح في نجاح المنظمات الريادية.

الشكل 2: دور مداخل التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح في نجاح المنظمات الريادية



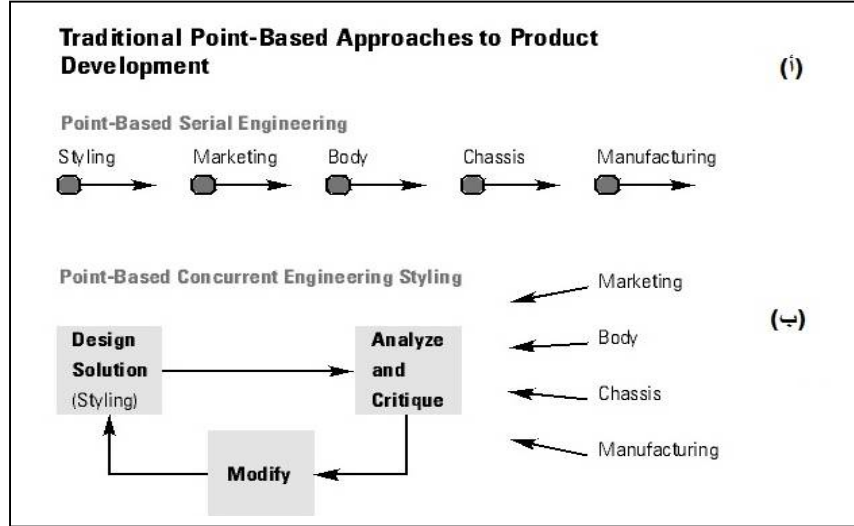
المصدر: تصميم الباحث

1.5. شركات تطبيق منهج التصميم المتزامن:

اهتمت الشركات الأمريكية من أواخر عام 1980 بتطوير أساليب جديدة لتطوير المنتجات، حيث فرضت التغيرات السريعة لمطالب العملاء والأسواق على الشركات ضرورة تقليل الوقت اللازم لتصميم المنتج والاستجابة السريعة لتلك التغيرات ومنه ظهر الاحتياج للتصميم المتزامن حيث زاد تنوع المنتجات والتعقيد التقني الذي يطيل من الفترة الزمنية لعملية تطوير المنتجات، وازدادت الضغوط التنافسية العالمية، والحاجة الي الاستجابة السريعة لتغير متطلبات المستهلك وتقليل الفترة الزمنية لخروج المنتج إلي السوق.

❖ تطبيق مفهوم التصميم المتزامن بشركة تويوتا: اتبعت شركة تويوتا تطبيق التصميم المتزامن ويوضح الشكل (3) كيفية تطبيق منهج التصميم المتزامن في الشركة والفرق بينه وبين المدخل التقليدي في تطوير المنتج ؛ حيث تتم عملية تصميم السيارة طبقاً للمنهج المتتالي كما بالشكل (3-أ) عن طريق مجموعة من الوظائف بطريقة متتالية حيث يبدأ بمرحلة التصميم ثم مرحلة التسويق ثم جسم السيارة ثم الهيكل الخارجي وهكذا حتي الوصول لمرحلة التصنيع (17)، أما عند تطبيق منهج التصميم المتزامن كما بالشكل (3-ب) فإن جميع المراحل تتم بطريقة متوازنة ومتزامنة حيث يتم عرضه علي مسنولي التسويق والجسم والهيكل والتصنيع حيث يقوموا بالتحليل ونقد التصميم ثم التعديل عليه في وقت مبكر بما يتناسب مع جميع الاطراف المشاركة والتأكد من أمثلية التصميم بعد دراسة تفضيلات العملاء.

الشكل 3: الفرق بين تطبيق منهج التصميم المتزامن والتصميم المتتالي في شركة تويوتا



المصدر: آية محمد راضي محمد الأدهم، مداخل التصميم الصناعي في إطار مفهوم التصميم المتزامن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة دمياط، 2016،

❖ تطبيق مفهوم التصميم المتزامن بشركة اريكسون: تمكنت هذه الشركة من اتباع نظام أطلق عليه نموذج المصدر Fountain Model يركز أساساً على حل المشاكل التي تنشأ فيما بين الوظائف، وبتطبيق التكنولوجيا عمل ذلك على حل المشاكل وتحقيق التعاون الافتراضي لتصميم وتطوير المنتجات الصناعية بدون الانتقال الفيزيقي للفريق (18): حيث يعتمد على أفكار جديدة من خلال تحفيز بعضهم البعض وتقليل الوقت والتكلفة اللازمة لعملية التصميم.

مما سبق يتضح لنا الفوائد والتسهيلات في تطبيق منهج التصميم المتزامن وهي:

- تسهيل ادارة مهام المشاريع؛
- تسهيل مشاركة البيانات والملفات والصور والرسومات والملاحظات والتعليقات؛
- تسهيل مشاركة ملفات التصميم والتجميع سواء ثنائية أو ثلاثية الأبعاد؛
- تسهيل الاتصال السلس، وجمع المعلومات وتقديم التعليقات والاطلاع على التحديثات في وقتها؛
- تسهيل وسرعة وصول المنتج إلي الأسواق.

❖ شركات تطبيق التفكير التصميمي في الابتكار (19): بعد تطبيق التفكير التصميمي في الابتكار فإن هذه الشركات تضع عملائها واحتياجاتهم ورغباتهم في قلب العملية الإبداعية. لقد أدركوا أن النموذج التقليدي لممارسة الأعمال التجارية التي تصمم من أجلها وليس مع العميل قد فشل عبر الصناعات في جميع أنحاء العالم، لذا تحول الاهتمام إلى التفكير التصميمي كنهج لإطلاق العنان للإبداع والابتكار في المنظمات.

في الوقت الحاضر فإن مستقبل الشركة في أيدي مستخدميها؛ إذا لم يتم تلبية احتياجات العملاء، فإن تلك المنظمات محكوم عليها بالفشل، هذا هو السبب في أن الشركات ذات التفكير المستقبلي تقلل الآن من مخاطر إطلاق منتج لن يحبه الناس من خلال إنشاء نماذج أولية بسرعة عبر عملية التفكير التصميمي. بعد ذلك، يحصلون على تعليقات من عملائهم لتحسين المنتجات قبل دخولهم السوق، مما يوفر الكثير من الجهد والوقت والمال على المدى الطويل.

❖ شركة آبل Apple: تستخدم شركة Apple التفكير التصميمي حيث يعد بناء النماذج الأولية واختبارها مع المستخدمين النهائيين ذا أهمية بالغة للشركة؛ من أجل التعمق في ما يرغب فيه الناس وتطوير المنتجات التي تلي تلك الاحتياجات، من خلال التركيز على ما يريده المستهلكون ثم معرفة كيفية تحقيقه من الناحية الفنية. من أصغر تفاصيل عبوات Apple إلى ما تسميه الشركة "أكبر منتج"، فإن تجربة المستخدم هي أكثر ما تركز عليه الشركة، وبهذا تكون شركة آبل الشركة الأكثر ربحية في عام 2020 مع نمو متوقع بنسبة 11.6٪ أو صافي دخل 58.1 مليار دولار.

❖ شركة مايكروسوفت Microsoft: تمكنت Microsoft من تحويل نفسها من شركة تتمحور حول التكنولوجيا إلى شركة تتمحور حول المستخدم، حيث أعاد التفكير التصميمي تشكيل منتجات Microsoft بالكامل، ويلعب دورا أساسيا في حل مشكلات المستخدمين وتلبية احتياجاتهم في عملية الإنتاج، حيث أنهت الربع الرابع من عام 2019 بإيرادات بلغت 33.055 مليار دولار - بزيادة قدرها 13.65٪ على أساس سنوي.

2.5. الشركات التي تستعين بالعملاء في الابداع(19)

قامت بعض الشركات بالاستعانة بالعملاء في عملية الابداع والابتكار المفتوح وذلك لتلبية احتياجاتهم على الوجه الأكمل من ناحية والاستفادة من ابداعهم وأفكارهم من ناحية أخرى؛ الأمر الذي يثري العملية الابداعية داخل الشركات ويحقق منهجية الابداع المفتوح.

❖ شركة سامسونج Samsung: تعد شركة سامسونج من أكثر الشركات ابتكارا في العالم، وهي من أهم الشركات التي تتبنى الابداع المفتوح في سياستها وتفتح تعاوما ابتكاريا خاصا مع عملائها وبعض الشركات الناشئة وذلك للوصول إلى التقنيات الجديدة التي يمكن أن تستفيد منها الشركة في نجاح منتجاتها وبالتالي زيادة أرباحها السنوية.

❖ شركة ليجو Lego: قامت شركة ليجو بابتكار منتجات جديدة من أفكار المجتمع عن طريق اتاحة التفاعل للمستخدمين لديها حيث قامت بتشجيع مستخدميها من خلال موقع الإنشاء والمشاركة في موقع Lego Ideas الذي يتيح المشاركة لأعضاء مجتمع Lego ومشاركة تصميماتهم وصور ابتكاراتهم عبر الموقع، بهدف إطلاق منتجات جديدة، على سبيل المثال مجموعة Lego Big-Bang Theory المصغرة هي منتج قائم على أفكار المستخدمين على موقع Lego Ideas. حيث تم تقديم فكرة Big Bang Theory المصغرة، حيث يزود المجتمع Lego بألاف الأفكار الجديدة سنويا، مما يعني أن Lego لديها تدفق مستمر للأفكار المجانية التي ينتظر الناس بالفعل شرائها، يقال إن نهج الابتكار المفتوح هذا في مرحلة تصميم المنتج هو أحد العوامل الأساسية لعلامة Lego التجارية الناجحة. لقد كان بالتأكيد أحد الأشياء التي أنقذت علامتهم التجارية وجعلتهم يبقون في قمة السوق.

3.5. الشركات التي تستعين بمصممين من الخارج

تقوم بعض الشركات بتطبيق الابداع المفتوح عن طريق الاستعانة ببعض المصممين من خارج الشركة لتصميم بعض المنتجات المحددة وذلك للاستفادة من خبراتهم في الابداع والابتكار، ومثال علي ذلك مصنع Rodam الألماني المختص بتصميم منتجات الأثاث حيث استعان في تصميم كرسي خاص بهم بمصمم حر ألماني وهو Michael Schneider ، وهي تجربة تساعد الشركة علي الابداع والابتكار والاستفادة من أفكار جديدة كما بالشكل (4)

الشكل4: تجربة مصنع Rodam بتطبيق الابداع المفتوح في الاستعانة بمصمم خارجي



المصدر: المصمم الألماني Michael Schneider

6. خاتمة:

تناولت الدراسة دور مداخل التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح بتحقيق نجاح المنظمات الريادية وذلك من خلال توضيح لاهميه الابداع المفتوح كاسلوب جديد تم تبنيه من قبل الشركات الكبرى العالميه منها ايبيل ومايكروسوفت وسامسونج، من العمل على تحقيق الأهداف الاستراتيجية وهي النمو والاستمرارية وتعظيم الثروة.

وقد توصلنا من خلال الدراسة إلى نتائج وهي أن للتصميم الصناعي من خلال مداخله المختلفة دورا جوهريا في تحقيق أهداف المنظمات الريادة من تقليل في التكاليف والمشاركة في المخاطر والسرعة في تنفيذ الصناعة الابتكارية وهذا ما جعل الشركات الكبرى العالمية تحقق إيرادات خيالية في زمن قصير كما توصلنا أن الاهتمام بالابداع المفتوح يساهم بشكل كبير في تحقيق نجاح المنظمات الريادية من خلال تبادل الأفكار وانتقال المعرفة وشراء براءات الاختراع.

ثانيا: النتائج العامة والتوصيات

1- نتائج البحث

- ✓ يؤدي التصميم الجيد الي الاقتصاد في تكاليف الانتاج والي تحسين الجودة، وزيادة عائد المبيعات، ومن ثم يساهم في رفع الكفاءة الإنتاجية؛
- ✓ مشاركة العملاء والمستخدمين في عملية التصميم من خلال الاستفادة من أفكارهم الابداعية يسهل عملية التصميم وبالتالي نجاح المنتج في الأسواق؛
- ✓ التأكيد على دور مداخل التصميم الصناعي في ظل الابداع المفتوح لنجاح المنظمات الريادية ومواكبتها التطور على المستوي المحلي والعالمي.

2- التوصيات الخاصة بتصميم المنتج الصناعي في ظل الابداع المفتوح:

- العمل على استمرارية الابتكار والتجديد، خفض تكلفة المنتج؛
- تحقيق جودة المنتج، وسرعة وصوله إلى السوق مما يضمن زيادة أرباح الشركات.

- ¹ OCDE, Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data OCDE. Publishing, France, 2005,p 46
- ² Peter .F. Drucker, innovation and Entrepreneurship, Harpercollins,1993.
- ³HENRY CHESBROUGH.OPEN INNOVATION.HARVARD business press , 2003 USA p 1
- ⁴ زكرياء عطلاوي البحث والتطوير استراتيجيات الابتكار مفتوح كما تخلي تحقيق تنافسات مؤسسات الهاتف النقال في الجزائر اطروحة مقدمه لنيل شهاده الدكتوراه في العلوم التجاريه تخصص اداره العمليه التجاريه جامعه الجزائر ثلاثه 2021 2022 ص 48.
- ⁵ محمد عزت سعد، ديزاين بيزنيس، الناشر نقابة مصممي الفنون التطبيقية 106 جامعة الدول العربية، القاهرة، 2008م.
- ⁶ يسر محمد الحافظ "مفهوم التصميم الصناعي في ضوء اتجاهات التعليم الالكتروني"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2007، ص74.
- ⁷ آية محمدراضي محمد الأدهم، مداخل التصميم الصناعي في إطار مفهوم التصميم المتزامن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة دمياط، 2016، ص33.
- ⁸ إيمان عبد الوهاب حجاج، استخدام الهندسة المتزامنة كسلاح تنافسي في مجال تصميم وتطوير المنتجات بين النظرية والتطبيق، بحث منشور، المجلة المصرية للدراسات التجارية، جامعة المنصورة، كلية التجارة، 2000، ص 73.
- ⁹ ابراهيم شحاته أبو ريه وآخرون، الإدارة والتنظيم والأساسيات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1992.
- ¹⁰ يسر محمد الحافظ، تقنين مفهوم التصميم الصناعي في ضوء اتجاهات التعليم الالكتروني، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2007، ص74.
- ¹¹ محمد نجيب محمود عبد العال، المصمم الصناعي والمشروع الظاهري خفيف الحركة، المؤتمر العلمي الدولي الأول (قضايا التصميم في الألفية الثالثة) ، 2008 ، ص23.
- ¹² محمد محمد رياض، دور المصمم الصناعي في بحوث التسويق للمنتجات ذات الطبيعة الهندسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، 2002 ، ص165.
- ¹³ محمد فريد حسين أحمد، القدرات الإبداعية والأساليب التقنية لإنجاز مرحلة ابتكار تصورات التصميم، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، 2008، ص30-35.
- ¹⁴ محمد عزت سعد، نظريات تصميم المنتجات ذات الطبيعة الهندسية، المؤلف، القاهرة، 1986
- ¹⁵ Marc J Dollinger, entrepreneurship saratigie and, resources ,fourth edition,USA.2008.P7
- ¹⁶ Hisrich,R.D. PeterMP. entrepreneurship ,Lancer ,élaborer et gérer une entreprise ;édition de nouveaux ;1989,p6
- ¹⁷ محمد موسى السياقة، العلاقة التفاعلية بين ريادة الأعمال البيئة الاقتصادية والاجتماعية المحيطة بها، كتاب جماعي بعنوان "ابداع ريادة الأعمال والتنمية الاقتصادية والمحلية المستدامة، مخبر طرق الكمية في العلوم الاقتصادية و العلوم الإدارية و التطبيقية المستدامة ، جامعة زيان عاشور الجلفة ، 2019 ، ص 5

دور الجامعة التحفيزي لدعم ريادة الأعمال للطلبة الجامعيين
- دراسة حالة طلبة جامعة الشاذلي بن جديد -

The university's catalytic role to support entrepreneurship for university students: A case study of the students of Chadli Bendjedid University

بوسيف سيد أحمد¹ ، خليفة عزي²

¹ جامعة الطارف (الجزائر)

² جامعة الوادي (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى فهم العلاقة بين دعم الجامعة التحفيزي لدى الطلبة الجامعيين في الجزائر ونية ريادة الأعمال. تم تحليل إجابات الاستبيان باستخدام برنامج SPSS.v22 على عينة من طلبة الماستر في جامعة الطارف، أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين التعليم الجامعي ونيهم في ريادة الأعمال لدى الطلبة جامعة الشاذلي بن جديد الطارف. الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، التعليم الجامعي، نية المقاولاتية.

Abstract: This study aims to understand the relationship between motivational support of university education and Algerian university students' entrepreneurial intention. The questionnaire responses were analyzed using the SPSS.v22 program on a sample of master's students at the University of Tarf. The results showed a relationship between university education among students and their intention to become entrepreneurs.

key words: Entrepreneurship, University education, Entrepreneurial intention.

يشهد العالم اليوم تزايد ملحوظ في عدد الشركات الناشئة وريادة الأعمال، حيث يعد هذا المجال من الأهمية البالغة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وبالتالي، فإن دور التعليم الجامعي كمحفز لريادة الأعمال لدى الطلبة الجامعيين أصبح أكثر أهمية من أي وقت مضى، يعتبر التعليم الجامعي بوابة مهمة لدخول عالم ريادة الأعمال، حيث يمنح الطلبة فرصة تعلم المهارات والمعارف الأساسية التي تمكنهم من إطلاق مشاريعهم الخاصة وتحقيق أحلامهم. وعلاوة على ذلك، يوفر التعليم الجامعي الأدوات والموارد اللازمة لتحليل الأسواق وفهم الاحتياجات المحلية والعالمية، بالإضافة إلى تعليم المهارات الأساسية مثل إدارة المشاريع والتسويق والتمويل.

ومن خلال تشجيع الطلبة على ريادة الأعمال وتوفير الدعم اللازم لهم، يمكن للجامعات أن تساهم في تعزيز الابتكار والتنمية المستدامة في المجتمع، ويمكن للجامعات أيضا أن تشجع الطلبة على إطلاق مشاريعهم الخاصة من خلال تقديم برامج التعليم الخاصة بريادة الأعمال ومنح الجوائز والمنح الدراسية للطلبة المبتكرين والمبادرين، يعد دور التعليم الجامعي كمحفز لريادة الأعمال لدى الطلبة الجامعيين أساسيا لتعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع، ويمكن للجامعات أن تساهم بشكل كبير في هذا الجانب من خلال توفير الدعم الموارد اللازمة للطلبة لتحقيق أحلامهم ومساعدتهم على تطوير مهاراتهم في ريادة الأعمال. وبالتالي، يمكن للطلبة الجامعيين أن يصبحوا عمدة للتغيير والابتكار في المجتمع وأن يشاركوا في تحقيق التنمية المستدامة وخلق فرص العمل الجديدة والمستدامة، لذلك ضمن هذا الإطار سنحاول الإجابة على التساؤل التالي: ما هو دور الجامعة في تحفيز نية ريادة الأعمال لدى الطلبة الجامعيين؟

1.1. فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: تقدم جامعة الطارف دعم تحفيزي عال لطلبة جامعة الطارف.

- الفرضية الثانية: هناك علاقة ارتباطية بين الدعم الجامعي التحفيزي ونية ريادة الأعمال لدى الطالب الجامعي.

2.1. أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة من الاعتبارات التالية:

- توضيح الأسس النظرية والمفاهيمية لموضوع ريادة الأعمال؛
- التعرف على ريادة الأعمال والتعليم الجامعي؛
- توضيح العلاقة بين الجامعة وريادة الأعمال.

3.1. أهداف الدراسة: إن دراستنا تهدف إلى تسليط الضوء على دراسة دور الجامعة في تحفيز ريادة الأعمال، وهذا ما يساعد بشكل كبير لمعرفة ما يزيد وما يحد من نية ريادة الأعمال مستقبلا.

4.1. منهج الدراسة: لاحتواء الموضوع محل الدراسة والتمكن من الإجابة على الإشكالية بشكل موضوعي، وكذلك مراعاة لطبيعة البحث، فإنه سوف يتم الاعتماد على أدوات التحليل الوصفي نظرا لما توفره من دلالات وحقائق عن عناصر بحثنا، وكذا الاعتماد على منهج دراسة حالة، باستخدام برنامج SPSS.

5.1. هيكل الدراسة: للإمام بجميع جوانب الموضوع، ارتأينا تقسيم الدراسة إلى محورين، كالتالي:

- الإطار النظري لريادة الأعمال والتعليم الجامعي؛

- الإطار التطبيقي: اختبار الفرضيات وتحليل النتائج.

2. الإطار النظري لريادة الأعمال والتعليم الجامعي؛

1.2. ريادة الأعمال:

1.1.2. تعريف ريادة الأعمال: هي تلك الأنشطة التي تعتمدها منظمات الأعمال لبناء المركز المناسب في السوق وخلق الفرص واستثمار الموارد القيمة بطرق يصعب على المنافسين فهمها أو تقليدها (Hitt, et.al.,2007)، وحسب (Dess,et.al.,2007) أنها الطرق والممارسات وأنماط اتخاذ قرار يستخدمها المدير الإستراتيجي في البحث عن الإستراتيجيات الجديدة، وأشار (Lussier,2008) أنها مجموعة الإجراءات التي يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص من أجل إيجاد مشروع ريادي جديد بهدف تقديم شيء مميز يحقق رغبات الزبائن ويحقق قيمة مضافة تضاف إلى المنتج أو الخدمة أو الطريقة أو الإجراءات. (البنوان، 2011، ص.43).

2.1.2. أهمية ريادة الأعمال: تكتسي ريادة الأعمال وعملية انشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية كبيرة في مختلف الاقتصاديات العالمية، وفي مختلف مناحي الحياة، الاقتصادية منها والاجتماعية، وهو ما يمكن ابرازه من خلال العناصر الاتية (كروش والعقاب، 2020، الصفحات 06-07):

- الأثار الاقتصادية لريادة الأعمال: تؤثر ريادة الأعمال على البيئة الاقتصادية للدولة من خلال ما يلي:

- زيادة متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني؛ رفع مستوى الإنتاجية في جميع الأعمال والأنشطة.
 - خلق فرص عمل جديدة والتقليل من حدة البطالة؛ الاسهام في تنوع الإنتاج نظرا لتباين مجالات الابداع لدى المقاولين.
 - نقل التكنولوجيا والاستفادة منها في تطوير الاقتصاد الوطني؛ التجديد وإعادة الهيكلة في المشاريع الاقتصادية وتنميتها وتطويرها.
 - إيجاد أسواق جديدة، وفتح المجال امام اختراق الأسواق الدولية؛ زيادة القدرة على المنافسة.
 - المساهمة في النمو السليم للاقتصاد؛ تنوع الاقتصاد الوطني بما يضمن التخفيف من التبعية لقطاع المحروقات.
- الأثار الاجتماعية لريادة الأعمال: بالإضافة الى الأثار الاقتصادية لريادة الأعمال، تحمل ريادة الأعمال عديدا من الأثار الاجتماعية والتي من أهمها:
- عدالة التنمية الاجتماعية وتوزيع الثروة؛ المساهمة في تشغيل المرأة وفك العزلة عنها خاصة في المناطق الريفية.
 - الحد من الهجرة والنزوح الريفي نحو المدن؛ امتصاص البطالة وتأمين فرص العمل لمختلف شرائح المجتمع.
- أهداف ريادة الأعمال: تختلف الوظيفة الاساسية لريادة الأعمال حسب طبيعة المقاوله نفسها، اي وجهات نظر المساهمين والعمال والادارة، من بين الوظائف التي تمارسها ريادة الأعمال، والتي يمكن توضيح اهدافها فيما يلي: (علون والسبتي، 2016، صفحة 05)

- خدمة السوق: وذلك من خلال انتاج وتسويق سلع وخدمات مطابقة للطلب الفعلي، فلا يمكن لاي مقاوله ان تصمد في خضم المناخ الاقتصادي السائد الا باعتبار خدمة السوق من اولوياتها المركزية.

- تحقيق المكاسب المالية وتعظيم الربح: الحصول على ارباح مالية وتعظيم الربح يعتبر بالنسبة لريادة الأعمال اهم هدف تسعى لتحقيقه، ويرى الكثير من الاقتصاديين ان الربح هدف مشروع لان المقاول يتحمل المخاطرة وبالتالي فان الربح هو بمثابة مقابل مالي للمخاطرة، كما ان كل مساهم في رأس مال ريادة الأعمال يحفز الحصول على نصيب من الربح الموزع على شكل قسمة مشتركة، فالمقاوله اذا لم تعد تجني ارباحا كافية، فان المستثمرين المحتملين سينفرون من اقتناء اسهمها المعروضة مما يكون خطرا على نموها واستمرارها.

- تعظيم المنفعة الاجتماعية: فبالإضافة إلى تعظيم الربح، ينتظر من المقابلة تعظيم المنفعة الاجتماعية وذلك عن طريق تحسين وضعية المجتمع، وتمثل المسؤولية الاجتماعية لريادة الأعمال، مشاركتها في مفهوم التنمية المستدامة، وهي تقوم على ثلاثة اعمدة بيئية، اجتماعية واقتصادية، كما تلعب المسؤولية الاجتماعية لريادة الأعمال دورا بارزا في الحفاظ على البيئة وتحسين مناخ العمل، واحترام الحقوق الاساسية للإنسان.

2.2. التعليم الجامعي:

1.2.2. مفهوم التعليم الجامعي لريادة الأعمال: يعتبر التعليم بصفة عامة والجامعي بصفة خاصة محورا اساسيا لتطوير مهارات ريادة الأعمال، اذ يجب ان تركز المناهج الدراسية على تشجيع الاستقلالية والمثابرة، الثقة بالنفس وغيرها من المهارات ريادة الأعمال الاخرى، كما ان للجامعة دور هام في بناء المعرفة الخاصة بريادة الأعمال وتدريب المفاهيم العلمية التي تبني عليها. والتعليم الجامعي هو: "مجتمع مصغر يقوم فيه الاساتذة والطلبة معا بالمناقشة، تطوير واستكشاف افكار تتميز بالصعوبة والتعقيد، والاصالة، وتعتبر هذه الافكار والدراسات، التي تنتج عنها ارث الانسانية الذي ينبغي على الجامعة المحافظة عليه ايصاله الى الاجيال المقبلة وتحديثه بصفة مستمرة. (لزرقي، راجعي، و بلية، 2020، صفحة 89)

ويعرف التعليم المقاولاتي حسب (Joaquin Algre and Ricardo Momge) هو العملية التي يكتسب بها الفرد ويستوعب وينظم المعارف التي تم تكوينها حديثا مع الهياكل الموجودة مسبقا، وحسب Colin Tones، فالتعليم المقاولاتي هو مجموعة تعاليم ذات طابع رسمي، تدرب وتعلم اي شخص مهتم بإنشاء مشروع خاص او تنمية مشاريع صغيرة، وفي سنة 1982 اقر Vesper ان التعليم الرسمي لريادة الأعمال في الجامعات ساعد في عملية خلق الأعمال لأنه رفع مستوى وعي الطلاب بقدرة العمل الحر كخيار مهني.

في الواقع اظهرت دراسات مختلفة كيف ان هذا التعليم يزيد من المواقف الايجابية نحو زيادة الأعمال كمهنة بديلة. ومن أكثر التعاريف تداولها هو الاتي: "التعليم المقاولاتي هو مجموعة من اساليب التعليم النظامي الذي يقوم على اعلام، تدريب وتعليم اي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية، الاجتماعية من خلال مشروع يهدف الى تعزيز الوعي الريادي وتأسيس مشاريع الأعمال وتطوير مشاريع الأعمال الصغيرة (كارميلا، 2010). (بن عيسى و ناصري، 2019، الصفحات 233-234)

2.2.2. متطلبات تعليم ريادة الأعمال: ان متطلبات التعليم المقاولاتي تشمل جوانب وعناصر مختلفة لتحقيق أهدافه بكفاءة وفعالية، ولتحقيق متطلبات التعليم المقاولاتي يجب احداث شراكة حقيقية ما بين المنظمات الحكومية والمنظمات الاهلية الخاصة والجهات الداعمة التابعة لمنظمات القطاع الخاص، وهذه المتطلبات تتمثل فيما يلي: (الجودي، 2015، صفحة 178):

- البنية التحتية: من خلال توفير قاعات مناسبة ومجهزة بالطاولات والكراسي والادوات اللازمة، أجهزة الحواسيب والأجهزة والمعدات المختلفة الاخرى مثل جهاز عرض الشرائح، والبرمجيات التي توفر التطبيقات العلمية والتدريبية التي تسهل التعامل مع المحتوى المقاولاتي، والذي يجب أن يكون في الغالب باللغة العربية.

- الموارد البشرية المؤهلة والمدربة: والقادرة على استخدام وتطبيق استراتيجيات وأساليب تدريبية متقدمة في ريادة الأعمال، واستخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل مناسب يخدم هذه العملية، نظرا لان هذا التعليم يتطلب تغييرا جذريا في نمط التفكير لدى المتعلمين.

- البيئة المحيطة: الممكنة التي تدعم خطوات تنفيذ برامج التعليم المقاولاتي وخططه وأهدافه، وتستمد هذه البيئة تمكينها وتفوقها من خلال الوعي الكامل لأفراد المجتمع على جميع المستويات ابتداء من القادة التربويين ومتخذي القرار الى المواطن العادي، ومن هنا يتوفر التعاون والدعم الكامل من قبل الجميع لإنجاح مبادرة هذا التعليم في المجتمع.

- الاستفادة من التجارب العالمية: في هذا الخصوص والبناء عليها في الممارسة والتطبيق للسياقين التربوي والتعليمي.

- الاستجابة للتحديات والضغوطات الكبيرة: التي تفرضها طبيعة هذا العصر الذي نعيشه على هذا النوع من التعليم والسلوك المقاولاتي، ومحاولة التكيف معها قدر الإمكان.

3.2.2. استراتيجيات التعليم المقاولاتي لتعزيز نية ريادة الأعمال: ان الاستراتيجيات البيداغوجية تشكل جسرا بين المعارف والاعتقادات، وهذه الاستراتيجيات تتأثر بالخصائص الشخصية كالجنس، الخبرة، نمط المادة المدرسة، وكذلك العوامل التنظيمية والدارية كما أنها تأثر على أساليب تدريسهم والذي بدوره يؤثر على الطريقة التي يتعلم بها الطلبة وفي نهاية المطاف نتائج التعليم، وتتمثل أهم استراتيجيات التعليم المقاولاتي فيما يلي (زارع و كشرود، 2018، الصفحات 97-100):

- نموذج العرض: ويعطي الاولوية لتحويل المعارف والمهارات التي يتمتع بها المعلم الى المتعلم في هذا النموذج يصمم التعليم على شكل " توصيل للمعلومات " أو "حكاية قصة "، فالمعلمين هم الاشخاص الذين يقدمون المعلومات، والطلبة هم الذين يستقبلونها، المحتوى يعرف عموما من خلال البحث الأكاديمي الذي يتم تعليمه، ان طرق التدريس المستخدمة تكون على شكل مؤتمرات ومحاضرات وعروض عن طريق الاجهزة السمعية البصرية.

- نموذج الطلب: في هذا النموذج فان التعليم يصمم على أساس خلق بيئة ملائمة لكسب المعارف، والمعلمين هم مسهلين في حين أن الطلبة لهم دور نشط في المساهمة في تعلمهم، هذا النموذج غالبا ما يجمع تقنيات بيداغوجية تسلط الضوء على المناقشات، الاستكشافات والتجارب، والبحوث المكتبية وعلى شبكة الانترنت، وأعمال تجريبية في المخابر، والدراسات الميدانية، والنشاطات الجماعية.

- نموذج الكفاءة: وبحث هذا النموذج في تنمية وتطوير الاستعدادات للطلبة في حل المشاكل المعقدة باستعمال المعارف والاستعدادات المفتاحية، والتعليم هنا يكون تداخليا بين المعلم والطالب وجعل التعلم ممكنا. ونموذج الكفاءة يشتمل على عدة نماذج فرعية منها:

❖ المحاكاة والالعب: ويقترح بعض الباحثين أن استعمال المحاكاة يساعد الطلبة على تطوير استراتيجيات واتخاذ عدد من القرارات لأجل ضمان نجاح مؤسسة صغيرة، حيث أن البيداغوجيا التقليدية تكون غالبا متناقضة مع احتياجات التعليم المقاولاتي، والمحاكات تسمح للمشاركين بتجريب أوضاع جديدة وأحيانا غير متوقعة والتعلم لمواجهة بعض حالات الفشل وتطوير المرونة اللازمة للبقاء في المستقبل، ويقترح HINDLE عدد من المعايير لتوجيه اختيار المحاكات وتصنف الى أربع فئات رئيسية هي:

- قدرة السيناريو على الظهور متعلقا بالموضوع وذو مصداقية؛ اتصالات لا غموض فيها على عدة جوانب؛
- العملية تتكيف مع وسائل الدعم التقنية؛ تحليل التكلفة والربح تبعا للمعايير السابقة وللهدف المراد تحقيقه.

❖ استخدام اشربة الفيديو: وفقا ل Buckley; Wrent et Michaelsen فان عرض الفيلم سيكون في بيئة أعمال تسمح للطلبة بملاحظة الواقع التسيير من خلال تصرفات المسيرين والخبراء في قطاعات مختلفة وفي سياق التدريب لأصحاب المشاريع المستقبلية، يمكن تزويد الفيلم المقدم قصة حقيقية من بعض المقاولين والتي يمكن أن تعطي أفكارا وتأملات تكون محل نقاشات لاحقة.

❖ استعمال قصص الحياة: قصة الحياة يمكن ان تكون أداة تعليمية ذات أهمية للطلبة في زيادة الأعمال، يقترح كل من Rae et Carswell لتطوير السير الذاتية يمكن أن يدعم في تعلم مهنة ممكنة لاحقة، وإن منهجية التعليم المقاولاتي يجب ان تكون متنوعة ومتجددة في طرحها، وان تركز في محتواها.

❖ دراسات حالة: حيث يمكن تعريف الحالة الادارية بأنها وصف مكتوب مستخدمين كلمات أو ارقام لحادث حقيقي أو مشكلة حقيقية أو موقف حقيقي، ويستخدم هذا الوصف المكتوب في شكل قصة للطلبة في مواقف تدريبية، ويطلب منهم اما تشخيص أسباب المواقف الادارية وتحليل الحالة، أو اتخاذ القرار أو اقتراح طرق أساليب للعمل، أو حلول للمشكلة وقد يطلب منهم مهمة واحدة من هذه المهمات أو هذه المهارات جميعا.

❖ التعليم بالتجربة والممارسة: وذلك تعريض المتعلمين أو الطلبة المقاولين لمواقف حقيقية في بيئة العمل المقاولاتي أو الحر سواء في المصانع أو الشركات أو المنظمات الأعمال على اختلاف انواعها.

❖ مناقشات المجموعة أو التعليم التعاوني: أي ان يعمل الطلبة في مجموعات أو في أزواج لتحقيق اهداف التعلم في الحوار والمناقشة وتبادل الآراء.

❖ العروض التقديمية من قبل الطلبة: وذلك للشرح عن تقديم منتج أو خدمة جديدة يمكن بيعها أو عن مشروع معين أو تعريف عن الشركة التي يرغب الطالب بتأسيسها أو العمل بها.

❖ أسلوب حل لعب الادوار: وهنا يقوم طالب أو ثلاث بتمثيل أدوار عن مواقف اجتماعية افتراضية ويتعلمون من خلال هذه الاستراتيجية كيفية الاستمتاع بشكل جيد وكيفية التفكير وحدهم، وبالرغم من تقديم معلومات حول الادوار التي يلعبونها يمكن للطلبة ايضا أن يبدعوا حوارا من تلقاء ذاتهم ويمكن أيضا تسجيل الادوار على الشريط بهدف التقييم.

❖ استراتيجية لعب الادوار: وهنا يقوم طالب أو ثلاثة بتمثيل أدوار عن مواقف اجتماعية افتراضية ويتعلمون من خلال هذه الاستراتيجية كيفية الاستماع بشكل جيد وكيفية التفكير وحدهم، وبالرغم من تقديم معلومات حول الادوار التي يلعبونها يمكن للطلبة أيضا أن يبدعوا حوارا من تلقاء ذاتهم ويمكن أيضا تسجيل الادوار على الشريط بهدف التقييم.

❖ الزيارات الميدانية لبعض المنظمات الرائدة: ان نجاح برامج واستراتيجيات التعليم المقاولاتي في الكليات والجامعات يجب أن يتم ربطها مع اماكن العمل الواقعية المخصصة مثل: المصنع، مكتب عمل، وذلك بهدف التخطيط والتطبيق الفعال للخطة الدراسية. من مواقف في الحياة الحقيقية، اذا انها توفر للمتعلم تدريبا دون التعرض للأخطاء أو للأعباء المالية الباهظة التي من الممكن أن يتعرض لها المتدرب فيما لو قام بهذا التدريب على ارض الواقع.

3. الإطار التطبيقي: اختبار الفرضيات وتحليل النتائج

يتناول هذا الجزء العناصر المتعلقة بالدراسة الميدانية التي أقيمت على عينة من طلبة جامعة الطارف عن طريق توزيع استبيان خاص بمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى تحليل النتائج المتحصل عليها.

1.3. مجتمع وعينة وأداة الدراسة: للوصول إلى نتائج أكثر دقة لاختبار الفرضيات، تم اختيار عينة عشوائية من طلبة الماستر لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الطارف، وبعد عملية التوزيع تم استرجاع 107 استبيان صالحة للدراسة، تنقسم الاستبانة إلى قسمين رئيسيين، القسم الأول خاص بعوامل الدراسة والذي ضم المحاور " التحفيز الجامعي، ونية زيادة الأعمال " بسلم ليكرت من 7 درجات، أما القسم الثاني خصصناه للأسئلة الديمغرافية: " الجنس، العمر ".

جدول رقم (01): الخصائص الشخصية لأفراد العينة

المتغير	فئات المتغير	الكرار	النسبة المئوية%
الجنس	ذكر	31	29%
	أنثى	76	71%
	المجموع	107	100%
العمر	اقل من 20 سنة	00	00%
	من 20 الى 25 سنة	79	79%
	اكبر من 25 سنة	28	28%
	المجموع	107	100%
التخصص	إدارة استراتيجية	93	86.90%
	اقتصاد نقدي	14	13.10%
	المجموع	107	100%
السنة	أولى ماستر	14	13.1%
	ثانية ماستر	93	86.6%
	المجموع	107	100%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.v22.

2.3. قياس صدق وثبات أداة الدراسة: يعتبر الصدق والثبات من الخصائص المطلوبة لأداة الدراسة (الاستبانة)، حيث يقصد بثبات الاستبانة الاستقرار في نتائجها، وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات، وقد استخدم اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس مدى تناسق عبارات الاستبانة وانسجامها، حيث يعتبر المعامل مقبولا إحصائيا إذا كانت فوق 0.6، وكلما كانت هذه النسبة كبيرة كلما كان ثبات الاستبانة قويا، ونتائج الاختبار موضحة في الجدول رقم (02) الآتي:

الجدول رقم (02): نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المجال	العبارات	معامل ألفا كرونباخ	الصدق
الدعم الجامعي التحفيزي	8	0.855	0.924
نية الريادية	6	0.854	0.924

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.v22.

يوضح من الجدول رقم (02) أعلاه أن قيمة معاملات الثبات ألفا كرونباخ مرتفعة لكل جزء من أجزاء الاستبانة، ولكل محور من محاورها، حيث تراوحت ما بين 0.855 كحد أدنى و0.854 كحد أعلى، ذات النتائج تشير إلى أن معامل ثبات الاستبانة مقبول، وبالتالي يمكن اعتبارها صالحة لأغراض البحث العلمي كونها أعلى من النسبة المقبولة.

3.3. اختبار الفرضيات:

- الفرضية الأولى: تقدم الجامعة دعم تحفيزي عال لطلبة جامعة الطارف

لاختبار الفرضية قمنا بتحليل عبارات الدعم التحفيزي الجامعي المكونة للمحور الأول في الجدول رقم (02) بالانحراف

المعياري والمتوسط الحسابي حسب إجابات أفراد العينة.

الجدول رقم (03): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات الدعم التحفيزي الجامعي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مدلول الوسط الحسابي
تزرع جامعتي في الطلبة حب انشاء مؤسسة كخيار بعد التخرج	4.2150	2.19789	متوسط
تحفز جامعتي الطلاب على بدء عمل تجاري جديد	4.1308	2.08356	متوسط
توفر جامعتي للطلاب أفكارا لبدء عمل تجاري جديد	4.2617	2.00629	متوسط
يشجعني التعليم في الجامعة لتطوير أفكار إبداعية تمكنني من ان أكون مقاولا	4.3458	2.00048	متوسط
تتبنى الجامعة الطلاب أصحاب الأفكار زيادة الأعمال وتدعم ابتكاراتهم	2.8785	1.89692	منخفض نوعا ما
تنهي الجامعة موقف إيجابي للطلاب حول زيادة الأعمال	4.0280	1.95929	متوسط
تنظم الجامعة محاضرات وندوات تعريفية لنشر ثقافة زيادة الأعمال	4.1308	2.09710	متوسط
يساهم الأساتذة والإدارة في نشر ثقافة زيادة الأعمال بين الطلاب	4.4019	2.10955	متوسط
المجموع	4.0491	1.44011	متوسط

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.v22.

انطلاقا من نتائج التحليل الإحصائي الواردة في الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي الإجمالي لفقرات الدعم الجامعي التحفيزي بلغ 4.04 بانحراف معياري 1.44 ، ومدلوله الحسابي حسب سلم ليكرت متوسط، وهذا ما يدل على أن عبارات الدعم الجامعي التحفيزي أغلبها متوسط، اما بنسبة عامل الدعم التعليمي التحفيزي، معظم نتيجته متوسط الا عبارة واحدة نالت التقييم منخفض نوعا ما وهي: تتبنى الجامعة الطلاب أصحاب الأفكار الريادية وتدعم ابتكاراتهم، بمتوسط حسابي قدره: 2.87، اما بالنسبة للتقييم متوسط فقد حضي به باقي العبارات ، اعلاها: يساهم الأساتذة والإدارة في نشر ثقافة زيادة الأعمال بين الطلاب ، بمتوسط حسابي يقارب 4.40، ولهذا نرفض الفرضية الأولى.

- الفرضية الثانية: هناك علاقة ارتباطية بين الدعم الجامعي التحفيزي ونية زيادة الأعمال لدى الطالب الجامعي

لاختبار الفرضية أجرينا اختبار الارتباط لبيرسون بين عبارات الدعم التحفيزي ونية زيادة الأعمال، والنتائج موضحة في

الجدول رقم (04) التالي:

الجدول رقم (04): دراسة علاقة الدعم التحفيزي الجامعي ونية زيادة الأعمال

	الدعم التحفيزي الجامعي	نية زيادة الأعمال
الدعم التحفيزي الجامعي	Pearson Correlation	.251
	Sig. (2-tailed)	.009
	N	107
نية زيادة الأعمال	Pearson Correlation	.251
	Sig. (2-tailed)	.009
	N	107

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.v22.

من الجدول رقم (04) يمكننا القول أنه هنالك علاقة ارتباطية طردية بين الدعم التحفيزي الجامعي ونية زيادة الأعمال

ب 0.251 ذو دلالة إحصائية، P value = 0.009 أي أقل من 0.05، ومنه فإننا نقبل الفرضية الثانية.

4.3. مناقشة وتفسير نتائج فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: "تقدم الجامعة دعم تحفيزي عال لطلبة جامعة الطارف"

كشفت النتائج أن إجابات الطلبة حول عوامل الدراسة كانت تتراوح بين منخفض نوعا ما ومتوسط، وكان أعلاها موقفا هوأته: يساهم الأساتذة والإدارة في نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلاب ، بمتوسط حسابي يقارب 4.40، والتي كان متوسطها الحسابي 4.40 ، مما يعني أن: اساتذة جامعة الشاذلي بن جديد بالطارف يقدمون مجهودات معتبرة للتعريف بريادة الأعمال وكذلك تحفيز الطلبة للتوجه نحو هذا المجال، وتلها عبارة: أيشجعي التعليم في الجامعة لتطوير أفكار إبداعية تمكنني من ان أكون مقاولا ، والتي كان متوسطها الحسابي 4.35 ، مما يعني أن: ان التعليم الجامعي يدفع الطلبة لتطوير أفكار إبداعية يمكنها ان تكون مشاريع مقاولاتية مستقبلا.

- الفرضية الثانية: "هناك علاقة ارتباطية بين الدعم الجامعي التحفيزي ونية ريادة الأعمال لدى الطالب الجامعي"

من نتائج الفرضية الثانية تظهر لنا أن للجامعة دور تحفيزي للطلبة يزيد نيتهم لريادة الأعمال، أي أن هناك علاقة طردية موجبة بين المتغيرين، ولكنها أقل من المتوسط، فهناك عدة عوامل ممكن أن تؤثر في نية الطلبة كي يكونوا رائدي أعمال مستقبلا.

4. خاتمة:

نستخلص من هذه الدراسة أن للتعليم الجامعي في جامعة الشاذلي بن جديد الطارف دور مهم في تحفيز الطلبة للدخول الى مجال ريادة الأعمال لدى الطالب الجامعي، ولكن يبقى مستوى التحفيز متوسط وغير كاف لكي يلعب الدور الأبرز في هذه العلاقة، وفي الأخير يجب تعزيز التعليم الجامعي الذي له دور في تحفيز الطلبة لريادة الأعمال وهذا للرفع من نية الطلبة الجامعيين للتحويل لرائدي أعمال مستقبلا، وفيما يلي نقترح التوصيات التالية:

- ينبغي على الجامعات والمحيط الاجتماعي أن يبذلوا مجهودا أكبر في نشر ثقافة ريادة الأعمال وتحفيز الطلبة لتوجه نحو إنشاء مشاريع خاصة؛
- تحسيس الطالب بأن له علاقة بالمحيط الاجتماعي والاقتصادي، عن طريق توقيع الاتفاقيات مع مختلف المؤسسات وتفعيلها لفتح مجال التريصات؛ تنظيم مؤتمرات وورشات عمل حول ريادة الأعمال؛
- إضافة الى القيام بدورات تدريبية متخصصة في هذا المجال لتنمية قرارتهم الذاتية ومساعدتهم في تحويل أفكارهم الى مشاريع محققة على أرض الواقع؛ قيامها باستضافة رواد الأعمال الناجحين للاستفادة من خبراتهم؛
- زيادة دعم لميزانيات البحث العلمي لجامعة الطارف في مجال ريادة الأعمال، وذلك من أجل الاستثمار في الطلاب ذوي الأفكار الإبداعية؛
- دعم مفاهيم إنشاء مؤسسة لدى الطالب، وذلك بالقيام بزيارات ميدانية ودراسات تطبيقية حتى يتسنى له معرفة واقع المؤسسات عن قرب؛
- إقامة مسابقات ابداعية لتشجيع الطلبة على العمل الريادي، وذلك عن طريق منح الطلبة الفرصة لعرض أفكارهم الإبداعية في جانب المقالة، وكذا تكريم الطلبة ذوي الأفكار المتميزة لبث الثقة في النفس والاستمرارية؛
- زيادة الملتقيات ودعوة ريادةيين ناجحين لحضورها لعرض تجاربهم العملية، بهدف تشجيع الطلاب على إنشاء مشاريعهم الخاصة؛
- يقتصر دور جامعة شاذلي بن جديد في مجال ريادة الأعمال بالتكوين النظري فقط، وهو ما يتطلب توسيع هذا الدور إلى دور تطبيقي وميداني من أجل إثارة ريادة الأعمال لدى الطلبة.

1. رباب زارع، و ايمان كشرود. (2018). استراتيجيات و برامج التعليم المقاولاتي لتعزيز روح المقاولاتية. مجلة دراسات متقدمة في المالية والمحاسبة، (1)1، 93-108.
2. صبرينة حديدان. (2017). المقاولاتية في الجزائر: أي واقع؟ وأي مستقبل؟ (وجهة نظر سوسيولوجية). مجلة آفاق علمية، المجلد 09، العدد 02، الصفحات 24-37.
3. عائشة لزرق، مصطفى راجعي، و حبيب بلية. (2020). اهمية ودور التعليم المقاولاتي في توجيه الطلبة الجامعيين نحو انشاء مقاولاتية، دراسة حالة مسحية بجامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم. مجلة سلسلة الانوار، (11)4، 78-93.
4. عبد القادر البنوان، مشاري (2011). أثر الأنماط الريادية على أداء المشاريع الصغيرة في دولة الكويت: دراسة تطبيقية من وجهة نظر الأفراد العاملين في الشركات الحاضنة والممولة للمشاريع الصغيرة (مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، قسم ادارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت).
5. علون محمد لمين، و السبتي وسيلة. (2016). المقاولاتية بين الفكر والعوامل الناجحة. Journal of Economic Growth and Entrepreneurship، (01)02، 1-20.
6. ليلى بن عيسى، و الزهرة نصري. (2019). التعليم المقاولاتي واثره على التوجه المقاولاتي لدى الطلبة. مجلة الاصيل للبحوث الاقتصادية والادارية، (3)2، 231-246.
7. محمد علي الجودي. (2015). نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير. بسكرة: جامعة محمد خيضر.
8. نصر الدين بن نذير، و سفيان خروبي. (2016). أثر العوامل الثقافية والإجتماعية على التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر. مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 06، العدد 01، الصفحات 310-325.
9. نور الدين كروش، و جلال العقاب. (2020). دار المقاولاتية كالية لتعزيز روح المقاولاتية للطلبة الجامعيين الجزائريين. Revue des reformes économique mondiale' Economique et intégration dans l، (3)14، 99-115.

دور براءات الاختراع في تحقيق ريادة الأعمال في مجال تنافسية المنظمات في الجزائر

The role of patents in achieving entrepreneurship On the competitiveness of organizations in Algeria

صالحة لعمرى¹، نبيلة أقوجيل²

¹ جامعة محمد خيضر بسكرة(الجزائر)

² جامعة محمد خيضر بسكرة(الجزائر)

ملخص: يعد استغلال براءة الاختراع أحد أهم الآليات المعتمدة لتحسين أداء وتنافسية المنظمات، فهو يساعد على جلب المعرفة ويساهم في التحاق المنظمة بركب التطور التكنولوجي وتنمية الاقتصاد الوطني، الأمر الذي ينتج عنه بالضرورة خلق فرص عمل جديدة والقضاء على البطالة وزيادة الناتج القومي، وقد نظم المشرع الجزائري عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع بنص المادة 1/37 من الأمر رقم 07/03 المتعلق ببراءات الاختراع، وعرفه بأنه اتفاق يتم بين صاحب براءة الاختراع وهو المرخص وصاحب المشروع وهو المرخص له يمنح بموجبه رخصة باستغلال اختراعه بشروط محددة وخلال مدة زمنية معينة، ينقل له بموجبه حقه في استعمال واستغلال الاختراع، ويبرم العقد باحترام مجموعة من الشروط الشكلية منها كتابة العقد وضرورة تسجيله، بالإضافة إلى الشروط الموضوعية المتمثلة في وجوب صدور الترخيص من صاحب البراءة، وأن يرد الترخيص على اختراع مسجل، كما يجب ألا يتضمن العقد شروطاً تعسفية تعيق عملية الاستغلال، وتترتب عليه بالضرورة التزامات المتقابلة بين المرخص والمرخص له لاستغلال براءة الاختراع في مختلف القطاعات، وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي، كما سجلنا مجموعة من الانتقادات والنقائص حول تفعيل هذا العقد لتحقيق ريادة الأعمال في المنظمة فصلناها في المقال.

الكلمات المفتاحية: براءة الاختراع، ريادة الأعمال، تنافسية المنظمات، عقد الترخيص، المرخص، المرخص له.

Abstract patent exploitation, The most important mechanisms adopted To improve the performance and competitiveness of organizations, Helps to bring know-how, It contributes to keeping pace with technological development, and developing its national economy. It necessarily results in the creation of new job opportunities, eliminating unemployment and increase the national product. The Algerian legislator organized the licensing contract Article 37 of Ordinance 03/07 related to patents, it defined an agreement between the owner of the patent and the licensor; The owner of the project is the licensee He is granted a license to exploit his invention under specific conditions and during a certain period of time, He transfers his right to exploit the invention; The contract is concluded by respecting a set of formal conditions. It is the writing of the contract and register it. In addition to the objective conditions which is: the necessity of issuing a license from the patent owner, the necessity of issuing a license from the patent owner. And that the license is based on a registered invention, The contract must not contain arbitrary terms; It necessarily entails corresponding obligations between the licensor and the licensee

Keywords: Patent, leading businesses organizations competitiveness, licensor, licensee.

تعتبر حقوق الملكية الصناعية حجر الزاوية الذي يرتكز عليه القطاع الخاص، فهي المحرك الرئيسي لأغلب المشاريع في المجال الصناعي والتجاري، لذلك أولتها مختلف التشريعات عناية خاصة، وفرضت على أصحابها إجراءات لتسجيلها وضمان حمايتها القانونية من أي اعتداء قد يقع عليها، لاحتكار عملية استغلالها والتصرف فيها، لكونها تبين مدى التطور التكنولوجي الحاصل في مختلف الدول.

وقد أدى توالي الاختراعات إلى حدوث نقلة نوعية في وسائل الإنتاج، مما ترتب عليه اختصار الجهد والوقت والمال وزيادة تدفق الإنتاج، الأمر الذي دفع أصحاب المشاريع إلى إبرام عقود ترخيص مع المخترعين لاستغلالها على أكمل وجه وبطرق قانونية صحيحة لتحسين أداء مختلف المنظمات، ويمثل استغلال الاختراع في الحقيقة سلاح ذو حدين، فبالإضافة إلى اعتباره حقا من الحقوق الأساسية المقررة للمخترع، إلا أنه يشكل التزاما وعبئا عليه، إذ يتوجب عليه الاستغلال الحسن للابتكار، والحكمة من ذلك هي خدمة الاقتصاد الوطني وتلبية احتياجات البلاد، والجدير بالذكر أن المشرع لم يفرض على المخترع أن يستغل اختراعه بنفسه، بل مكه من أن يرخص للغير استغلاله إذا لم يستطع ذلك لتحقيق الغاية منه.

إذن يشكل الاستغلال وجهان لعملة واحدة فهو حق والالتزام في نفس الوقت، وإذا أخل بهذا الالتزام جاز للجهة المختصة أن تمنح للغير ترخيصا اجباريا به، ولذلك سنتطرق في هذه الورقة البحثية للترخيص التعاقدي (الاختياري) باعتباره أحد التصرفات القانونية التي يلجأ إليها صاحب البراءة، ويتم من خلاله نقل التكنولوجيا لمختلف أنحاء العالم، مما دفعنا لمعالجته كأحد أهم الآليات القانونية التي تمكن الدول من التحكم في مختلف نواحي التكنولوجيا، ويمر عقد الترخيص بمرحلتين هامتين لإتمام عملية إبرامه هي مرحلة التفاوض التي تمثل المرحلة التمهيدية حيث يفصح فيها المتعاقدين عن نواياهم وأهدافهم حول العقد، وتتم فيها عملية المساومة والمناقشة للعروض المقدمة من الطرفين لتقريب وجهات النظر بينهما، لتنتهي في الأخير إما بإبرام العقد أو العدول عنه، فإذا اكتمت العملية بالنجاح يتم الإبرام النهائي لعقد الترخيص عن طريق تحرير الصيغة النهائية له، ويجب الاختيار الدقيق للألفاظ والعبارات المحددة لكل الشروط المتعلقة به، كما يوضح الحقوق والالتزامات المترتبة عنه لتفادي أي غموض أو نزاع قد يحدث مستقبلا، الأمر الذي دفعنا إلى طرح الإشكالية التالية:

إلى أي مدى ساهمت براءات الاختراع في تحقيق ريادة الأعمال في مجال تنافسية المنظمات في إطار التوجه نحو اقتصاد

المعرفة؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية نذكر منها:

- ما هي الشروط التي تطلبها المشرع لإبرام عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع؟
- ماهي الشروط الموضوعية الواجب توفرها في الاختراع ليحصل على براءة؟
- ما الالتزامات المترتبة عن عقد استغلال براءة الاختراع؟

1.1. أهداف البحث المسطر التوصل إليها من خلال دراسة هذا الموضوع تتمثل في:

- دراسة سياسة المشرع الجزائري المتبعة في مجال براءات الاختراع للنهوض بعمل وتنافسية المنظمات وتشجيع الاستثمار من أجل دفع عجلة التنمية الاقتصادية في البلاد؛
- توضيح الشروط القانونية الواجبة لإبرام عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع؛
- تسليط الضوء على الالتزامات المترتبة على عاتق كل من المرخص والمرخص له بعد إبرام العقد؛
- الوقوف على الثغرات القانونية والنقائص التي تعترى الموضوع.

2.1. المنهج المعتمد في الدراسة: للإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا المنهج الوصفي بالتطرق لمختلف على الآراء الفقهية في الموضوع، والمنهج التحليلي من خلال تحليل النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع أبرزها الأمر رقم 07/03 المتعلق ببراءات الاختراع المتمم والمعدل والمرسوم التنفيذي رقم 275/05 المحدد لكيفيات إيداع براءات الاختراع واصدارها، وكذا الأمر رقم 03/03 المتعلق بقانون المنافسة المتمم والمعدل، وقد قمنا بمعالجة الموضوع من خلال تقسيمه إلى محورين أساسيين كما يلي:

- المحور الأول موسوم: بالشروط الواجب توفرها لإبرام عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع؛

- المحور الثاني بعنوان: الالتزامات القانونية المترتبة على عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع.

المحور الأول: الشروط الواجب توفرها لإبرام عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع

عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع هو اتفاق قانوني يمنح بموجبه صاحب براءة الاختراع (المرخص) رخصة لصاحب المشروع (المرخص له) تمكنه من استغلال هذا الاختراع في الإطار المحدد له قانونا، مع تحديد النطاق العقد الزمني والمكاني للعقد، بالإضافة إلى توضيح كل الشروط والآثار المترتبة عليه، ويكون ذلك بمقابل مادي.

يقول أبرهام لنكول ABERHAM LINKOLE " إن نظام براءات الاختراع يضيف اغراء يلهب حماس العباقرة " (Charchor, 2003). وقد عرف عقد الترخيص باستغلال البراءة بأنه " ذلك التصرف القانوني الذي يقوم المالك بالتنازل فيه عن حقه الاستثنائي في احتكار استغلال إنجازه للغير بصفة كلية أو جزئية خلال مدة معينة مقابل عائد مالي يتم تحديده في العقد" (فاضلي، 2013)، وبالتالي فهو تصرف قانوني يبرم بين المرخص (مالك البراءة) والمرخص له (صاحب المشروع) يتم فيه تحديد جميع بنوده وفقا لقاعدة العقد سريعة المتعاقدين المكرسة في نص المادة 1/106 من القانون المدني (الأمر رقم 58/75، 1975)، ولكي ينعقد صحيحا لا بد أن يستكمل الشروط الموضوعية والشكلية المطلوبة فالاختراعات هي المحرك الرئيسي لمختلف المشاريع.

أولا: الشروط الموضوعية لعقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع

يعتبر الترخيص الاختياري الوسيلة الأكثر اعتمادا فيما يخص عملية استغلال واستثمار براءات الاختراع إلا أن المشرع الجزائري لم يخصه بتنظيم قانوني واضح لمختلف حيثياته، وقد اختلف الفقهاء حول تحديد الطبيعة القانونية لعقد الترخيص الاختياري (التعاقدي) باستغلال براءة الاختراع، حيث كيف في البداية بأنه يشبه عقد الشركة لما يتضمنه من بذل جهد مشترك بين الطرفين، ومنهم من رأى بأنه ينطبق عليه تكييف براءة الاختراع في حد ذاته واعتبره عقد إداري، كما كيف بأنه حق انتفاع يقع على براءة الاختراع، إلا أن القضاء الفرنسي استدرك الأمر لعدم توافق طبيعة هذا الحق مع عقد الترخيص، لذلك نادى بعض الفقه بإمكانية ادراجه ضمن عقود الايجار، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية المحل الوارد عليه العقد وهو (براءة الاختراع)، لكونها مال منقول معنوي يمنح للمرخص له مجرد حق شخصي، بالإضافة إلى أنه لا يمنع مالك براءة الاختراع من منح تراخيص أخرى على نفس الاختراع إذا كان الترخيص بسيطا (زواوي، 2020/2019)، وبذلك يمكن اعتباره عقد ايجار ذو طبيعة خاصة، ويمكن إجمال الشروط الموضوعية لهذا العقد فيما يلي:

- صاحب الترخيص باستغلال البراءة: يعتبر عقد الترخيص عقد ملزم لجانين، لذلك يجب أن يصدر التعبير عن الإرادة من طرفي العقد وهما: **المرخص** وهو الشخص مانح الحق باستغلال براءة الاختراع (مورد التكنولوجيا) سواء بشكل كلي أو جزئي وقد يكون مالك البراءة أو خلفه أو المرخص له في بعض الأحيان، **والمرخص له** وهو متلقي الحق في استغلال براءة الاختراع سواء كليا أو جزئيا لمدة زمنية معينة (مستورد التكنولوجيا).

ويجب أن يتمتع بالأهلية الكاملة طبقا لنص المادة 40 من القانون المدني، ولم يعتبر أي منهم بأي عارض من عوارض الأهلية، مع احترام الإجراءات القانونية الواجبة في الحالة الأخيرة، ويتبادل المتعاقدان الايجاب والقبول المتطابقين لإبرام عقد

الترخيص باستغلال براءة الاختراع بشكل صحيح طبقا لنص المادة 59 من القانون المدني، كما يجب ألا يقع أحدهما في أي عيب من عيوب الإرادة إلا كان العقد قابلا للإبطال.

يمكن أن يصدر الترخيص باستغلال براءة الاختراع من المالك في حد ذاته، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، فإذا توصل إلى الاختراع بمفرده فالأمر لا يثير أي إشكال، أما إذا كان مملوكا على الشيوع كأن يتوصل إلى الاختراع مجموعة من الأشخاص بالاشتراك فيما بينهم، فيصدر الترخيص بموافقة جميع الشركاء إذا كان الترخيص استثنائيا، ويمكن لكل شريك إبرام عقد ترخيص شريطة ابلاغ بقية الشركاء في الترخيص غير الاستثنائي (حواس، 2022)

كما يمكن أن يصدر الترخيص من المرخص له الأول (في الترخيص من الباطن) إذا كان عقد الترخيص بالاستغلال مطلق أي يجيز ذلك، وبذلك لا يكون المرخص هو المالك لبراءة الاختراع، أما إذا تم الترخيص من طرف شخص معنويا يجب إبرامه من طرف الوكيل القانوني له.

- أن يرد عقد الترخيص على براءة اختراع (مسجلة): لكي يكون العقد صحيحا يجب أن تتوفر في المحل الشروط العامة وهي يكون المحل موجود أو قابل للوجود، ومعينا أو قابل للتعين ومشروع غير مخالف للنظام العام والآداب العامة طبقا لنص المواد من 92 إلى 95 من القانون المدني، ومحل العقد هنا هو براءة اختراع بحيث يجب أن يتم العقد على اختراع مسجل في الجهة المختصة وهي المعهد الوطني للملكية الصناعية أي تتوفر على جميع الشروط الموضوعية، بحيث ينطوي على خطوة ابتكارية جديدة وأصلية ناتجة عن نشاط فكري ولها ذاتيتها الخاصة طبقا لنص المادة 05 من الأمر رقم 07/03، وفي هذا الصدد لا بد من الاستعانة بحالة التقنية الموجودة للمقارنة الاختراع الذي توصل إليه وبين ما تم إنجازه سابقا، لمعرفة مدى التقدم المحرز أي توفر ما يسمى " بحالة الابداهة " فيتضمن حلا لمشكلة تقنية موجودة (CLAUDE-TRAPIERS, 2001).

كما اشترط المشرع الجودة في الاختراع طبقا لنص المادة 04 من الأمر رقم 07/03، وتقاس جودة الاختراع بالنظر إلى حالة التقنية الموجودة، ويقصد بحالة التقنية " كل ما يصل إلى العموم (الجمهور)، ويوضع في تناوله قبل إيداع الطلب، ويكون معروفا في الفن الصناعي، سواء بواسطة وصف كتابي أو شفوي أو استعمال أية وسيلة أخرى تقدم معلومات ومعارف تمكن رجل المهنة من القيام بها دون أي عناء، ورجل الحرفة هو ذلك الشخص الذي يملك المعارف والمعلومات العامة والعادية المتعلقة بالقطاع الصناعي والتي توصله إلى بديهيات هذا المجال (JEAN-MARC MOUSSERON et ANNIE SONNIER, 1978)، والجدة تتضمن شقين الجودة الموضوعية ألا يعرف الاختراع في المجال التقني للتخصص، والجدة الشكلية أي لم يسبق منح براءة لأحد بشأنها (العتيبي، 2016)، فوجب أن يترتب على استعمال الاختراع نتيجة صناعية، أو تصلح للاستغلال في مجال الصناعة، وبالتالي تستثنى باقي الابتكارات غير القابلة للتطبيق الصناعي لأنها تبقى مجرد أفكار علمية فهي عبارة عن قانون علمي وغير قابلة لاستحقاق أي سند حماية (Charchor, 2003).

كما يجب ألا يخالف الاختراع النظام العام والآداب العامة طبقا لنص المادة 2/08 من الأمر رقم 07/03، وبالتالي أن يتمتع بشرط المشروعية التي تشكل عنصرا جوهريا للحصول على سند براءة الاختراع، ومعنى المشروعية " هو أن يكون الابتكار غير مخالف للقانون، أو منافي للآداب العامة ولا يناقض المصلحة العامة، وهذا الأمر يخضع للسلطة التقديرية المصلحة المختصة (DROIT DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE، BURST، 1998).

ويجب أن يكون صاحبها قد احترم كل إجراءات الإيداع المنصوص عليها في الأمر 07/03، بالإضافة إلى دفع الرسوم المقررة، ليتمكن المرخص له من ممارسة حقه ورد أي اعتداء قد يقع عليها.

- عدم فرض شروط تعسفية على المرخص له: وذلك لكي لا يقيد ولا يحد من عمل المنظمة، ويطلق عليها أيضا (الشروط التقييدية) (الهمشري، 2009) يعتبر عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع عقدا ناقلا للتكنولوجيا وبالتالي يجب ألا يتضمن ما يعيق هذه العملية من شروط تعسفية من المرخص، كما يجب ألا يتعارض مع المبدأ الذي يحكم اقتصاد السوق هو حرية المنافسة، حيث أكد نص المادة 61 من التعديل الدستوري 2020 (2020/12/30، 2020/12/30) على أن " حرية التجارة والاستثمار والمقاوله مضمونه، تمارس في إطار القانون"، وعليه كرس ضمنا حرية المنافسة بين كل المشاريع الصناعية والتجارية.

وقد سعت أغلب الدول ومنها الجزائر إلى تكريس هذا المبدأ من خلال سن مجموعة من التشريعات في هذا المجال أهمها: القانون رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة (الأمر رقم 03/03، 20 يوليو 2003 المعدل والمتمم) المحدد لشروط وقواعد المنافسة في السوق، لتفادي كل الممارسات المقيدة للمنافسة قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، والقانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (القانون رقم 02/04، 23 يونيو 2004)، الذي يحدد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين في إطار احترام المنافسة المشروعة.

من هذا المنطلق يبرم المرخص له صاحب المشروع (متلقي أو مستورد التكنولوجيا) عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع، لكي توضع المعارف والإمكانات اللازمة من طرف المرخص صاحب البراءة (المانح أو المورد) في يده للتحكم في التكنولوجيا ويحقق الفوائد والأرباح جراء هذا الاستثمار، وقد منع المشرع المرخص من القيام بأي تصرف من شأنه عرقلة عملية الاستغلال بموجب بنص المادة 2/37 من الأمر رقم 07/03 بقولها " تعد باطلة البنود الواردة في العقود المتصلة بالرخصة إذا فرضت على مشتري الرخصة في المجال الصناعي أو التجاري تحديدا تمثل استعمالا تعسفيا للحقوق التي تخولها براءة الاختراع بحيث يكون لاستخدامها أثر على المنافسة في السوق الوطنية".

والمقصود بالشروط التعسفية هي الشروط الناجمة عن عدم تساوي المركز القانوني للمتعاقدين، وبالتالي يفرضها الطرف القوي في العلاقة التعاقدية (وهو المرخص أو مانح التكنولوجيا) على الطرف الضعيف (وهو المرخص له أو متلقي التكنولوجيا) نتيجة لاحتكاره للسعة أو الخدمة، وفي هذه الحالة نتيجة احتكاره وسيطرته على عملية نقل التكنولوجيا، وبالتالي تؤدي هذه الشروط التعسفية إلى تقييد حرية المرخص له في استغلال براءة الاختراع موضوع الرخصة، فمن باب أولى التأثير على حرية المنافسة، وقد أبطأ المشرع بقوة القانون كلما يمكن أن يشكل ضررا على حرية المنافسة، كما حظر قانون المنافسة وضعية الهيمنة الاقتصادية في نص المادة 03 من الأمر رقم 03/03 أن " وضعية الهيمنة الاقتصادية هي الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو مومنيها"، ثم عدد في نص المادة 07 من نفس الأمر حالات وضعية الهيمنة، كما منعت إتفاقية تريبس (اتفاقية تريبس، 1994/04/16) الشروط التقييدية في نص المادة 40 منها لأنها تعيق نشر التجارة، كما أن لها آثار سلبية على المنافسة، لذلك منحت هذه الاتفاقية للدول الأعضاء فيها الحق في اتخاذ التدابير اللازمة لمنع أي ممارسات احتكارية وتقييدية.

ثانيا: الشروط الشكلية لعقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع

اشترط المشرع على المتعاقدين احترام الشروط الشكلية ليكون عقد الترخيص منتجا لآثاره القانونية بين المتعاقدين، ويكون نافذا في مواجهة الغير لاكتمال الوجود القانوني للعقد، ليتمكن المرخص له من حماية حقوقه في مواجهة المرخص وكذا الغير.

- شرط الكتابة: بتصفح أحكام الأمر رقم 07/03 نجد أن المشرع في نص المادة 2/36 نص على أنه "تشرط الكتابة في العقود المتضمنة انتقال الملكية أو التنازل عن حق الاستغلال أو توقف هذا الحق أو رهن أو رفع الرهن المتعلق بطلب براءة اختراع أو براءة اختراع وفقا للقانون الذي ينظم هذا العقد..."، كما أكد على ذلك أيضا نص المادة 1/37 بقولها "يمكن صاحب براءة الاختراع أو طالبها أن يمنح لشخص آخر رخصة استغلال اختراعه بموجب عقد".

إذن ألزم المشرع المتعاقدين بكتابة عقد الترخيص بالاستغلال المبرم بينهما ليكون صحيحا وقانونيا، إلا أنه لم يحدد نوع الكتابة المطلوبة رسمية كانت أو عرفية، وعليه فالعقد الشفهي لا تنتج آثاره القانونية بين المتعاقدين، كما لا يحتج به في مواجهة الغير، والمفروض أن تكون كتابة رسمية لأن قيمة براءة الاختراع عادة ما تتجاوز قيمة 100.000.00 دج وفقا للقواعد العامة التي نصت عليها نص المادة 333 من القانون المدني.

- شرط التسجيل: اشترط المشرع وجوب تسجيل عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع في سجل البراءات، وهو ما يستفاد من نص المادة 36 في آخر الفقرة الثانية بقولها "....، ويجب أن تقيّد في سجل البراءات"، وكذا في الفقرة الثالثة من نفس المادة بقولها "لا تكون العقود المذكورة في الفقرة أعلاه نافذة في مواجهة الغير إلا بعد تسجيلها".

يستفاد من هذه المادة أن المشرع أكد على ضرورة تسجيل عقد الترخيص باستغلال البراءة في السجل الخاص بالبراءات الموجود على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية، وعليه إذا لم يستكمل هذا الاجراء لا يمكن للمرخص له حماية حقوقه، أو رد أي اعتداء يقع على براءة الاختراع التي يستغلها، كما نصت على وجوب التسجيل طبقا لنص المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 68/98 (المرسوم التنفيذي رقم 68/98، 1998/02/21) التي وضحت المهام الموكلة للمعهد الوطني للملكية الصناعية، وذكرت من بينها دراسة العقود الخاصة بالملكية الصناعية وعقود التراخيص.

يودع طلب التسجيل إما من طرف صاحب الطلب شخصيا إذا كان شخصا طبيعيا أما إذا كان معنويا عن طريق ممثله، وفي حال انتقال الحقوق يرفق الطلب بما يثبت ذلك، ويتم إما بالحضور الشخصي للمعني أو بإرساله عن طريق البريد برسالة مع اشعار الاستلام أو أي وسيلة أخرى تثبت الاستلام.

المحور الثاني: الالتزامات المترتبة على عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع

يساهم عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع في زيادة الاستثمار، ودفع عجلة التنمية الاقتصادية، ويجب تحديد مجال العقد بتوضيح النطاق الزمني له، والذي لا يمكن أن يتجاوز مدة 20 سنة وهي الفترة القانونية للتمتع بملكية براءة الاختراع، كما يجب أن يحدد النطاق المكاني أي المجال الجغرافي الذي يمتد إليه استغلال هذه البراءة، بالإضافة إلى تحديد النطاق الموضوعي للاستغلال أي تبيان ما إذا كان الترخيص كلياً أو جزئياً للبراءة في العقد.

وطبقا لقاعدة العقد شريعة المتعاقدين فإن للمتعاقدين مطلق الحرية في تحديد الحقوق والالتزامات المتقابلة في ذمة الطرفين، ويتم تنفيذ العقد وفقا لمبدأ حسن النية واستنادا لما تقتضيه طبيعة التصرف وقواعد القانون ومجريات العرف، وبما أن عقد الترخيص من عقود المعاوضة فكل طرف يأخذ عوض عما يقدمه، إذ يترتب على كونه من العقود التبادلية تبادل الالتزامات في ذمة كل طرف.

أولا: الالتزامات المترتبة في ذمة المرخص

إذا أخل الاختراع بالنظام العام والآداب، أو إذا ألقى ضرراً بالصالح العام للمجتمع لا تمنح وثيقة براءة الاختراع للمخترع، كصنع آلة للعب القمار أو لتزييف الأوراق النقدية، أو لفتح الخزائن الحديدية، أو لتسهيل سرقة البنوك أو السطو على المنازل أو ابتكار طريقة لحفظ الأغذية باستخدام مواد مضرّة بالصحة، فلا يمكن تسجيلها وتستبعد من نطاق الحماية

القانونية على الرغم من توفر بقية الشروط، والغرض من استبعادها مراعاة المصلحة العامة للمجتمع فالاعتبارات الإنسانية فوق كل شيء، وعليه يجب أن يخدم الاختراع الإنسان ولا يستخدم ضده، وعلى المخترع مراعاة الذوق العام وأخلاقيات المجتمع في كل ما يحاول الوصول إليه، لأن الذات الإنسانية ليست محلا للتجارب ولا للاتجار (GUYON، 1996).

وبما أن عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع عقد ملزم لجانبين، يلتزم المرخص والمرخص له بموجبه بعدة التزامات نجملها فيما يلي:

- تسليم براءة الاختراع وملحقاتها: يقصد به تمكين المرخص له من الانتفاع بالبراءة أي مباشرة جميع الاعمال والتصرفات المقررة لاستغلال البراءة، حيث يقوم المرخص بتسليم المعرفة الفنية، ويستحسن النص على ذلك صراحة في العقد لتفادي أي نزاعات مستقبلا (العتيبي، 2016).

إذن يجب على المرخص (مانح التكنولوجيا) أن يقوم بكل الأعمال الإيجابية لإتمام عملية تسليم براءة الاختراع للمرخص له (متلقي التكنولوجيا) ليتمكن فعليا من استغلالها، عن طريق تقديم الوثائق والارشادات والتعليمات الموضحة لها والمسهلة لعملية استخدام المعرفة الفنية المتعلقة بها، والقيام بكافة الأعمال الضرورية لنجاح عملية استغلالها، كتزويده بالموظفين المختصين والخبراء الفنيين لتدريب عمال وموظفي المرخص له على استخدام الآلات والأجهزة المستخدمة في عملية الإنتاج، وتقديم المساعدة الفنية بشكل دوري ومستمر لكونها أمر هام لتمام عملية التصنيع، وذلك تطبيقا للقاعدة العامة التي تفرض على طرفي العقد تنفيذه طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية طبقا لنص المادة 1/107 من القانون المدني.

أما عن التحسينات المتعلقة بالبراءة فالأصل نقلها أولا بأول إذا كانت من ضرورات الاختراع ومتعلقة به، على ألا يقوم المرخص بنقلها إلى المرخص له إذا لم ترتبط بالاختراع موضوع عقد الترخيص بحيث تخصص لها عقود منفردة ومستقلة.

- التزام المرخص بالضمان: يلتزم المرخص (صاحب البراءة) بالضمان لصحة محل العقد للاستغلال، وذلك بداية بضمان صحة براءة الاختراع بأن يرد عقد الترخيص على اختراع مسجل أي تتوفر على الشروط الموضوعية اللازمة، مع إكمال إجراءات التسجيل القانوني، كما يتعين على المرخص دفع الرسوم السنوية بحيث لا يسقط حق الاستغلال، فلا تكون البراءة مهددة بالبطلان أثناء عملية الاستغلال طبقا لنص المادة 53 من الأمر رقم 07/03، ويسقط الالتزام بالضمان في الحالات التالية (زواوي، 2020/2019):

• شرط عدم المنازعة: يتنازل المرخص له عن حق الرجوع على المرخص عند بطلان البراءة

• شرط اعتراف المرخص له بصحة البراءة: وهو تنازل ضمني عن المناقشة في صحة البراءة أمام القضاء.

ويشمل الالتزام بالضمان في براءة الاختراع ضمان العيوب الخفية من جهة فيطالب المرخص له المرخص بإصلاح العيب الذي اكتشفه، كما يجوز له في حال كون إصلاح العيب أمر مرهق أو مستحيل المطالبة إما بإنقاص المقابل بما يتلاءم مع نقص الاستغلال، كما يمكنه المطالبة بفسخ العقد وفقا للقواعد العامة.

وبما أن عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع يشبه إلى حد كبير عقد الإيجار فيما يخص عملية الانتفاع، فإنه يتعين على المرخص ضمان عدم التعرض والاستحقاق لكي يتمكن المرخص له من تمام عملية الاستغلال والانتفاع بالبراءة بشكل قانوني وهادئ دون أي منازعة سواء من المرخص له شخصيا طبقا لنص المادة 483 من القانون المدني، أو من الغير من خلال رد جريمة التقليد مثلا، أما إذا لم يرد التعرض يلتزم المرخص باستحقاق التعويض للمرخص له جراء نزع اليد الجزئي أو الكلي الناتج عن الاعتداء.

-الالتزام بتحمل التبعة: يمكن أن يرافق عملية استغلال التقنية الناتجة عن توريد التكنولوجيا أضرار إما على الفرد أو البيئة بصفة عامة (زواوي، 2019/2020)، لذلك يتعين على مورد التكنولوجيا (المرخص) تحمل تبعات المخاطر الناشئة عن الاستغلال.

ثانيا: الالتزام المترتبة في ذمة المرخص له

المرخص له هو متلقي التكنولوجيا وهو المستفيد من العقد بحيث يقوم باستغلال براءة الاختراع محل العقد للتحكم في التكنولوجيا وتحقيق الأرباح نتيجة عملية استثمارها، لذلك تضاف إلى ذمته مجموعة من الالتزامات أهمها ما سيأتي بيانه:

-الالتزام بدفع المقابل: يعتبر المقابل أهم التزامات الملقاة على عاتق المتلقي لما حصل عليه من معارف تقنية وخبرات فنية من المرخص مانح براءة الاختراع الذي أنفق أموالا طائلة للوصول إليها، وهو يشكل الشق الثاني للمحل في عقد الترخيص بالاستغلال، والمقابل " هو ما يدفعه المرخص له جراء المنفعة والأرباح التي تعود عليه طول مدة العقد، وقد يدفع هذا الأخير بصفة دورية أو دفعة واحدة على حسب الاتفاق المبرم بين المتعاقدين".

ويمثل المقابل القيمة الاقتصادية المحققة من استثمار براءة الاختراع عن طريق عقد الاستغلال، وتختلف صور المقابل بحسب الاتفاق المسبق بين الطرفين، فيمكن أن يكون نقديا(مالي)، كما يمكن أن يقدر عينيا بالحصول على نسبة من الإنتاج، كما يمكن أن يأخذ المقابل صورة مقايضة بتكنولوجيا أخرى (الهمشري، 2009).

-الالتزام باستغلال براءة الاختراع: يعتبر الاستغلال وجهين لعملة واحدة فهو حق وواجب في نفس الوقت، ويعتبر الاستغلال التزام قانوني فإذا لم يقوم صاحب البراءة باستغلالها بنفسه أو بواسطة غيره عن طريق الترخيص التعاقدية (الاختياري)تقوم الدولة عادة بانتزاعها منه عن طريق ما يسمى بالترخيص الاجباري طبقا لنص المادة 38 من الأمر رقم 07/03 فهو سلاح ذو حدين، لذلك يجب على المرخص له بالاستغلال استثمار براءة الاختراع بالشكل المعدة له وعلى أحسن وجه بالكيفية المتفق عليها، وبحسن نية في النطاق الجغرافي المتفق عليه مع الاستمرار في ذلك طيلة المدة المحددة، وإلا تمكن المرخص إعمال حق الفسخ نتيجة لما قد يلحقه من أضرار جراء هذا الخطأ العقدي (عدم الاستغلال أو نقص الاستغلال) وفقا للقواعد العامة وهو إما نزع البراءة منه أو عدم تحقيق الناتج المتوقع من الأرباح، خاصة إذا كان المقابل المادي محدد بنسبة مئوية من الأرباح المحققة دوريا، أو نسبة من رقم الأعمال والمبيعات المسجلة، أي كان نوع الترخيص بسيطا أو استثنائيا، كما يمثل استغلال براءة الاختراع تجسيد فعلي لحق المخترع الأدبي.

ولا يجوز للمرخص فسخ العقد إذا كان عدم الاستغلال ناتج عن صعوبات تقنية تجعل الاختراع غير قابل للاستغلال الصناعي ولم يتمكن هذا الأخير من التغلب عليها (صالح، 2006)، وهنا يبرز دور المرخص في المرافقة الدورية للمرخص له في عملية الاستغلال، ويجب أن يتم الاستغلال بصفة شخصية وفعلية لبراءة الاختراع بموجب العقد المبرم بينهما، أما عن الترخيص الفرعي أو الترخيص من الباطن فيجب الاتفاق عليه صراحة مسبقا بين المتعاقدين بإيراد بند واضح وصريح، أو يطلب موافقته اللاحقة إن أراد الترخيص من الباطن لتفادي أي نزاع ممكن أن يقع مستقبلا.

-الالتزام بالمحافظة على السرية: يجب على كل من مانح التكنولوجيا ومتلقها النص على شرط المحافظة على سرية المعلومات المتعلقة بالاختراع بشكل واضح ومحدد من حيث طبيعة وحدود الالتزام بالنسبة للمرخص له والعاملين معه من خبراء وتقنيين ومستشارين، فيحافظ على سرية طريقة التصنيع، ويتخذ التدابير اللازمة لعدم افشائها، وينص على ذلك في نفس العقد كما قد يتم اللجوء إلى عقد لاحق مستقل للتأكيد على التزام المحافظة عليها (زواوي، 2019/2020)، وذلك نظرا لتأثيرها على مدى احتكار وجود الإنتاج وعدم تقليد براءة الاختراع.

ويبدأ التزام المرخص له بالمحافظة على سرية المعلومات الفنية التي تحصل عليها نتيجة إبرامه لعقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع منذ مرحلة المفاوضات، بالإضافة إلى الالتزام بسرية التحسينات المتعلقة به، وعادة ما يأخذ صاحب البراءة تعهد كتابي من طالب الترخيص نظرا للقيمة التجارية لهذه المعلومات، وإن أهمل ذلك فإنه يحى وفقا لقواعد المسؤولية التقصيرية، كما يستمر ذلك إلى غاية انتهاء مدة العقد، ولا يجوز له الإفصاح عنها بعد نهايته للغير كونه يؤثر على القيمة الاقتصادية للاختراع.

4. خاتمة:

أدركت جميع الدول أهمية استغلال الاختراعات في المجال التنافسي بين المشروعات الصناعية والتجارية، لأنه يؤدي إلى تطوير القدرة على الابتكار والتميز في مختلف القطاعات، ويتم هذا من خلال الحصول على المعرفة الفنية المتوصل إليها في المجال العلمي والتكنولوجي عن طريق عقود الترخيص باستغلال براءات الاختراع في إطار قانوني متكامل لخدمة المجتمع مع مراعاة المصالح المتعارضة بين مورد التكنولوجيا ومتلقيها (المرخص والمرخص له)، لهذا سعت كل القوانين منذ الثورة الصناعية إلى ضبط براءات الاختراع من خلال توضيح الشروط الواجب توفرها في الاختراع لكي يحصل على براءة ويكون محل العقد صحيحا، وهو ما قام به المشرع الجزائري أيضا من خلال ما سنه من قوانين متعاقبة لتنظيمها وتنشيط عملية الاستثمار في مختلف المجالات.

وقد قمنا في هذا البحث بتسليط الضوء على عملية استغلال براءة الاختراع الذي زاد الاهتمام به في الآونة الأخيرة باعتباره يمثل أهم صورة لنقل التكنولوجيا خاصة بعد تحول العالم نحو اقتصاد المعرفة، حيث وضحنا بشيء من التفصيل محل هذا العقد ألا وهو براءة الاختراع، ثم عرجنا في شق ثان على الشروط الواجب توفرها فيه، للوصول في الأخير إلى توضيح الالتزامات الثابتة في ذمة كل طرف.

وعقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع ليس ناقلا للملكية، وإنما يرمي إلى تسهيل عملية الانتفاع من براءة الاختراع وفقا للغايات المقررة لها، ونظرا لتزايد التركيز على عقود نقل التكنولوجيا في الآونة الأخيرة، وتعارض مصالح الطرفين عند التطبيق العملي لها سجلنا عدة نقائص قانونية في القانون رقم 07/03 حول هذه الجزئية حيث بيننا مواطن الخلل والنقص لدى المشرع الجزائري عند تنظيم هذا العقد، لذلك أوردنا جملة من التوصيات نجملها فيما يلي:

- لم يول المشرع الجزائري أهمية كافية لعقد الترخيص الاختياري باستغلال براءة الاختراع مع أنه وسيلة فعالة لرفع أداء المنظمات، بحيث أفرد له مادة واحدة فقط هي 37 من القانون رقم 07/03، في حين كان يتوجب عليه وضع نظام متكامل خاص به لما له من تأثير على تشجيع الاستثمار ودفع عجلة التنمية الاقتصادية وبالتالي زيادة الدخل الوطني.
- الأولى بالمشرع أن يعطي مرحلة المفاوضات في عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع عناية كافية بالتنظيم والترتيب، كونها الخطوة الأساسية لتحديد مسار العقد إما بالإبرام أو العدول عنه، وعدم الاكتفاء بما ورد في القواعد العامة نظرا للدور البارز الذي تلعبه هذه العقود في المجال الاقتصادي.
- لا بد من تنظيم فكرة التزام المرخص له بالمحافظة على المعلومات السرية المتحصل عليها من المرخص أثناء عملية التفاوض، والجزاء المترتب على إفشائها في حال عدم إبرام العقد النهائي، وكذلك مصير هذه المعلومات بعد انتهاء العقد.
- التطرق لفكرة الوعد بالتعاقد في مجال عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع، وعدم تركها للقواعد العامة لتفادي عمليات الغش بين المتعاقدين أمام المصالح المتعارضة للطرفين، وعدم تغليب مصلحة أحدهما على الآخر.

- لم يفصل المشرع في فكرة الشروط التعسفية (التقييدية) واكتفى بفقرة واحدة فقط وهي الفقرة 02 من نص المادة 37 من الأمر رقم 07/03، في حين كان من الأجدر تحديدها بشيء من التفصيل على غرار ما ورد في قانون رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة، وما جاء في اتفاقية تريبس من شروط للحفاظ على حقوق الأطراف المتعاقدة.
- توضيح نوع الكتابة الواردة في نص المادة 36 من الأمر 07/03 عند إبرام عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع لماله من قيمة عالية في مجال الاستثمار.
- ضرورة وضع نماذج لعقود الترخيص باستغلال براءة الاختراع بمساعدة خبراء وفنيين في مجالي القانون والاقتصاد تحتوي على صياغة واضحة ومتكاملة، بحيث توضح شروط الإبرام والحد الأدنى لمدد الترخيص، وكذا الوضع القانوني الساري على التحسينات المرتبطة بالاختراعات، والالتزامات المترتبة عنه كي لا يتمكن أي منهما من التلاعب أو التهرب من تنفيذ الالتزامات الملقاة على عاتقه ليعود بالنفع على الطرفين بشكل متعادل، ولتفادي حدوث نزاعات في المستقبل.
- ضرورة تنظيم فكرة الترخيص من عملية الباطن أو الترخيص الفرعي، بتوضيح الحالات التي يتمكن فيها المرخص له من ذلك لحسم الأمر وعدم الوقوع في نزاعات مستقبلية.
- تبيان الطرق التي يلجأ إليها المتعاقدين لحل ما قد يقع من نزاعات مختلفة بمقتضى هذا العقد، لما له من تأثير على حجم الاستثمار وعلى الاقتصاد الوطني للدول.

5. المراجع:

1. 30/12/2020، د. 2. (30/12/2020). التعديل الدستوري للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية..
2. BURST, A. C.-J. (1998). DROIT DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE (éd. 5ème). paris: Dalloz.
3. BURST, A. C.-J. (5ème édition). DROIT DE LA PROPRIETE INDUSTRIELLE. paris: Dalloz.
4. Charchor, M. (2003). PROPRIETE INDUSTRIELLE. Alger: Edik.
5. CLAUDE-TRAPIERS, A. (2001). DROIT DES AFFAIRES. PARIS: BREAL.
6. GUYON, Y. (1996). , DROIT DES AFFAIRES (éd. 9ème , Vol. Tome01). Paris: economica.
7. JEAN-MARC MOUSSERON et ANNIE SONNIER, , (1978). LE DROIT FRANÇAIS NOUVEAU DES BREVETS D'INVENTION. PARIS: librairies techniques.
8. اتفاقية تريبس (16/04/1994). Dans :اتفاقية جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (التريبس)، الاحكام العامة والمبادئ الأساسية. www.wipo.in.
9. الأمر رقم 03/03 (20 يوليو 2003 المعدل والمتمم). (بالمنافسة).
10. الامر رقم 58/75 (1975). Dans :ا. الرسمية (Éd.)، القانون المدني.
11. العتيبي، ص. ف. (2016). استثمار براءة الاختراع في النظام القانوني السعودي (دراسة تحليلية). (السعودية: مركز الدراسات العربية.
12. القانون رقم 02/04 (23 يونيو 2004). Dans : (المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، .
13. المرسوم التنفيذي رقم 68/98 (21/02/1998). Dans :انشاء المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ويحدد قانونه الأساسي .
14. الهمشري، ع. (2009). عقود نقل التكنولوجيا الالتزامات المتبادلة والشروط التقييدية (دراسة مقارنة). (الأردن: دار الثقافة.
15. حواس، ف. (2022). جانفي. (الجوانب القانونية لعقد ترخيص براءة الاختراع). م. ا. السياسية (Éd.)، مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد السادس) العدد الاول، p. 292.
16. زاوي، س. ب. (2019/2020). عقد الترخيص باستغلال براءة الاختراع في التشريع الجزائري. باتنة: جامعة الحاج لخضر باتنة 01.
17. صالح، ف. ز. (2006). الكامل في القانون التجاري الجزائري الحقوق الفكرية (Vol. القسم الثاني). (الجزائر: دار ابن خلدون.
18. فاضلي، ا. (2013). الملكية الصناعية في القانون الجزائري. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

حاضنات الأعمال كآلية فعالة لدعم رواد الأعمال – تجربة الولايات المتحدة الأمريكية –

Business incubators as an effective mechanism for supporting entrepreneurs - the experience of the United States of America -

براهيمي أسية¹، بوري صراح²

¹ المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان، الجزائر

² المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان، الجزائر

ملخص: لقد تزايد الاهتمام مؤخرا بدراسة دور حاضنات الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة بسبب خصوصيتها وأهميتها، حيث أصبحت تلعب دورا مهما في عملية النهوض الاقتصادي للعديد من البلدان من خلال تقديمها خدمات واسعة تستفيد منها جميع القطاعات وتوفرها لفرص عمل لكثير من الأيدي العاملة، نسعى من خلال هذه الورقة العلمية دراسة تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في حاضنات الأعمال والتي تعتبر من أقدم التجارب في ميدان حاضنات الأعمال وأول الدول المبتكرة لفكرة الحاضنات كوسيلة لدعم المشروعات، حيث تتوفر على العديد من الحاضنات والتي تتوزع في العديد من المناطق الجغرافية منها، وغالبا ما يتم تمويلها من قبل الحكومة.

الكلمات المفتاحية: حاضنات الأعمال، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الشركات ناشئة، تجربة الولايات المتحدة الأمريكية.

Abstract: Interest has recently increased in studying the role of business incubators for small and medium enterprises and startups because of their specificity and importance, as they have become playing an important role in the process of economic advancement of many countries by providing wide services benefiting all sectors and providing job opportunities for many manpower, we seek through This scientific paper is a study of the experience of the United States of America in business incubators, which is considered one of the oldest experiences in the field of business incubators and the first countries to innovate the idea of incubators as a means to support projects, as it has many incubators that are distributed in many geographical areas. It is often funded by the government.

Keywords: business incubators, small and medium enterprises, startups, the experience of the United States of Americ.

1. مقدمة:

على الرغم من أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة إلا أنها لا زالت تواجه العديد من المشاكل والعقبات للوصول إلى وفورات الحجم الاقتصادي، ضعف الابتكار، عدم توافر الإمكانيات المادية، وكذلك عدم وجود قاعدة بشرية تتمتع بدرجة عالية من المعرفة والكفاءة والقدرة على مواكبة النمو المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، لذلك كان لزاماً على مختلف الدول إحاطة المشروعات الصغيرة والمتوسطة بالعناية اللازمة لتمكين من مواجهة الصعوبات والمعوقات التي كثيراً ما كانت تؤدي إلى فشلها وزوالها، ومن هذا المنطلق نشأت فكرة حاضنات الأعمال بوصفها حزمة متكاملة من الخدمات والتسهيلات والآليات التي تحتاجها تلك المشروعات، ويستمد مفهوم حاضنات الأعمال من الحاضنة التي يوضع فيها الأطفال الذين يولدون قبل اكتمال فترة حمل أمهاتهم وهم بحالة ضعيفة، لكي يستطيعوا التأقلم مع بعض الصعوبات الناشئة عن الظروف المحيطة بهم.

وتقدم حاضنات الأعمال الدعم المالي والفني للمشروعات الصغيرة والمتوسطة لمساعدتها في التغلب على المشاكل والصعوبات التي يمكن أن تؤدي إلى فشلها ومن ثم توفير فرصة النمو السريع داخل الحاضنة ليكون أداؤها أقوى عند خروجها من الحاضنة مما يحسن من نسب نجاحها. (رحومه خلف الله، عبدالله مسعود، و موسى الزلعوطي، 2019، صفحة 226)

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من الدول الرائدة في مجال حاضنات العمال، حيث أولت عناية كبيرة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حيث تشير البيانات أن الاقتصاد الأمريكي سجل نوع من الصلابة والقوة بمعدل نمو سنوي قدره 2.27% لسنة 2017، مقارنة بسنة 2016 حيث كانت نسبة النمو منخفضة بمعدل قدره 1.48%، أما بالنسبة لمعدل البطالة سجل خلال 2017 نسبة قدرها 4.35% مقارنة بسنة 2016 أين كانت بنسبة 4.86% لقد ساهمت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال عام 2018 بخلق حوالي 1.9 مليون منصب عمل جديد، بينما ساهمت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في توظيف 47.5% من القوى العاملة في البلد خلال كل هذا يدل على أن هذا القطاع يلعب دوراً بارزاً في دعم الاقتصاد الأمريكي، حيث يساهم في توظيف نسبة كبيرة من القوى العاملة، وكذلك في المشاركة بما يقارب 50% من الناتج المحلي الإجمالي. (بن منصور و بوقنة، 2020، صفحة 305)

1.1. إشكالية الدراسة: على ضوء ما سبق يمكن صياغة التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى تساهم حاضنات الأعمال الأمريكية في دعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة لإنعاش الاقتصاد الأمريكي؟

تتفرع من هذه الإشكالية جملة من الأسئلة الفرعية تتمثل في:

- ما المقصود بحاضنات الأعمال؟ وما هي أهم الأهداف التي تسعى لتحقيقها؟
- ما هي المزايا والخدمات التي يمكن أن تقدمها حاضنات الأعمال لأصحاب المشروعات الناشئة؟
- ما هي شروط نجاح حاضنات الأعمال؟ وما هي أهم المعوقات التي يمكن أن تواجهها؟
- ما هو واقع حاضنات الأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية؟

2.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في إبراز الدور الإستراتيجي لموضوع حاضنات الأعمال الذي أصبح حديث الساعة وذلك لمساهمتها الفعالة في دعم وتمويل أصحاب الأفكار والمقاولين الجدد، وذلك بالتطرق إلى تجربة حاضنات الأعمال الأمريكية التي تعتبر من أقدم وأنجح التجارب والتي يمكن الإستفادة منها في الجزائر إنطلاقاً من المكانة التي تحتلها المؤسسات الناشئة حالياً في الجزائر باعتبارها الحل والركيزة الأساسية للنهوض بالاقتصاد الوطني وتخفيض العبء على الدولة.

3.1. منهج الدراسة: من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي وذلك بغرض الإلمام بالإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة، كما أنه يساعد على الحصول على مختلف المعلومات حول موضوع الدراسة وتحليل جميع جوانبه، وتم تقسيم البحث إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: عموميات حول حاضنات الأعمال.

- المحور الثاني: أهمية حاضنات الأعمال، شروط نجاحها والمعوقات المؤثرة عليها.

- المحور الثالث: تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في مجال حاضنات الأعمال.

2. عموميات حول حاضنات الأعمال:

2.1. نشأة وتطور حاضنات الأعمال:

شهدت بعض الدول المتقدمة في أعقاب انتهاء الحرب العالمية الثانية ركوداً في أغلب القطاعات الاقتصادية وارتفاع في معدلات البطالة، لهذا تزايد الاهتمام بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة نتيجة لما واجهته المشروعات الكبرى كثيفة رأس المال من ركود وعدم القدرة على خلق فرص عمل بالعدد الكافي، ويؤرخ تاريخ الحاضنات إلى أول حاضنة بولاية نيويورك عام 1959 والمعروفة باسم باتافيا عندما قامت عائلة بتحويل مقر شركتها التي توقفت عن العمل وقامت بتأجير وحداتها لأفراد راغبين في إقامة مشروع مع توفير الاستشارات والخدمات الإدارية لهذه المشروعات.

ولاققت هذه الفكرة نجاحاً خاصاً لأنها كانت تقع في منطقة أعمال وقريبة من عدد من البنوك ومناطق التسوق، وتحولت هذه الفكرة فيما بعد إلى ما يعرف بحاضنة الأعمال، ولكن لم تنتشر حاضنات الأعمال على نطاق واسع بالولايات المتحدة الأمريكية والتي لم يتخطى عددها 20 حاضنة، إلى أن، أنشأت الجمعية الوطنية الأمريكية لحاضنات الأعمال في عام 1985 وهي مؤسسة خاصة تضم رجال الصناعة وتهدف إلى تنشيط وتنظيم صناعة الحاضنات لمساعدة المنشآت الصغيرة والمتوسطة، ثم انتقلت فكرة حاضنات الأعمال في السبعينات إلى الدول الأوروبية بداية من بريطانيا وألمانيا وفرنسا، وساعد نجاح حاضنات الأعمال في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة بأقل تكلفة في انتشارها على مستوى دول العالم، فقد انتقلت في التسعينات إلى الدول النامية بدعم من حكومات الدول المتقدمة وبعض المنظمات الدولية مثل منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO والبنك الدولي والاتحاد الأوروبي وقد شهدت حاضنات الأعمال مراحل تطورت خلالها ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة أجيال كالتالي: (أحمد حنفي، 2020، الصفحات 3-4)

- الجيل الأول: ظهر الجيل الأول من حاضنات الأعمال خلال فترة الستينات وحتى نهاية الثمانينات، واهتم هذا الجيل بتوفير البنية التحتية للمشروعات لمحتضنة كتوفير المكان والخدمات المشتركة مثل خدمات السكرتارية وقاعات الاجتماعات.

- الجيل الثاني: اهتم هذا الجيل من حاضنات الأعمال خلال عقد التسعينات بالتركيز على الابتكار وتوظيف التكنولوجيا والتي أصبحت محركاً رئيساً للنمو الاقتصادي، وأصبحت الخدمات التي تقدمها الحاضنات للمشروعات لمحتضنة تشمل خدمات أخرى بجانب توفير البنية التحتية كالاستشارات القانونية واعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والتسويق وعقد ورش تدريب وتوفير شبكة، للاتصال تسهم في فتح مجالات العلاقة بين المشروعات المختلفة، هذا بالإضافة إلى توفير التمويل المطلوب لتأسيس المشروعات.

- الجيل الثالث: دخلت حاضنات الأعمال جيلها الثالث في بداية القرن الحادي والعشرين، وتتميز الخدمات المقدمة من حاضنات الأعمال في هذه المرحلة بالتعدد وأنها أكثر شمولاً لتواكب التطورات العلمية والتقنية التي تسهم في زيادة قدرة المشروعات الوليدة على المنافسة. هذا بالإضافة إلى خصائص أخرى اتصفت بها حاضنات هذا الجيل منها ظهور حاضنات متخصصة، توفير مصادر

التمويل بشكل مباشر وغير مباشر، والشراكات بين حاضنات الأعمال والجامعات والمعاهد لتطبيق الأبحاث العلمية الجديدة والابتكارات الحديثة.

2.2. مفهوم حاضنات الأعمال:

تعددت المفاهيم والتعريفات لحاضنات الاعمال سواء على المستوى العربي أو الدولي حيث تم تعريف حاضنات الاعمال في تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003 م بأنها " تمثل نمطا جديدا من البنى الداعمة للنشاطات الابتكارية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أو للمطورين المبدعين المفعمين بروح الريادة الذين يفتقرون إلى الإمكانيات الضرورية لتطوير أبحاثهم وتقنياتهم المبتكرة وتسويقها "

كما تم تعريفها من قبل مركز الاتحاد الأوروبي للشؤون الإستراتيجية وتقييم الخدمات على انها " منظمة تساهم في عملية إنشاء الشركات الناجحة من خلال تزويدهم بمجموعة شاملة ومتكاملة من الدعم، بما في ذلك منحهم مساحة بالحاضنة، خدمات دعم الأعمال التجارية." (الهاجري، 2015، صفحة 5)

كما تم تعريفها من طرف الإسكوا بأنها: "حزمة متكاملة من الخدمات والتسهيلات وآليات المساندة والاستشارة التي توفرها لمرحلة محددة من الزمن، فهي بذلك مؤسسة قائمة لها كيانها القانوني ولها خبراؤها وعلاقاتها للرياديين الذين يرغبون في إقامة مؤسساتهم الصغيرة بهدف تخفيف أعباء وتقليل تكاليف مرحلة الانطلاق بالنسبة لمشاريعهم "

في حين عرفت الجمعية الوطنية الأمريكية لحاضنات الأعمال NBIA بأنها: " أداة للتنمية الاقتصادية مصممة لتسريع ونجاح منشأة الأعمال من خلال منظمة من مصادر وخدمات ودعم ومساندة الأعمال والهدف الأساسي لحاضنات الأعمال هو إنتاج مؤسسات ناجحة تترك البرنامج (الحاضنة) قادرة ماليا على النمو و الإستمرار " (المصري، 2019، صفحة 248)

كما تعرف حاضنات الأعمال بأنها: "مؤسسات قائمة بذاتها لها كيانها القانوني تعمل على توفير جملة من الخدمات والتسهيلات للمستثمرين الصغار الذين يبادرون إلى إقامة مؤسسات صغيرة، بهدف شحنهم بدفع أولي يمكنهم من تجاوز أعباء مرحلة الانطلاق (سنة مثلا أو سنتين)، ويمكن لهذه المؤسسات أن تكون تابعة للدولة أو أن تكون مؤسسات خاصة أو مؤسسات مختلطة" (عمارة و بارك، 2019، صفحة 114)

وتم تعريفها أيضا بأنها: "مجموعة متكاملة من الخدمات والمرافق والآليات التي توفر الدعم للمبادرين الذين يرغبون في إنشاء مشروعات صغيرة على مدار فترة زمنية محددة بهدف التقليل من تكاليف المراحل الأولى والتي تعتبر من أكثر المراحل صعوبة للمبادرين وأصحاب المشروعات الصغيرة"، كما ينظر إليها بإعتبارها مبادرة قائمة على مساعدة المشروعات الناشئة ذات التوجه التكنولوجي على أن تصبح راسخة ومربحة وذلك بتقديم الدعم التقني والمشورة العلمية، إضافة للتوجيه التسويقي، وهذا طيلة فترة الإحتضان". (حسين محمد عبدالمنعم وزكي أحمد سالم، 2022، صفحة 397)

3.2. أنواع حاضنات الأعمال:

هناك العديد من الحاضنات أهمها ما يلي: (بوعنينة و سلامة، 2020، الصفحات 180-181)

-الحاضنة الإقليمية: هذا النوع من الحاضنات يخدم منطقة جغرافية معينة أهداف تنميتها ويعمل على استخدام الموارد المحلية من الخامات والخدمات واستثمار الطاقات الشبابية العاطلة في هذه المنطقة.

-الحاضنة الدولية: تروج هذه الحاضنة لاستقطاب راس المال الاجنبي مع عملية نقل التقنية مؤكدة على ال ودة العالية وتركز على التعاون الدولي المالي والتكنولوجي اهدف تأهيل الشركات القومية من خلال الشركات الدولية وتطويرها ودفعها للتوسع والاتجاه الى الاسواق الخارجية

- الحاضنة الصناعية: تقام داخل منطقة صناعية معينة عد تحديد احتياجات هذه المنطقة من الصناعات و الخدمات المساندة حيث يتم تبادل المنافع بين المصانع الكبيرة و المشروعات الصغيرة المنتسبة ل حاضنة.
- حاضنة القطاع المحدد: تعمل هذه الحاضنة على خدمة قطاع او نشاط محدد مثل البرمجيات او الصناعات الهندسية و تدار بواسطة خبراء متخصصين بالنشاط المراد التركيز عليه.
- الحاضنة التقنية: و هي حاضنات تكنولوجية تهدف الى استثمار تصميمات متقدمة لمنتجات جديدة مع امتلاكها لمعدات واجهزة متطورة و الاستفادة من الابحاث العلمية والابتكارات التكنولوجية و تحويلها الى مشروعات ناجحة.
- حاضنة الإنترنت: هي مؤسسة تساعد شركات الانترنت والبرمجيات الناشئة على النمو حتى الوصول الى مرحلة النضج، بالإضافة الى الانواع السابقة هنائي انواع اخرى من الحاضنات كحاضنات المشروعات العامة غير التكنولوجية وحاضنات بدون جدران وحاضنات متخصصة في مجالات ابداعية و فنية حاضنات متخصصة في مجالات تصنيعية و انتاجية و خدمية متنوعة، كما تصنفها الجمعية الوطنية لحاضنات الاعمال بالولايات المتحدة الامريكية الى الأنواع التالية:
- حاضنات أعمال عامة: وهذا النوع ملل للدولة و هي لا تسعى بالدرجة الاولى الى تحقيق الأرباح كما انها تقوم بدعم و رعاية الحكومة او الاجهزة المحلية و الهيئات و تسعى الى تحقيق التنمية الاقتصادية على المستوى الوطني.
- حاضنات أعمال خاصة: وهي ملك للقطاع الخاص و تسعى لتحقيق الأرباح و تمثل نسبتها 8 بالمئة من مجموع الحاضنات في امريكا الشمالية.
- حاضنات أعمال المختلطة: و هي التي تكون ملكيتها مشتركة بين القطاع العام والخاص و تقدر نسبتها ب 16 بالمئة.
- حاضنات أعمال ذات الصلة بالجامعات (الحاضنات الاعمال المرتبطة بالجامعات): تمثل هذه الحاضنات حوالي 27 بالمئة من اجمالي عدد الحاضنات بأمريكا الشمالية وهذه الحاضنات منبثقة من الجامعات والمعاهد العليا ولها نفس الاهداف التي تسعى إلى تحقيقها الحاضنات العامة والخاصة.
- حاضنات أخرى: و تمثل 5 بالمئة من مجموع الحاضنات بأمريكا الشمالية و هي عادة ما تكون تحت رعاية و دعم جهات مختلفة غير تقليدية مثل مؤسسات الفن (السينما مثلا) ورجال الدين و غرف التجارة و الموانئ وغيرها.
3. أهمية حاضنات الأعمال، شروط نجاحها والمعوقات المؤثرة عليها
- تتعرض المشروعات الريادية الصغيرة والمتوسطة الناشئة للعديد من المخاطر التي قد تعيق نموها وتطورها، وتسهم في فشلها وانهيارها، حيث تشير التجارب في العديد من الدول أن نجاح المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي لا يتم رعايتها في الحاضنات تنخفض إلى أقل من 99 %، بينما ترتفع نسبة نجاح المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي ترعاها الحاضنات إلى ما يزيد عن 89 %.
- (محمد و الطيب، 2020، صفحة 241)
- 1.3. أهداف حاضنات الأعمال:
- تهدف حاضنات الأعمال أساسا الى احتضان المؤسسات الصغيرة المتميزة وتقديم كافة الخدمات والمساعدات المرتبطة بمرحلة التأسيس والنمو، وبالإضافة إلى هذا الهدف الأساسي نجد أيضا أن حاضنات الأعمال تهدف إلى دعم التنمية الاقتصادية وتنمية روح المقاول والمخاطرة لدى المستثمرين ورجال الأعمال الجدد، وإجمالاً يمكن تقسيم أهداف حاضنات الأعمال كما يلي:
- (بن قطاف، 2016، الصفحات 143-144)

❖ الأهداف المرتبطة بالمؤسسات الناشئة:

- تقليل مخاطر الأعمال والتكاليف المرتبطة بالمراحل الأولى لبداية النشاط؛
- تقليل الفترة الزمنية اللازمة لبداية المؤسسة وتطوير إنتاجها؛
- إيجاد الحلول المناسبة للمشاكل الفنية والمالية والإدارية والقانونية التي تواجه المؤسسة؛
- مساعدة المؤسسات على التوصل إلى منتجات جديدة أو مجالات جديدة لأدائها
- دعم التعاون والتنسيق بين مختلف المؤسسات المحتضنة؛
- تحسين فرص نجاح المؤسسات وتشجيع الأفكار المبتكرة.

❖ الأهداف المرتبطة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية:

- خلق وزيادة فرص العمل، خصوصا بالنسبة لذوي الكفاءات والمواهب؛
- زيادة عدد المؤسسات وتشجيع الصناعات خصوصا القائمة على التكنولوجيا الحديثة، مما يؤدي إلى إنعاش وتنمية الاقتصاد الوطني؛
- رفع معدلات الدخل في المجتمع المحلي وبالتالي رفع المستوى المعيشي؛
- تدعيم المؤسسات التي تحتاج إليها الأسواق المحلية وتحديد الأماكن المناسبة لإقامة مثل هذه المؤسسات؛
- تسويق الأبحاث والدراسات التي تقوم بها الجامعات ومراكز البحث العلمي والقيام بدور المختبرات التجريبية اللازمة لتطوير أفكار الأكاديميين والباحثين في الجامعات ومراكز الأبحاث قبل تبنيها تجاريا؛
- توجيه الشباب ورجال الأعمال نحو المشاريع عالية التكنولوجيا؛
- تدعيم جهود التعاون والتنسيق بين القطاع الخاص والجامعات ومراكز البحث والتطوير والهيئات الحكومية؛
- نقل التقنية من الجامعات ومراكز الأبحاث وتبنيها للأغراض التجارية؛
- تنمية روح المخاطرة وثقافة التقاؤل Entrepreneurship في المجتمع؛
- القيام بدور مراكز التدريب للأكاديميين والباحثين في الجامعات ومراكز الأبحاث قصد تدريبهم وتزويدهم بالمهارات الأساسية اللازمة لإدارة الأعمال.

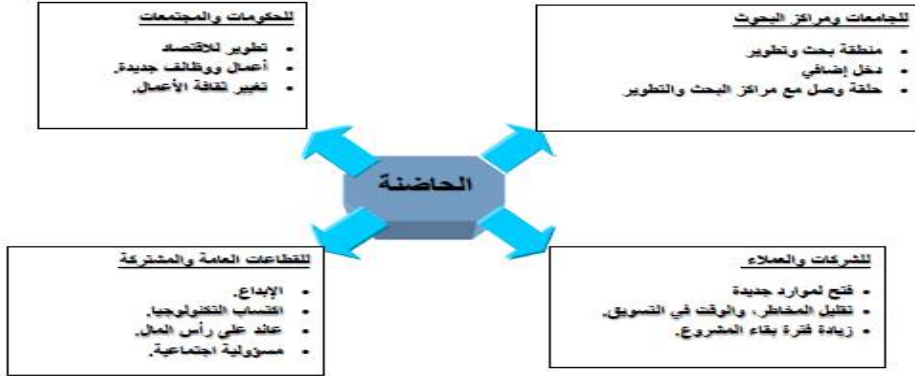
2.3. أهمية الحاضنات والخدمات التي تقدمها:

لحاضنات الأعمال دور في رعاية المشروعات وتطويرها حيث تقوم حاضنات الأعمال بالمساهمة في رعاية المشروعات الإبداعية وتطويرها من خلال تقديم الخدمات الأساسية، ويقوم عمل حاضنات الأعمال على أساس تطوير آلية تعمل على احتضان أصحاب الأفكار الإبداعية ورعايتها، حيث تعمل على توفير جملة من الخدمات والتسهيلات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة اهدف شحنتهم بدفع اولي يمكنهم من تجاوز اعباء مرحلة الانطلاق و تنبثق أهمية حاضنات الاعمال من أن نمو المؤسسة الصغيرة والمتوسطة خاصة في المرحلة الاولى من دورة حياتها تحتاج الى حضانة، كالإنسان في مرحلة الطفولة، ذلك لأنها تفتقر الى عدد من المقومات التي تسمح لها بالنمو بصورة ذاتية، لذلك فإن كثيرا من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يصيبه الفشل مبكرا سبب انعدام الحضانة التي تزوده ببعض مقومات الاستمرار فحاضنات الاعمال تعمل على تقدم التكنولوجيا الحديثة وأساليب وأدوات الابتكار هذا الاخير الذي يعمل على زيادة القدرة التنافسية لهده المؤسسات، في ظل الظروف الاقليمية والدولية الجديدة والمتجددة ...، وعليه فيعتبر الابداع من الأدوات التي تساعد المؤسسة على التعامل مع المتغيرات السريعة

وتخلق لها الاسواق الجديدة ، وتعمل على تكييفها مع التكنولوجيا الجديدة وتطبيقاتها من قبل حاضنات الاعمال. (بوعينية وسلامة ، 2020 ، صفحة 178)

ويمكن توضيح أهمية حاضنات الاعمال في توطيد علاقات التعاون بين مختلف الأطراف المعنية (الجامعات، ومراكز بحث، والمجتمع، والحكومة، والشركات، والعملاء، أو زبائن الحاضنات) من خلال الشكل التالي:

الشكل 01: أهمية حاضنات الأعمال



المصدر: (الهجري، 2015، صفحة 8)

أما عن الخدمات التي تقدمها فهي تتمثل في التالي: (الهجري، 2015، صفحة 8)

- خدمات استشارية فنية – تسويقية -مالية -قانونية -تدريب وتنمية المهارات .
- خدمات إدارية متنوعة: تأمين الاحتياجات الخدمية داخل الحاضنة (عمالة – تدريب - وغيرها).
- خدمات عامة: كتأمين نظم التكنولوجيا والاتصالات والمعلومات، الإرشاد والمختبرات والورش والمعامل المتخصصة في محيط الحاضنة، وتأمين الإشتراك في المعارض.
- خدمات سكرتارية: مثل موظفي الاستقبال - الأرشفة – الانترنت - الترجمة وغيرها.

3.3. العوامل والمعوقات المؤثرة في نجاح حاضنات الأعمال:

- عوامل النجاح: إن نجاح حاضنات الأعمال في تنفيذ وتحقيق أهدافها في إحضان المؤسسات الناشئة والمتوسطة، التي تمتلك قدرا من الإبداع ولها فرص تسويقية ولكن تحتاج إلى توفر البيئة الملائمة حتى تتمكن من الثبات والإستمرار في السوق بدون عوائق ومشاكل تحد من قدرتها على الإستمرار في السوق ، ويأتي هذا كله بمجموعة من العوامل نوجزها فيما يلي: (سلطان وسعد قرمش ، 2020 ، الصفحات 157-158)

- عوامل خارجية: وهي العوامل المرتبطة بالبيئة الخارجية التي تكون خارج نطاق الحاضنة ولكنها تنعكس على أداء الحاضنة في تقديم خدماتها وتتمثل أبرز هذه العوامل الخارجية في ما يلي:

• توفر البنية التحتية الملائمة للنشاط الاقتصادي لتكون قادرة على استيعاب التطورات المتلاحقة في عالم الأعمال من مواصلات وإتصالات وشبكة الطرق، وسهولة الوصول إلى هذه الخدمات وبأقل تكاليف ممكنة، بالإضافة إلى توفير بيئة الأعمال المساندة كالبحث، التدريب والإستشارات وغيرها.

• توفر الحد الأدنى من الثقافة الإبداعية سواء على المستوى الفردي أو على مستوى المجتمع.

- عوامل داخلية: هناك عوامل داخلية ترتبط مباشرة بالحاضنة أبرزها:

• قدرة الحاضنة على تقديم الخدمات لعملائها الذي يعتبر عامل جوهري فبدونها فقدت الحاجة لوجودها؛

- إستقطاب الحاضنة للمؤسسات الإبداعية التي تمتلك مؤهلات وقدرات على النمو والإستمرار، ويكون ذلك بتوفير نظام وآلية إختيار المشاريع والأفكار التي تحتاج إلى حاضنة؛
- توفر جهاز إداري كفء داخل الحاضنة؛ توفر جهاز إداري كفء داخل الحاضنة يقوم على الإشراف؛
- وجود تنسيق عالي ومتكامل بين الحاضنة والجهات الداعمة؛
- المعوقات المؤثرة على فشل حاضنات الأعمال: على الرغم من الدور الكبير الذي تلعبه حاضنات الأعمال في دعم وتشجيع المشروعات الناشئة، وكذلك دعم المشروعات الصغيرة، ومساهمتها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إلا أن هذه الحاضنات تواجه الكثير من المعوقات التي تقلل من دورها وفعاليتها.
- من بين هذه المشكلات امتلاك حاضنات الأعمال قدرات مالية وبشرية محدودة في الوقت الذي يرتفع فيه مستوي طموح المشروعات المحتضنة، وقلة التشريعات والقوانين التي تنظم عملية الابتكار والاختراعات والبحث والتطوير، ونقص الكوادر البشرية المؤهلة للعمل بالحاضنة، وضعف مصادر التمويل، ومن بين المشكلات أيضا التي تواجه حاضنات الأعمال وتعيق أعمالها نذكر ما يلي: (الريميدي و طلحي ، 2020، الصفحات 23-24)
- ضعف دعم المجتمع المحلي لحاضنات الأعمال خاصة في مراحل العمل الأولى، مما يؤثر على حجم أعمالها وما تقدمه من خدمات؛
- الاعتماد الكامل للمشروعات المحتضنة على حاضنات الأعمال في أداء وتنفيذ كافة مراحل المشروع وإدارته؛
- الاختلاف في الأهداف بين حاضنة الأعمال والمشروع المحتضن، وخصوصا بالنسبة لدرجة المخاطرة التي ستحملها حاضنة الأعمال عند توفير التمويل اللازمة للمشروع أو ضمان المشروع أمام الجهات المالية المانحة للقروض والتمويل اللازم؛
- ضعف الاتصالات والعلاقات مع الجهات التي تستهدفها حاضنات الأعمال؛
- التوقعات العالية لما قد تحصل عليه المشروعات الجديدة من خدمات فنية ومالية وإدارية، ومن ثم تكون هناك خيبة أمل من عدم قدرة حاضنة الأعمال على تلبية تلك التوقعات العالي.
- 4. تجربة الولايات المتحدة الأمريكية في مجال حاضنات الأعمال:
- تعتبر تجربة الولايات المتحدة الأمريكية من أقدم وأهم التجارب العالمية في مجال الحاضنات وقد تميزت هذه التجربة أكثر من غيرها بالاهتمام المتزايد بتشجيع ابتكار ونقل وتطوير التكنولوجيا والتحديث الدارم في الحضنة بهدف خلق المزيد من فرص العمل وزيادة الثروة وتطوير القدرات التكنولوجية والصناعية وزيادة الرخاء، حيث ظهرت فكرة الحاضنات في م أ قبل أن تنتقل إلى باقي دول أوروبا وتحظى الحاضنات باهتمام القطاعين العام والخاص. وأن مفهوم حاضنات العمال تم استحداثه وتطويره بشكل أساسي في م أ، من خلال التجربة الأولى في مركز أعمال Batavia عام 1959 ، لكن البداية الحقيقية لانتشار مفهوم الحاضنات تمت في بداية الثمانينيات وتحديدا في عام 1984. (بن منصور و بوقنة ، 2020، صفحة 300)
- 1.4. التوزيع الجغرافي للحاضنات الأمريكية وطرق تمويلها:
- تنوزع حاضنات الأعمال جغرافيا على مختلف الولايات داخل الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أن هناك تركيزا واضحا للحاضنات التكنولوجية في المدن الكبرى حسب ما توضحه الإحصائيات التالية: (بن قطاف، 2016، صفحة 147)
- 45% من الحاضنات تقع في المدن الكبرى؛
- 19% من الحاضنات تقع في المناطق الحضرية؛
- 36% من الحاضنات تقع في المناطق الريفية؛

ويبلغ عدد الحاضنات الممولة من الحكومة، "حاضنات لا تهدف إلى الربح" حوالي 51% من مجموع الحاضنات، من بينها 20% تمويلها المؤسسات التعليمية الحكومية وهي حاضنات تهدف فقط إلى تنشيط التنمية الاقتصادية في المجتمعات المحيطة بينما تمثل الحاضنات التي يتولى إقامتها وتمويلها جهات خاصة أو مستثمرون أو شركات صناعية حوالي 8% من حاضنات الأعمال في أمريكا، وتعتبر نسبة 16% من مجموع حاضنات الأعمال بالولايات المتحدة الأمريكية من النوع المشترك، حيث يشترك في تمويلها المنظمات غير الحكومية والجهات الخاصة، كما أن 5% من الحاضنات تمويلها بعض الهيئات الخاصة مثل مجموعة الكنائس الأمريكية، أو جمعيات فنية، أو الغرف التجارية، وهي حاضنات تهدف إلى تنمية بعض المشروعات أو الصناعات التقليدية المتخصصة، أو توفير فرص عمل لفئات اجتماعية محددة .

2.4. أنواع وتخصصات حاضنات المشروعات الأمريكية:

وتتمثل في: 27% من مجموع حاضنات العمال داخل الولايات المتحدة الأمريكية هي حاضنات تكنولوجية ترتبط بالجامعات والمعاهد التعليمية، وتشترك مع بعض حاضنات العمال العامة والخاصة في الأهداف، 10% من هذه النسبة تمثل حاضنات ذات أهداف تصنيعية محددة التخصص، و 9% ذات توجه تكنولوجي متخصص (التكنولوجيا الحيوية، تكنولوجيا المعلومات...)، 16% من مجموع حاضنات العمال تعتبر من النوع المشترك، حيث يشترك في تمويلها المنظمات غير الحكومية والجهات الخاصة، وفي معظم هذه الحاضنات يترك التمويل وإقامة الحاضنات إلى الجهات الحكومية. بينما يقوم القطاع الخاص بتوفير الاستشارات والخبرات، بالإضافة إلى تمويل المشروعات.

أي أن أنواع حاضنات الأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية هي: حاضنة العمال الدولية بهدف جذب رؤوس الأموال الأجنبية، الحاضنة الإقليمية بهدف تنمية منطقة جغرافية معينة، الحاضنة التكنولوجية بهدف إنتاج منتجات جديدة غير تقليدية، الحاضنة الصناعية بهدف تأمين الارتباطات الامامية والخلفية بين المؤسسات الكبيرة والصغيرة، حاضنات القطاع المحدد بهدف خدمة نشاط اقتصادي محدد، حاضنة الانترنت بهدف مساعدة شركات الانترنت ومؤسسات إنتاج البرمجيات الناشئة على النمو وتطوير أعمالها.

وتوزع نشاطات الحاضنات الأمريكية على الشكل الآتي: 35% تكنولوجية مختلطة Mixed technology، 7% متعلقة بالانترنت Internet based، 3% تكنولوجيات أخرى Other technology، 30% إستعمالات مشتركة Mixed use، 25% التفويضات ومشاريع أخرى Empowerment، Other، كما تختلف جهات الدعم Sponsors وهيئات التمويل لهذه الحاضنات بحيث نجد: المؤسسات التعليمية الحكومية 20% هيئات التنمية الاقتصادية 18% رأسمال القطاع الخاص 8% جهات أخرى 12% . (بن منصور و بوقنة ، 2020، الصفحات 302-303)

3.4. نماذج رائدة لحاضنات الأعمال الأمريكية:

❖ تجربة حاضنة أوستن التكنولوجية: تعتبر حاضنة أوستن التكنولوجية كألوية للحد من نسبة الفشل للمؤسسات الصغيرة، تأسست هذه الحاضنة في عام 1989 وارتبطت ارتباطاً وثيقاً بجامعة أوستن وجامعة تكساس ووكالة الفضاء NASA، وتقدم الحاضنة عدة تسهيلات منها مساحة 75 ألف قدم مربع، استشارات إدارية، برامج تدريبية، إمكانية التوصل لشبكة تمويلية 65% منها مكونة من أفراد بالقطاع الخاص، وعادة ما يكون للحاضنة 30 شركة منتسبة في آن واحد وهناك سياسة تخرج رسمية (البقاء بالحاضنة 3 سنوات على الأكثر) مع استقبال من 10-15 شركة جديدة سنوياً، وتعتبر حاضنة أوستن منظمة لا تستهدف الربح ولكنها تدار على أساس تجاري وتمول ذاتياً، وتبلغ ميزانية الحاضنة 600 ألف دولار أمريكي يغطيها دخل الحاضنة من مبالغها و 50 ألف دولار من المعونات العامة، تم تخرج 50 مؤسسة صغيرة من الحاضنة وجاري انتساب 19 مؤسسة، ساهمت الحاضنة

في خلق 1900 وظيفة جديدة، كما فاق إجمالي عوائدها مبلغ 720 مليون دولار خلال العشر سنوات الماضية. (عمارة و بارك ، 2019، صفحة 119)

❖ شبكة الحاضنات التقنية بنيوجرسي: أحد الأمثلة على هذه الشبكات، نجد شبكة الحاضنات التكنولوجية في ولاية نيوجرسي والتي يوجد بها وحدها 11 مركزاً لتنمية المشروعات الصغيرة، بالإضافة إلى 07 حاضنات تكنولوجية، والتي تحتضن عدداً من الشركات الناشئة، وتشتمل هذه الشبكة على: (بن قطاف، 2016، الصفحات 147-148)

- عدد المشروعات الملتحقة بالحاضنة 111 مشروعاً
- عدد فرص العمل التي توفرها الشركات الحاضنة 478 فرصة عمل دائمة؛
- نسبة الزيادة في توظيف الأفراد في الشركات عند التحاقها بالحاضنة 211%
- مجموع دخول الشركات في الحاضنات 6.38 مليون دولار أمريكي؛
- عدد الشركات التي تخرجت من هذه الحاضنات 104 شركات؛
- متوسط فترة الإقامة في الحاضنة من 02 إلى 03 سنوات؛
- عدد الشركات التي تخرجت من الحاضنة وما زالت في ولاية نيوجرسي 80 شركة؛
- نسب النجاح في المشروعات التي تخرجت من الحاضنة 77 %

❖ حاضنة Y Combinator: يعتبر الكثيرون Y Combinator أول حاضنة للشركات الناشئة في العالم، بعد أن سهلت نجاح؛ Reddit و Weebly و Instacart و Airbnb و Dropbox ، تأسست Y Combinator من قبل Paul Graham في عام 2005 م ، وقد استثمرت في أكثر من 1500 شركة ناشئة بقيمة إجمالية تبلغ 92 مليار دولار، تقع Y Combinator في بالو ألتو، وادي السيليكون، ويديرها فريق من 02 شخصاً، تختار الشركة ما بين 200 و 240 مشروعاً لدعمها سنوياً، من خلال اعتماد عملية اختيار صارمة للغاية، توفر Y Combinator رأس المال الأساسي، والمشورة والتواصل خلال برنامجين سنويين لمدة 3 أشهر في المقابل، يستحوذ المجمع على 7% من رأس مال الشركة، ويختلف المبلغ الذي تحصل عليه المؤسسة الناشئة حسب نوع نشاطها.

عند بدايتها في عام 2005، تم تنظيم برنامج في كل مدينة من مدن كامبريدج الأمريكية في ماساتشوستس وماونتن فيو في كاليفورنيا؛ في جانفي 0225 أعلنت YC أن برنامج كامبريدج سيتم إغلاقه الآن وأن جميع البرامج المستقبلية ستتم في وادي السيليكون.

شاركت Y Combinator مع سيكوييا كابتال ومع ملائكة الأعمال (business angels) رون كونواي وبول بوخيت وأيدين سينكوت من أجل دعم الشركات الناشئة بأموال أكبر، يتكون برنامج عمل YC من عشاء أسبوعي حيث يمكن للضيوف التحدث إلى المؤسسين، يتم تناول العشاء خلال 0 أشهر من البرنامج، ولكن المؤسسون لديهم كامل الوقت لتحديد موعد مع أصحاب رؤوس الأموال من Y Combinator خلال ساعات العمل.

في نهاية البرنامج ينظم Y Combinator يوم عرض، حيث يأتي ملائكة الأعمال وشركات رأس المال الاستثماري لرؤية الشركات الناشئة وهي تقدم نفسها، يتمثل المستثمرون في شركات الأسهم الخاصة مثل سيكوييا كابتال وملائكة الأعمال الشهيرة مثل أشتون كوتشر؛ تتكون عملية الاختيار من نموذج مكتوب وعرض توضيحي للمنتج ومقابلة شخصية لمدة 10 دقائق حيث ترتب Y Combinator لأعضاء الفريق للسفر إلى Mountain View على نفقتهم، على الرغم من أن البرنامج يوصي بشدة أن يكون لدى الشركات الناشئة مؤسسين على الأقل، يمكن لمؤسس واحد الحصول على تمويل في ظروف نادرة. (زيدان و سعدي ، 2020، الصفحات 156-157)، وفيما يلي بعض الإحصائيات عن مؤسسة Y Combinator :

- تاريخ التأسيس: 2005؛
 - الموقع: وادي السيليكون، ماونتن فيو كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية >
 - ما يعطونه: 150 ألف دولار مقابل 7 % من الأسهم؛
 - الشركات الناشئة الممولة: أكثر من 3000؛
 - قيمة الخروج 6,076,233,100.00 دولار؛
 - إجمالي التمويل الذي تم جمعه: 34,087,493,743,00 دولار؛
 - كما أن بعض الشركات الناشئة الأكثر شهرة في العالم مثل: Reddit و Airbnb و Dropbox هم من خريجي Y Combinator.
- إعتباراً من جويلية 2021 كانت حاضنة الأعمال Y Combinator الأكثر نشاطاً في الولايات المتحدة، وهو برنامج تسريع لبدأ تشغيل الأموال الأولية في كاليفورنيا، قامت شركة Y Combinator بـ 3777 إستثماراً إعتباراً من منتصف جوان 2021 تميل المشاركة في برنامج تسريع الأموال إلى زيادة حجم الشركات الناشئة في رأس المال، على الرغم من وجود إختلافات بين الشركات الناشئة التي يقودها الذكور و الإناث، تم تصنيف شركة Log DNA كواحدة من أفضل شركات Y Combinator حسب التقييم إعتباراً من جويلية 2021 وتشمل هذه القائمة أكثر من 160 شركة بقيمة تفوق 150 مليون دولار، تقدر قيمة الشركات المدرجة في قائمة شهر جويلية 2021 بأكثر من 400 مليار دولار أمريكي وقد خلقت أكثر 70000 وظيفة بدوام كامل. (سايح، 2022، صفحة 490)

5. خاتمة:

توصلت الدراسة إلى أن وجود حاضنات الأعمال أصبح ضروريا نظرا لدورها الهام في دعم المشروعات الصغيرة، والمساهمة في تطويرها ونموها، كذلك دور تلك الحاضنات في تشجيع الثقافة الريادية، والمساهمة في خلق العديد من المبدعين والمبتكرين، وتحويل أفكارهم إلى مشروعات واقعية، كما أن الدول التي تسعى إلى التوسع في العمل الحر عليها أن تهتم بالتوسع في إنشاء حاضنات الأعمال، لأنها ستكون السبيل لدعم وتنمية المشروعات الجديدة، وتوفير فرص العمل، وتخفيض حجم البطالة وتوفير التمويل اللازم لتلك المشروعات والذي قد يمثل عائقا كبيرا أمام تنفيذ تلك المشروعات، وكذلك مساعدة المشروعات الناشئة في تجاوز المعوقات والعقبات التي تواجهها خاصة في مراحل التأسيس الأولي، وفي ضوء الأهمية الكبيرة لحاضنات الأعمال وما تقوم به من خدمات كبيرة، وكذلك في ضوء ما تواجهه من قيود تعوق عملها، فتقترح الباحثتان التوصيات التالية: (الرميدي وطلحي، حاضنات الأعمال: إطار مفاهيمي، 2020، الصفحات 24-25)

- تفعيل دور حاضنات الأعمال في عملية التنمية الاقتصادية من خلال العمل على سن وتعديل كافة القوانين والتشريعات التي تسهل إنشاء وعمل هذه الحاضنات؛
- ضرورة تحديد أهداف الحاضنة من البداية، مع الأخذ بعين الاعتبار توجهات ومتطلبات السوق وكذلك متطلبات التنمية الاقتصادية؛
- لا بد من القيام بحملات تحسيسية تهدف إلى إبراز أهمية حاضنات الأعمال في مرافقة المؤسسات الناشئة وذلك لضمان نجاحها واستمراريتها؛
- تنظيم دورات تكوين وتدريب لفائدة المؤسسات الناشئة وحواضن المؤسسات حول مواضيع تتعلق بالابتكار والإبداع من أجل مساندة التطورات والمستجدات العالمية؛
- ضرورة التوسع في إنشاء حاضنات الأعمال داخل الجامعات لتعزيز اتجاهات الطلاب نحو ريادة الأعمال، وتأهيلهم لذلك؛

- تطوير محيط حاضنات العمال وكيفية تدعيمها للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة فيما يتعلق بالحد من الإجراءات الإدارية التي تغلب عليها البيروقراطية؛
- محاولة إيجاد حل لتطوير حاضنات الاعمال في البلدان النامية وخاصة الجزائر، كما يمكن الاستفادة من التجارب الدولية الناجحة والرائدة في مجال حاضنات الأعمال والمؤسسات الناشئة مع محاولة الاخذ بعين الاعتبار البعد البيئي في نشاطهم على المدى الطويل؛
- يجب على الدولة الجزائرية اعتماد شبكة تعاون تجتمع فيها جهود كل الجهات الفاعلة وأصحاب المصلحة من منظمات حكومية ومؤسسات؛ حاضنات؛ قطاع أعمال؛ عناقيد صناعية والباحثين والأكاديميين في قطاع الجامعات. لأنه فقط هذه الشبكة من شأنها تطوير الجزئيات المكونة لها بالطريقة التي تخدم بناء نظام أيكولوجي قوي للمؤسسات الناشئة. (بن فاضل ، 2020، صفحة 286)

6. قائمة المراجع:

1. أحمد بن قطاف. (2016). دور برامج احتضان الأعمال في دعم انشاء المؤسسات الصغيرة دراسة لبعض التجارب العالمية مع الاشارة لتجربة الجزائر. مجلة الإقتصاد الجديد، 1(14).
2. كريمة زيدان، ورندة سعدي. (نوفمبر، 2020). حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الناشئة: عرض نماذج عالمية. كتاب جماعي دولي بعنوان: حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة. جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.
3. الهادي رحومه خلف الله، المبروك عبدالله مسعود، و أحمد موسي الزلعوطي. (2019). دور حاضنات الأعمال ومراكز الريادة والابتكار في دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة في ليبيا"دراسة تجريبية". مؤتمر دور ريادة الأعمال في تطوير المشروعات الصغرى والمتوسطة في الاقتصاد الليبي. مصراتة.
4. بسام سمير الرميدي ، و فاطمة الزهراء طلحي. (نوفمبر، 2020). حاضنات الأعمال: إطار مفاهيمي. كتاب جماعي دولي بعنوان:حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة. جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة .
5. بسام سمير الرميدي ، و فاطمة الزهراء طلحي. (نوفمبر ، 2020). حاضنات الأعمال: إطار مفاهيمي. كتاب جماعي دولي بعنوان:حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة. جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة .
6. خيرى الفاهم محمد، و عبد الله ميلاد الطيب. (أكتوبر، 2020). دور حاضنات الأعمال في دعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في ليبيا. المجلة العلمية لكلية الاقتصاد والتجارة القره بولي، الأول (2).
7. سالم مفتاح محمد المصرتي. (2019). التجارب العربية والدولية الرائدة في مجال حاضنات الأعمال: "الدروس المستفادة لبناء نموذج ليبي". ورقة بحثية مقدمة الى المؤتمر العلمي حول دور ريادة الأعمال في تطوير المشروعات الصغرى والمتوسطة في الاقتصاد الليبي. ليبيا: جامعة مصراتة.
8. سلى عمارة، و نعيمة بارك. (جوان، 2019). حاضنات الأعمال مطلب أساسي لدعم الإبداع والابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة -تجربة حاضنات الجزائر وحاضنة أوستن التكنولوجية بالولايات المتحدة نموذجا -. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، 3(1).
9. شيماء أحمد حنفي. (2020). حاضنات الأعمال كآلية فعالة لدعم رواد الأعمال في مصر. مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، 04(02).
10. عبد الله سعد الهاجري. (2015). "دور حاضنات الاعمال في التنمية الصناعية في دولة الكويت". الملتقى العربي "حول تعزيز دور الحاضنات الصناعية والتكنولوجية في التنمية الصناعية". تونس.
11. فطيمة سايج. (12 أبريل، 2022). حاضنات الأعمال في الولايات المتحدة الأمريكية " حاضنة Y Combinator أ نموذجاً ". مجلة الإقتصاديات المالية البنكية و إدارة الأعمال، 11(1).
12. كريمة سلطان، وزهرة سعد قرمش(نوفمبر ، 2020)مساهمة حاضنات الأعمال في تعزيز الإبداع والابتكار بالمؤسسات الناشئة-حاضنات مركز الإبداع التكنولوجي وريادة الأعمال المصري TIEC نموذجا-كتاب جماعي دولي بعنوان:حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة.جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة .
13. ليليا بن منصور ، و سليم بوقنة. (نوفمبر، 2020). حاضنات الاعمال كأداة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة -تجربة الولايات المتحدة الأمريكية نموذجا-. كتاب جماعي دولي بعنوان:حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة. جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة .
14. هناء حسين محمد عبد المنعم، و إيمان زكي أحمد سالم. (يناير ، 2022). مسارات تطوير حاضنات الأعمال بالجامعات المصرية لتعزيز ميزتها التنافسية (دراسة استشرافية). مجلة التربية، الجزء 3(193).
15. وسيلة بن فاضل. (نوفمبر ، 2020). حاضنات الأعمال التكنولوجية كآلية لدعم وتطوير المؤسسات الناشئة "Startups"-قراءة في تجارب بعض دول شرق آسيا-. كتاب جماعي دولي بعنوان:حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة. جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة .
16. وهيبه بوعنينة ، و وفاء سلامة. (نوفمبر ، 2020). دور حاضنات الأعمال في تعزيز قدرة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة من خلال دعم التفكير الإبداعي. كتاب جماعي دولي بعنوان: .حاضنات الأعمال السبيل لتطوير المؤسسات الناشئة. جامعة 20 أوت سكيكدة.

مساهمة التنوع المعرفي في تطوير مجال ريادة الأعمال

The contribution of knowledge diversity to the development of entrepreneurship

عبد اللاوي سيد احمد¹، بوزيد مروان²

¹ جامعة امحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)

² جامعة امحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)

ملخص: تهدف الدراسة الحالية الى تبيان الدور التفاعلي للتنوع المعرفي في تعزيز وتطوير ريادة الأعمال، من خلال البحث في التأثيرات المختلفة لتبني منظمات الأعمال للتنوع المعرفي كأحد العوامل الأساسية التي تحدد نجاح رائد الأعمال في تحقيق أهدافه. وتوصل البحث الى أن التنوع المعرفي يلعب دوراً أساسياً في دفع عجلة ريادة الأعمال، حيث يؤهل الأفراد لتفكير غير تقليدي وإبداعي في حل المشاكل وتطوير الأفكار والمنتجات والخدمات. كما يساعد على توسيع نطاق الأفكار الريادية وتحويلها إلى فرص جديدة للأعمال التجارية. الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، الريادي، التنوع، التنوع المعرفي.

Abstract: The current study aims to demonstrate the interactive role of knowledge diversity in the promotion and development of entrepreneurship, by examining the different effects of business organizations adopting knowledge diversity as one of the main factors that determine the entrepreneur's success in achieving his goals. The research concluded that knowledge diversity plays a key role in advancing entrepreneurship, as it qualifies individuals for unconventional and creative thinking in solving problems and developing ideas, products and services. It also helps expand entrepreneurial ideas and turn them into new business opportunities.

Keywords: leading businesses; entrepreneur; Diversity; cognitive diversity.

تعتبر ريادة الأعمال من أهم المجالات التي تحظى بالاهتمام في الوقت الحالي، حيث تنامي دورها على الصعيد العالمي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعي، ففي الجانب الاقتصادي، تؤدي اقامة الأعمال الجديدة الى خلق فرص عمل للشباب وزيادة الانتاج الوطني، ومن الجانب الاجتماعي، فان انتشار مفهوم ريادة الاعمال يؤدي الى توليد روح المبادرة والابداع والتنافس بين الشباب فضلا عن حل معضلة البطالة وما يترتب عليها من مشاكل اقتصادية واجتماعية.

وفي ظل التوجهات العالمية نحو التركيز على الاقتصاد المبني على المعرفة كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للدولة، فقد قامت العديد من الدول بدعم رواد الأعمال من خلال تبني التنوع المعرفي كأحد العوامل الرئيسية في تنمية ريادة الأعمال باعتباره أنه أضحي يعد مصدرا هلمما للإبداع والابتكار وتحقيق النجاح في مجال ريادة الأعمال، إن التنوع المعرفي هو الاختلاف في الخبرات والخلفيات المعرفية التي تحدد الطريقة التي يتخذها الناس للتفكير والتصرف في الحياة اليومية، فهو يهدف على هذا الأساس الى تحسين الأداء الإنساني والإجابة على التحديات المختلفة التي يواجهها العاملين في المنظمة وفي فريق العمل الواحد.

انطلاقا مما سبق، تبرز معالم اشكالية هذه المداخلة التي تدور حول: كيف يمكن الاستفادة من التنوع المعرفي لإثراء

وتطوير مجال ريادة الأعمال؟

1.1. أهمية الدراسة: وتبرز أهمية البحث في النقاط التالية:

- يعد هذا البحث اضافة علمية عن طريق الربط بين التنوع المعرفي وريادة الأعمال وتأثير تلك العلاقة على العاملين بالمنظمة والمنظمة على حد سواء؛
- استكشاف مفهوم التنوع المعرفي، أنواعه وكذا أبعاده المختلفة؛
- تبيان المفاهيم المتعددة لمصطلح "ريادة الاعمال"، وتوضيح التعاريف المختلفة للفرد الريادي وسماته المتباينة؛
- العمل على التوصل الى مجموعة من النتائج.

2.1. منهج البحث: اعتمد البحث على المنهج الوصفي للإحاطة بجوانب الموضوع وملاءمته لطبيعة وأهداف دراسة البحث المتعلقة بمعرفة التأثيرات المتعددة للتنوع المعرفي نحو تعزيز حقل ريادة الأعمال، وفي تفسير مختلف المتغيرات محل الدراسة.

2. ريادة الأعمال:

1.2. المفهوم:

أصبح موضوع ريادة الأعمال يحتل اهتماما كبيرا من قبل الأفراد والدول على حد سواء، خاصة بعد تعاظم المكانة التي أصبحت تحتلها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اقتصاديات الكثير من دول العالم، والعائد إلى كتب فكر ريادة الأعمال، يجد أن جذور هذا المفهوم بدأ في بداية مرحلة الثورة الصناعية، عندما صاغ كانتيلون Cantillon أول تعريف لهذا المفهوم سنة 1725، ليفتح بعد ذلك الباب للعديد من المحاولات والمقاربات التي تناولت هذا المفهوم في العصر المعاصر.

والريادة مفهوم بالغ الأهمية للشركات على اختلاف حجمها في الاقتصاد المعرفي، وقديما اتخذ هذا المفهوم أشكال أخرى أو مسميات شكلت الأساس المعرفي للوصول الى هذا المفهوم اليوم. فمفاهيم من قبل "المنظمين" و "المستثمرين" و "المقاولين" استخدمت في فترات سابقة لتعبر عما نطلق عليهم اليوم "الرواد" Entrepreneurs الذين هم أفراد يتمتعون بقدرات وقابليات على تحمل المخاطر ورؤية الفرص والإدارة الإبداعية للأعمال الخاصة بهم ونجاح هذه الأعمال والعمل على تطويرها باستمرار (الغالي، 2009، صفحة 42).

وبدأ ظهور مفهوم ريادة الأعمال Entrepreneurship نتيجة لتعرض المنظمات لموجة من التغيرات السريعة في مختلف المجالات التكنولوجية والاقتصادية التي دفعتها إلى ضرورة إيقاظ الروح الريادية داخل تنظيماتها فهي بهذا تعد عملية معقدة ومتعددة الأبعاد، وتجدر الإشارة إلى أن كلمة الريادة مشتقة من الكلمة الفرنسية (entreprendre) والتي تعني ما يباشر به الشخص من عمل أو فكرة ما (Miller, 2019, p. 197)، ويعتمد التعريف الحديث لمفهوم الريادة على الإطار والمنظور الذي يتم من خلاله تناول معنى الريادة، لهذا لا يخضع لتعريف موحد كونه غير مرتبط بوظيفة، أو مهنة، أو علم معين، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(01): مجموعة تعاريف لريادة الاعمال

التعريف	الباحث
مجموعة من التطورات لاكتشاف فرص لإنشاء سلع وخدمات مستقبلية يتم اكتشافها وتقييمها واستغلالها.(Fayolle, 2002, p. 04)	Shane et Venkatarman
ظاهرة تركز على خلق وتنظيم أنشطة جديدة (Fayolle, 2002, p. 05)	Gartner
استجابة إبداعية أو مهارة لإدراك وجهات نظر جديدة، للقيام بأشياء جديدة بشكل مختلف (Toulouse, 1988)	Toulouse jean Marie
شكل من أشكال الإبداع والابتكار، سواء في تقديم منتجات جديدة أو طرق إنتاجية جديدة، أو تطوير أسواق جديدة، وأن مثل هذا الإبداع يقود إلى خلق الثروة، في حال أفرزنا طلبا عليه نتيجة تقديم وخلق قيمة مميزة للعملاء (Fayolle, 2002, p. 08.)	شومبيتر Schumpeter
مهارة أفقية، يمكن تطبيقها في مختلف مناحي الحياة، ابتداء من التنمية الشخصية، وصولاً إلى المشاركة الفعالة في المجتمع، إلى إعادة دخول معترك العمل كموظف أو العمل للحساب الخاص، أو في المشاريع الصغيرة (الثقافية، والاجتماعية، والتجارية) (مارجريت باسيجاليو، 2016، صفحة 14).	مارجريت باسيجاليو وآخرون

المصدر: من اعداد الباحث

وخلاصة القول، ومن خلال الجهود التي قدمها هؤلاء الباحثون، يمكن القول، بأن مفهوم ريادة الأعمال متعدد الأوصاف غير أنه يمكن النظر إليه، على أنه مجموعة الجهود التي يقوم بها الأفراد بدءاً من استكشاف الفرص واستغلالها وتحويلها إلى مشروع لإنتاج السلع والخدمات تساهم في خلق قيمة مضافة جديدة، من شأنها المساهمة في زيادة مدى التعزيز الذاتي للفرد الريادي.

2.2. أهمية ريادة الأعمال وأبعادها:

1.2.2. أهمية ريادة الأعمال:

يلعب نشاط ريادة الأعمال أدورا هامة ومختلفة تمتد من المناحي الاقتصادية إلى الحياة الاجتماعية للفرد الريادي وعلى هذا تبرز أهمية ريادة الأعمال في جانبين اثنين هما:

❖ الأهمية الاقتصادية:

يشارك نشاط ريادة الأعمال عموماً كغيره من الأنشطة الاقتصادية في الدفع بعجلة الاقتصاد نحو الأمام، باعتبار أن هذا النوع من النشاط يعد محركاً بدوره للابتكار والإبداع على حد سواء. ولهذا فليادة الأعمال أهمية اقتصادية بالغة، تتجلى بوضوح في بيانات الجدول التالي:

مساهمة التنوع المعرفي في تطوير مجال ريادة الأعمال

الجدول رقم (02): الأهمية الاقتصادية لريادة الأعمال

المستوى	الهدف
الكلي	<p>إعادة هيكلة للنسيج الاقتصادي: يعمل نشاط ريادة الأعمال على تشجيع الابتكار والإبداع لدى الأفراد وهو ما يؤدي في النهاية، إلى خلق المزيد من المشروعات الجديدة، بما يستجيب لاحتياجات السوق، إذ أضحى هذا الشكل من المؤسسات هو الذي يقود قاطرة النمو الاقتصادي في العديد من البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء؛</p> <p>المساهمة في زيادة الناتج الوطني: تؤدي المشاريع في هذا الحقل إلى تحقيق مشاركة جميع شرائح المجتمع في المساهمة في زيادة الناتج الوطني، وهذا يتحقق من خلال عمليتين هما: الادخار والاستثمار، حيث يساهم توجيه المدخرات في زيادة معدلات الاستثمار وتعبئة رؤوس الأموال- التي كانت من الممكن أن توجه نحو الاستهلاك-، وتكون محصلة ذلك زيادة للناتج الوطني؛</p> <p>خلق الثروة: إن ما يميز ريادة الأعمال هو قدرتها على خلق الثروة بصيغة مستمرة ومتواصلة، فهي لا تكتفي بجمع الأرباح، وإنما تعمل أيضا على تكوين ثروات خاصة في ظل الطموح المتزايد وغير المحدد للأفراد الرياديون، فقدرته مشاريع ريادة الأعمال ورغبتها في التوسع جعل منها أداة مهمة في خلق الثروة؛</p> <p>دعم الصادرات وإيجاد أسواق جديدة: تلعب ريادة الأعمال دورا مؤثرا في دعم الصادرات من خلال سد جزء من حاجة الطلب المحلي، وبالتالي إتاحة فرصة أكبر لتصدير الإنتاج الخاص بالمؤسسات الكبرى، وذلك لما تتميز به من مزايا نسبية ووفورات اقتصادية، أو من خلال تصدير منتجاتها بشكل مباشر، وهو ما يمكن الريادي من استغلال الفرص في السوق من أجل إيجاد عملاء جدد وخلق طلب وعرض جديدين على المنتج في السوق.</p>
الجزئي	<p>رفع مستوى الإنتاجية: ويتحقق ذلك من خلال الكفاءة التي يتمتع بها شخصية الفرد الريادي في استخدامه للموارد وفي قدرته على تحويل هذه الموارد من مستوى إنتاجية ضعيف إلى مستوى إنتاجية أعلى؛</p> <p>الحد من الاحتكار: تحافظ أنشطة ريادة الأعمال على استمرارية المنافسة في الأسواق ومواجهة النمط الاحتكاري الذي قد تمارسه بعض المؤسسات الكبيرة، وهذا راجع إلى كون أن أغلب المنتجات التي تسوقها مشروعات ريادة الأعمال تأخذ طابعا إبداعيا ابتكاريا؛</p> <p>الدفع نحو التجديد والتطوير الدائم: تدفع ريادة الأعمال المؤسسة إلى التطوير بشكل دائم ومستمر والقيام بعملية التجديد والتوسع، وهو ما يؤدي في المحصلة إلى خلق مزيد من مناصب العمل الجديدة، سواء أكان ذلك عن طريق إنشاء مشاريع جديدة أو استخدام طرق إنتاجية حديثة أو إنشاء أنشطة منتجات ذات طابع جديد؛</p> <p>تحفيز الإبداع: تختص ريادة الأعمال بمميزات عدة، لكن أبرزها هو اعتمادها الدائم على عنصر الإبداع في أحداث التغيير نحو أفق جديدة ونقل أنشطتها إلى وضعيات أفضل، ما يعود بالفائدة عليها وعلى الأفراد والمجتمع.</p>

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على: (زوبل، 2001، صفحة 03). و (بن ساسي و قريشي، 2006، صفحة 25).

❖ الأهمية الاجتماعية:

تعد ريادة الأعمال مشروعا ذو طابع اقتصادي اجتماعي، رغم أنها في الأصل هي مشروع اقتصادي هدفه تحقيق الربح

وتحسين الدخل الشخصي للريادي، إلا أن لها دورا اجتماعيا كبيرا في ذات الوقت، وهو ما يبرزه الجدول الموالي:

الجدول رقم(03): الأهمية الاجتماعية لريادة الأعمال

الأهمية	الكيفية
التقليل من البطالة	تتيح مشروعات ريادة الأعمال الفرصة لإمكانية المساهمة في التقليل من نسب البطالة، من خلال أنها تمنح الفرصة لليد العاملة المؤهلة وغير المؤهلة للولوج إلى عالم الشغل. ولهذا تزايد الاهتمام الدولي بهذا النوع من المشروعات، لكونها تستخدم على العموم أساليب إنتاجية ذات كفافه لليد العاملة ما يجعلها أداة وحل فعال لاستيعاب العرض المتزايد لليد العاملة خاصة في الاقتصادات النامية التي تعاني من إشكالية الكثافة النسبية لليد العاملة على حساب رأس المال، لذلك فهي ساهم في تحريك سوق العمل وتضمن توازنه؛
وسيلة لدمج الطبقات المهمشة في المجتمع	تمنح ريادة الأعمال للفئات المهمشة في المجتمع والتي لا تملك المؤهلات والقدرات المالية والأكاديمية أو حتى العلاقات العامة فرصة لأن تصبح قوى فاعلة عبر إقامة مشروعات صغيرة، وبالتالي فهي تعمل على جمع هذه الفئات في الاقتصاد عامة وفي العملية الإنتاجية خاصة، وهذا بدوره له انعكاس ايجابي على ترابط شرائح المجتمع بعضها بعضاً؛
دعم الفئات الصغيرة في محاربة الأزمات الاجتماعية	منذ عقد ثمانينات القرن الماضي، أظهرت التجارب أهمية ريادة الأعمال كوسيلة لمجابهة ظاهرة الفقر وانتشار الأزمات الاجتماعية في المجتمع وإدماج الفئات المهمشة والمقصات اجتماعيا بخاصة في البلدان النامية، فعلى سبيل المثال شكل تجربة " بنك الفقراء" في بنغلاديش مثالا بارزا على الدور الاجتماعي لريادة الأعمال في الخروج من دائرة الفقر في المجتمعات التي مازالت تعاني من ارتفاع معدلات الفقر والتمهيش؛
تحقيق العدالة في توزيع الدخل والثروة	تساهم مشاريع ريادة الأعمال في تحقيق مبدأ العدالة في توزيع الدخل، فهي تتطلب إمكانيات استثمارية ضئيلة، ما يسمح لعدد كبير من الأفراد بإنشاء تلك المشاريع، وبالتالي فهي تساعد على تقليص فجوة الفقر، وتوزيعا أكثر عدالة للثروة والدخل؛
تقليل فجوة التنمية بين الأقاليم	تشارك مشروعات ريادة الأعمال في تقليص فجوة التنمية الموجودة بين الأقاليم، فهي تلعب دورا هاما في تحقيق التوازن الجغرافي والتنمية الإقليمية المتوازنة وضمان العدالة في توزيع الدخل والثروة بين فئات المجتمع في المناطق النائية خاصة، وهذا يرجع إلى قدرة هذه المشروعات على الانتشار والتكيف مع الظروف المحيطة بهذه الأقاليم، ما يساعد على تنمية تلك الأقاليم واستقرار السكان، ولهذا تبنت الكثير من دول العالم ريادة الأعمال كحلا تفرضه التحديات المتعلقة بتحقيق تنمية إقليمية متوازنة، من خلال تشجيعها لهذه الأنشطة نحو التوطن في مناطق محددة بتقديم حوافز للرياديين لإقامة مشاريعهم في تلك المناطق.

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على: (المرسي و أبو بكر، 2002، صفحة 42).

2.2.2. أبعاد نشاط ريادة الأعمال:

يكتسي مشروع ريادة الأعمال عند انجازه مجموعة من الأبعاد الرئيسية، نعرضها فيما يلي:

- ❖ الإبداعية: يعتبر بعد الإبداعية من أبرز السمات الرئيسية لنشاط ريادة الأعمال، ويعرف إجمالاً، في أنه يمثل مختلف القدرات التي يرصدها الفرد أو الجماعة أو المؤسسة بغرض اكتشاف الفرص غير المستغلة وإيجاد الحلول للمشكلات القائمة وبتعبير آخر، يعبر عن قابلية الفرد لدعم الأفكار الجديدة وقبوله للتغيير والمشاركة في الجديد والتخلي عن المألوف والمعتاد خاصة في ظل بيئة الأعمال التي تتميز بالتغير المتسارع والمستمر، ولهذا، فإن الإبداع يشكل حلقة أساسية في نشاط ريادة الأعمال شريطة تحويل تلك الأفكار الإبداعية إلى منتجات وخدمات، تكتسب المؤسسة من خلالها ميزة تنافسية تتيح لها البقاء وتحقيق الربح ويمكن أن نحصر ثلاث أنواع من هذه الأعمال التي تصنف أعمالاً إبداعية في ريادة الأعمال هي (متعب و راضي، 2009، صفحة 157):

- أعمال ابتكارية بحثية: وتتحقق عندما يقوم الريادي بنقل و ترجمة أفكاره ذات الطابع الإبداعي إلى منتجات أو خدمات، أو أعمال جديدة في عالم الأعمال، فهو يتمتع بقدر كبير من الرؤى الجديدة التي تتضح له قبل أن تتضح للآخرين في السوق؛
- أعمال إبداعية متطورة من أفكار وتكنولوجيا موجودة: في هذا الشكل، يقوم الريادي بإنشاء نشاط في ريادة الأعمال انطلاقاً من أفكار وتكنولوجيا متاحة وموجودة سابقاً، فما عليه سوى توظيف وتطوير هذه الأفكار والتكنولوجيا القائمة لأغراض تخصصية في أعمال ومجالات أخرى مختلفة؛
- امتلاك أعمال إبداعية: يعتبر هذا النوع من الأعمال التي تصنف أعمالاً إبداعية أقل درجة من النوعين السابقين، ففي هذه الحالة يقوم الفرد الريادي بشراء أو امتلاك عملاً، دون أن يضع أي خطط لتغيير هذا الوضع القائم، فالحاجة للابتكار والإبداع أقل في هذا الوضع.
- ❖ الاستباقية: يعد بعد الاستباقية من أهم الخصائص التي تتميز بها المؤسسات ذات طابع ريادة الأعمال، والتي تنطوي على رغبتها في أن تكون هي أول من يستجيب لاحتياجات ومتطلبات الزبائن، وتحقيق رغباتهم وفق ما هو أفضل. والاستباقية بشكل عام، هي استشراف مشاكل المستقبل والحاجات والتحديات المحتملة، ويتضمن بعد الاستباقية ثلاث عناصر هي: (السكرانة، 2008، صفحة 90): محاولة التعاون مع المنافسين بغرض احتوائهم؛ المفاضلة بين المحاولات الحقيقية -وهي النمو والإبداع والتطوير-؛ اقرار ملاحقة أو عدم ملاحقة المنافسين بالإبداع.
- ❖ الاستقلالية: يعني بعد الاستقلالية الحاجة إلى ممارسة نشاط معين بشكل مستقل، ما يسمح للفرد الريادي تطبيق أفكاره ورؤيته خاصة إذا كانت ذات طابع إبداعي، دون قيود وعراقيل، وتتيح هذه الاستقلالية للجميع العمل بحرية وترجمة أفكارهم كما يريدونها، فهي بذلك، لا تمس الفرد الريادي، وإنما تمتد إلى جميع العاملين، دون أن ننسى دورها في إتاحة الوقت الكافي لتمكين الأفراد من تحديد الفرص واكتشافها (متعب و راضي، 2009، الصفحات 236-237).
- ❖ التنافسية: المقصود منها مجاراة ومحاولة تجاوز الفرد الريادي للمنافسين الموجودين في بيئة الأعمال التي ينشط بها، فالمؤسسة هي في الواقع، في معركة دائمة مع المنافسين لها في السوق، وحتى تحافظ على حصتها ومكانتها في هذا السوق، عليها على الأقل الاستثمار ومواكبة التغيرات المتسارعة في هذا السوق المليء بالمنافسين.
- ❖ المخاطرة: يشكل بعد المخاطرة حجر الزاوية في نشاط ريادة الأعمال، وبصفة عامة، المخاطرة هي " الرغبة في الحصول على الفرص على الرغم من عدم التأكد الذي يحيط بها"، أو أنها " تلك المجازفة التي يتحملها الريادي عند طرح منتجات جديدة بالأسواق، أخذاً بعين الاعتبار، ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض وعدم التأكد" (حسن أ.، 2014، صفحة 114)، وعلى هذا، فالفرد الريادي دائماً في محاولته لإقامة مشاريعه يواجه المخاطر المختلفة مقابل ما يؤمن بتحقيقه مقارنة بالأفراد الآخرين. وقد تكون هذه المخاطر متعددة تأخذ أنواعاً عدة، هي (العبيدي، 2013، الصفحات 401-402):

الجدول رقم (04): أنواع المخاطر المتعلقة بإقامة مشاريع ريادية

نوع المخاطر	ماهيتها
المخاطر المالية	يتجسد هذا النوع من المخاطر في عدم إمكانية تحقيق للأرباح بصفة كافية لتغطي النفقات والتكاليف المستهلكة منذ بداية المشروع، إذ من غير المؤكد أن يحصل الريادي عند تنفيذه لمشروعه على إيرادات كافية لتغطية تلك التكاليف والنفقات. من هنا، يكون الريادي معرضاً للإفلاس على المستوى الشخصي؛
المخاطر الوظيفية	تتمثل في تردد الأفراد الذين يفكرون في أن يتحولوا إلى ربايين، فيما إذا كان من الممكن أن توفر لهم مشروعاتهم الجديدة وظائف مناسبة أم أنهم سيضطرون للعودة مجدداً إلى وظائفهم القديمة، في حالة ما إذا تعرضت مشروعاتهم للفشل؛
المخاطر النفسية	من أكثر المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الريادي هي المخاطر النفسية لما لها من تأثير واضح ومباشر على حياته، ففي بداية المشروع قد يحس بأنه يخوض تجربة مميزة، بخاصة إذا تحققت أهداف هذا الريادي سواء أكانت على المستوى المالي أو الشخصي، لكن ومع مرور الوقت، قد تؤدي مشاكل المشروع إلى مزيداً من الإرهاق والتوتر وعدم الاطمئنان للفرد الريادي، وبالتالي فإنه يبقى في دوامة من التفكير والتوتر لما يحدث له مستقبلاً؛
مخاطر عائلية اجتماعية	يؤدي الاستمرار في العمل الطويل والشاق الذي يمارسه الفرد الريادي في بداية وأثناء تنفيذه لمشروعه غالباً على التخلي عن جزء هام من المسؤوليات الاجتماعية والعائلية، وهذا بدوره يمكن أن يتسبب في أن يفقد الريادي لجزء من الروابط والعلاقات الضرورية الاجتماعية حتى يعيش ويستمر في تنفيذ أفكاره الإبداعية.

المصدر: من اعدادا الباحث بالاعتماد على: (زيدان، 2008، صفحة 129).

3. الريادي:

يعتبر الريادي مصدراً للإبداع والابتكار على حد سواء، فهو يعمل على تجسيد أفكاره الإبداعية على أرض الواقع معتمداً على ذلك على جملة من الميزات والسمات الفردية والشخصية التي تدعم توجهه نحو ريادة الأعمال.

1.3. التطور التاريخي لمفهوم الريادي:

يعتبر مصطلح "الريادي" قديماً بالنظر إلى أن جذور هذا المصطلح تعود إلى بدايات القرن السادس عشر، ومن أهم المحطات التاريخية التي عرفت هذا المفهوم، نذكر:

- سنة 1616، استعملت كلمة الريادي لأول مرة من طرف Mont chrétien وكان يعني به ذلك الشخص الذي يوقع عقداً مع السلطات العمومية من أجل ضمان انجاز عمل أو مجموعة أعمال مختلفة كتشييد المباني، انجاز الطرقات ... الخ؛

- سنة 1723، عرف القاموس العام للتجارة بفرنسا مصطلح الريادي وفق كلمتين هما:

• **Entreprendre**: وتعني تحمل مسؤولية عمل ما أو مشروع أو صناعة ... الخ؛

• **Entrepreneur**: وتدلل على الشخص الذي يباشر عمله أو مشروعاً ما.

- سنة 1735، عرفه ريشاد كونتيون Richard Cantillon بأنه صاحب رأس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن لا يقين في البيئة التي يعيش فيها، بمعنى آخر، هو التاجر الذي يشتري (أو يستأجر) سلعا بسعر معلوم - أكيد - ليبيعهما بعد ذلك (أو ينتج) بسعر مجهول - غير أكيد - متحتملاً في سبيل ذلك مجموعة من المخاطر؛

- سنة 1935، أكد شومبيتر أن الريادي وظيفته الأساسية تتمثل في البحث عن التغيير والتصرف بما يوافق واستغلاله كأنه فرصة، وفي هذا السياق، يعرف الريادي على أنه " ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقوة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار، ويتحقق ذلك بوجود قوى الريادة " التدمير الخلاق " في الأسواق والصناعات التي تنشأ منتجات ونماذج عمل جديدة، وعلى هذا، فطبقة الريبيين هم من يقودون التطور الصناعي والنمو الاقتصادي على المدى الطويل " (Allali, 2007, p. 03);

- سنة 1961، ذهب دافيد ماكيليلاند David McClelland في تعريفه إلى مصطلح " الريادي " إلى التركيز على أنه ذلك " الشخص الذي تحركه الحاجة لإنجاز شيء ما، أو رغبة شديدة في إضافة شيء للحياة، من خلال تحمله المسؤولية في إيجاد الحلول المناسبة للمشاكل التي تواجهه؛

- سنة 1964، ركز Drucker في سياق تعريفه لمفهوم الريادي على أنه " الشخص الذي يتصف ب: البحث عن مصادر الإبداع بهدف زيادة الثروة، البحث المستمر على عنصر التغيير من خلال استغلال الموارد في القطاعات ذات مردودية أحسن وإنتاجية أعلى، فهو فرد يتمتع بسلوكيات تجعله قادرا على استغلال الفرص المتاحة في السوق، وإنشاء مؤسسته، وقبول المخاطر بكل أنواعها؛

- سنة 1973، وصف كيرزير Kirzner الريادي بأنه " شخص حساس للفرص، تتمثل مهمته في استغلال الفرص الناتجة عن الفرق بين أسعار المدخلات وأسعار المخرجات " (الضلاعين، 2005، صفحة 26).

وفي المحصلة، يمكن أن نستعين بتعريف اللجنة الأوروبية للريادي بأنه "الفرد الذي يأخذ ويتحمل الأخطار، بجمع الموارد بشكل فعال، يبتكر في إنتاج خدمات ومنتجات بطرق إنتاج جديدة، يحدد الأهداف التي يريد بلوغها، وذلك بتخصيصه الناجع للموارد" (زيدان، 2008، صفحة 98).

2.3. سمات الشخص الريادي:

يحتاج الشخص الريادي كي يكون رياديا ناجحا، أن يتصف بمجموعة من الصفات المنسجمة مع طبيعة عمله وأهدافه، يمكن تلخيص أبرزها فيما يلي:

❖ **السمات الشخصية:** تتمثل في مجموع الصفات التي يتميز بها الريادي والتي تتجسد من خلال سلوكه الهادف لإشباع حاجات معينة، وتجدر الإشارة، إلى أن هذه الميزات تنمو بالتوازي مع مسيرة حياة الشخص الريادي، وتنصهر مع مرور الوقت في سلوكياته. وهي صفات متعددة وتشابك مع بعضها البعض، إلا أن أهمها هو:

الجدول رقم (05): السمات الشخصية للفرد الريادي

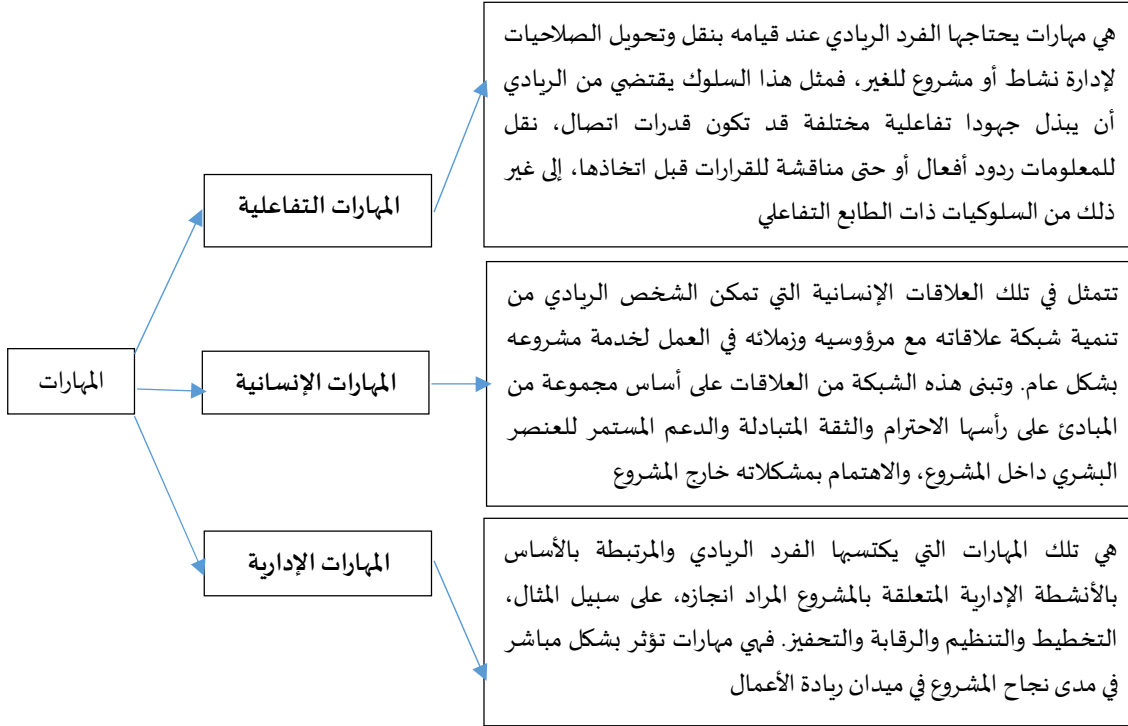
السمة	تعريفها
الطموح	يتميز الريادي بالطموح الذي لا حدود له، فهو يتطلع باستمرار لتحقيق وتجسيد أفكاره على أرض الواقع، إذ يبدأ بأفكار صغيرة لتصبح بعد ذلك مشاريع كبيرة تدر عليه موارد مالية هائلة؛
الاستقلالية	يرغب الشخص الريادي دوما في عدم الاعتماد على الآخرين، فهو يحبذ ممارسة الاستقلالية عند بلوغه للأهداف المستطرفة، كما أنه يسعى إلى أن يكون مجال عمله ونشاطه بعيدا عن المنظمات الكبيرة، وهذا مرده إلى رغبته الدائمة في أن يكون قائدا يصدر الأوامر لا تابعا لغيره، فهو يفضل أن يكون صانعا للقرار مستقلا في حياته؛
البصيرة	يتمتع الشخص الريادي بقدرة كبيرة في فهم الأشياء وبعد النظر فهو يرى الفرص ويحولها بعد ذلك إلى مشاريع في أرض الواقع سواء أكانت ذات طبيعة إنتاجية أو خدمية، تعود عليه بالربح؛
المثابرة والتضحية	الريادي شخص لا يحب الفشل، فهو في سبيل ذلك، يحمل ويتحمل الصعاب، وفي ذات الوقت، عنيد في محاولاته، يعيد الكرة حتى وإن فشل لا يعرف التراجع ولا يجب النفس الانهزامية، فهو يعتقد بأن تحقيق النجاحات وضمن استمراريتها إنما يكون عن طريق المثابرة والصبر والتضحية من أجل الوصول إلى تحقيق غاياته في المستقبل، فالجهد والمثابرة والتضحية يعدون عوامل نجاح لمشروعاته في ميدان ريادة الأعمال؛
الحاجة للإنجاز	الشخص الريادي بطبعه متحفز باستمرار للإنجاز ومتطلع لتحقيق الأهداف التي تتسم بالتحدي فهو لديه رغبة دائمة في تقديم أفضل المسؤولية في بلوغ الأهداف بجدارة فالنجاح بالنسبة له يقاس بمدى القابلية في بلوغ الأهداف التي سطرها وتحمل المخاطر والصعاب لأجل ذلك؛
المخاطرة	ارتبطت المخاطرة دوما بصفات الشخص الريادي، فهي حفزته على أن يقدم على الأشياء ويفعلها دون خوف أو تردد، فهو فرد يتحمل المخاطرة ويتقبل العمل في مواقف وحالات تتسم بعدم التأكد ولا اليقين؛

قوة الشخصية	يتصف الفرد الريادي بقوة الشخصية، فهو لا يهزم أمام الصعاب التي تواجهه، وتجده قدوة للآخرين، وعضوا فعالا في أي فريق عمل لا منفصلا عنه، كما أنه يحب ويمارس التفاوض والاستماع إلى آراء الآخرين، فشخصيته تتفاعل مع الآخرين بحيث تأثر فيهم وتتأثر بهم؛
المبادرة	الريادي شخص يحبذ المبادرة في الأعمال التي ينوي القيام بها فتجده دوما يعرض أفكاره ويطبّقها في الواقع، كما يتمتع بروح المبادرة عند العمل في شكل فريق عمل، فهو يدعم المبادرات ويشجع حاملي الأفكار الجديدة؛
قابلية التعلم	الشخص الريادي هو دوما شخصية تمتلك قابلية للتعلم فهو مستعد باستمرار لتلقي المعارف المختلفة، بغض النظر عن مصادر تلك المعرفة، فغاياته النهائية هي التعلم أكثر للاستفادة من تلك المعارف المكتسبة مستقبلا في انجاز أعماله ومشاريعه؛
القدرة على الإقناع	الشخصية الريادية هي شخصية لها القدرة على إقناع الآخرين بأفكاره من خلال أسلوب متميز في الحوار ومناقشة الأفكار، فهو يستطيع من خلال هذه الشخصية كسب تعاطف المؤيدين والمتقاطعين مع أفكاره وطروحاته، ما يشكل دافعا ومحفزا له على تحقيق غاياته.

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على: (النجار و واخرون، 2006، الصفحات 11-12).

❖ **المهارات:** بالإضافة الى الخصائص الشخصية يحتاج الريادي للنجاح في الأعمال، هناك مهارات تعد ضرورية في مسار عمله نحو تحقيق الأهداف التي يصبو إليها وهي مصنفة في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): أنواع المهارات التي يحتاجها الريادي



المصدر: (مبارك، 28-29 نوفمبر 2014، صفحة 12).

3.3. العوامل المؤثرة في تكوين شخصية الريادي:

تتداخل مجموعة من العوامل والتي تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في تبلور وتكوين شخصية الفرد الريادي، وقد تأخذ هذه العوامل أصناف عدة، فمنها ذات الطابع النفسي، والأخرى ذات الطابع الاجتماعي، دون أن ننسى دور العوامل الاجتماعية الثقافية والاقتصادية في تكوين عقلية وشخصية الفرد الريادي. بعبارة أخرى، هي تلك البيئات المختلفة التي لها علاقة مباشرة مع الريادي والتي تساعد على انجاز مشاريعه في حقل ريادة الأعمال.

مساهمة التنوع المعرفي في تطوير مجال ريادة الأعمال
الجدول رقم(06): العوامل المؤثرة في تكوين شخصية الريادي

العوامل	تعريفها	أنواعها
النفسانية	تلعب دورا بارزا في ريادة الأعمال، وهي تلك الخصائص الشخصية - مورثة أو مكتسبة- التي تساعد الريادي على التكيف النفسي والجسدي لظروفه الاجتماعية	العوامل الوراثية: هي صفات فطرية يحملها الريادي في جيناته تدفعه نحو المغامرة وتحمل المخاطرة واكتساب الشخصية المستقلة: العوامل المكتسبة: هي عوامل مرتبطة بالثقافة السائدة في المجتمعات التي يعيش فيها الريادي، وهو ما ذهب إليه دراكر Ducker في سياق وصفه لشخصية الريادي، عندما قال بأنه شخص يولد بصفات محددة يمكن تطويرها من خلال الخبرة والعمل الجاد والدخول في مضمار المنافسة.
الاجتماعية والثقافية	يقصد بها العوامل ذات الصلة المباشرة بالبيئات المختلفة التي يتعامل ويتأثر ويتعلم منها الريادي ويأخذ منها الكثير من المعارف والأفكار والقيم التي تؤثر بشكل قوي في سلوكياته وتكوين شخصيته	العائلة: تعد الوسط الأول الذي يأخذ عنه الطفل مجموعة القيم والمعتقدات التي توجه مع مرور الوقت سلوكياته ومعتقداته، فهي البيئة الحاضنة الأولى لتكوين شخصية الريادي، من حيث أنها تزوده بمجموعة المؤهلات المادية والمعنوية الضرورية لتنمية قدراته في مجال ريادة الأعمال. القيم: هي عوامل مهمة في تشكيل توجهات الريادي وقدرته على الإبداع وتحمل المسؤولية ومواجهة المخاطر بمختلف أنواعها، فهي تلعب دورا مكملا لدور العائلة، باعتبار أنها تشكل البيئة الحاضنة الثانية، والتي يعيش فيها الفرد الريادي بمختلف أبعادها الاجتماعية والثقافية. وقد تبرز هذه القيم في عدة أشكال كالعمل الجاد والمتقن، المثابرة، ... وغيرها من القيم.
العوامل الاقتصادية	هي تلك الموارد- مواد أولية، يد عاملة مؤهلة وغير مؤهلة، وسائل إنتاج، مصادر التمويل- اللازمة حتى يحقق الريادي غاياته المتمثلة أساسا في نقل أفكاره من المجال الضمني إلى المجال الرسمي الظاهر على أرض الميدان	التمويل: يعد التمويل من أبرز العوامل الاقتصادية فبدون وجود مصادر تمويل مشروعاته لا يستطيع الريادي من تجسيد أفكاره ميدانيا. السياسات الاقتصادية الحكومية: تلعب السياسات الاقتصادية الحكومية دورا لا يستهان به في مجال ريادة الأعمال، من حيث أنها تدعم الريادي بشتى الوسائل لتحقيق أهدافه. كبرامج التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا الناشئة التي تدعمها الدولة مصدرا هاما لدعم وتجسيد أفكار الريادي، إضافة إلى المساهمة التي تقدمها برامج التدريب والتكوين في تطوير مهارات الشخص الريادي. التعليم والتكوين: يساهم التعليم والتكوين في تحسيس الطلبة خاصة والأشخاص عامة بأهمية ريادة الأعمال، فهي تكون صورة متكاملة لميدان ريادة الأعمال في ذهنهم، فهما يزودان الفرد الريادي بمختلف المعارف والمؤهلات التي تساعده أكثر للولوج إلى هذا المجال.

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على: (بودريالة و حسين، 2020، صفحة 15).

4. التنوع المعرفي:

1.4. التنوع: المفهوم، المبررات، الأبعاد والأنواع:

أصبحت منظمات الأعمال اليوم أنظمة مفتوحة على بيئة معقدة شديدة المنافسة وكبيرة الاختلاف، وهذا ما يفرض عليها المحاولة باستمرار كي تجد أسواق أوسع لتصبح عالمية الاتجاه مستفيدة من إمكانية الاتصال بالزبائن في اطار التسهيلات التكنولوجية الحديثة والأنترنت، وهذا ما يفرض عليها فهم وتبني التنوع باختلاف أنواعه الموجود في هذه البيئات، ومن جهة أخرى، فإن هذه المنظمات تجد نفسها وبحكم السلوك الريادي الى توظيف قوة عمل ماهرة وإبداعية، وبالتالي يصبح هذا التنوع Diversity حقيقة موجودة فيها، يتطلب الأمر الاستفادة منه لغرض النجاح.

1.1.4. المفهوم: كغيره من المفاهيم والمصطلحات في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية، تباينت وجهات نظر الباحثين حول تعريف مصطلح " التنوع" نورد من أبرزها:

- الاختلافات القائمة بين أفراد المنظمة الواحدة، من حيث العمل أو الجنس أو الأقلية أو الدين أو توجهات الفرد ذات الطابع السياسي والاجتماعي أو غيرها (العامري و الغالي ، 2007، صفحة 129)؛
- تعبير عن الطريقة التي يختلف بها أعضاء المنظمة؛
- الاختلاف في خلفيات الموظفين والتي هي صفة من صفات المنظمات في الوقت الحالي (فرجي و صفراني ، 2012، صفحة 68).
- وبالجمع بين التعريفات الثلاثة، يمكن القول بأن مفهوم التنوع يشير الى مجموعة الاختلافات التي يتمتع بها الأفراد داخل المنظمة الواحدة، وهي اختلافات قد تكون في الخبرات، المعرفة، المهارات، القيم والثقافات بين الأشخاص.
- 2.1.4 مبررات اهتمام المنظمات بموضوع التنوع: يوجد العديد من المبررات التي دفعت الأفراد ومنظمات العمل الى زيادة تركيز اهتمامها بالتنوع بصفته عاملا من العوامل الرئيسية والفاعلة في تحقيق نهضة حضارية وتطور اقتصادي في المجتمعات التي تتبنى هذا الاتجاه، هذه المبررات يمكن تصنيفها على مستويين اثنين هما: مبررات خارجية وهي التي تأخذ بعدا عالميا، والأخرى داخلية على مستوى عمل المنظمات.
- ❖ المبررات الخارجية: من أهم المبررات التي ذات البعد الخارجي، نورد ما يلي (فرجي و صفراني ، 2012، الصفحات 69-70):
- تعاظم دور العولمة: جعلت العولمة كظاهرة متعددة الأبعاد العالم كقوية واحدة متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية والسياسية للدول على اختلاف، وكان من نواتج ذلك، أن سمح للعاملين في شتى العالم أن يندمجوا ويعملوا سويا في داخل المنظمة الواحدة، على الرغم من اختلاف جنسياتهم وخلفياتهم الثقافية؛
- الثورة التكنولوجية التي يشهدها العالم: فقد ساهمت استخدامات الثورة التكنولوجية وخاصة في مجال المعلومات والاتصالات على زيادة التراكم المعرفي لدى العاملين داخل منظمات الأعمال، وهو مكن بدوره هؤلاء العاملين من الحصول على أنواع جديدة من فرص العمل بطرق جديدة وأكثر مرونة. وفي المحصلة، ساهم هذا كله على زيادة مدى التنوع والاختلاف من الناحية المعرفية بين أفراد مجموعة العمل الواحدة؛
- التغيير المتسارع في البيئة الخارجية للمنظمات: تتصف بيئة الأعمال اليوم بدرجة كبيرة من التغيير ولهذا على منظمات الباحثة عن الاستمرار في السوق أن تبنى نفسها لتكون لديها المرونة الكافية لإجراء التغييرات المطلوبة في الوقت المناسب. ولعل من أبرزها العمل على استقطاب وتوظيف الأفراد من بيئات مختلفة ومن خلفيات ثقافية ومعرفية متباينة، حتى تستطيع هذه المنظمات من أن تواجه هذه التحديات سواء المحلية أو العالمية .
- ونتيجة لهذه العوامل الناتجة عن التغييرات في البيئة الخارجية والثورة التكنولوجية والعولمة المتنامية، لجأت منظمات الأعمال اليوم إلى تبني التنوع كقيمة مضافة نظرا لاستخداماته كميزة تنافسية واستراتيجية للبقاء والاستمرار في السوق.
- ❖ المبررات الداخلية: تتمثل المبررات الداخلية والتي من خلالها أضحت المنظمات تحمل على تبني التنوع بشكل عام والتنوع المعرفي بشكل خاص كإحدى مداخل تحسين الأداء وبلوغ الأهداف المسطرة، في أن هذا التنوع يعمل على (الغالي، 2009، صفحة 53):
- تشجيع التعددية: حيث يساهم الجميع سواء كانوا نساء او رجال أكثرية او اقلية بوضع السياسات والأهداف وتحديد القيم الرئيسية للعمل؛
- نشر التكامل مع المجاميع غير رسمية من خلال دعم المسار الوظيفي للنساء وأعضاء الأقليات في المنظمة؛
- إزالة الفوارق عن طريق توجيه أنشطة التدريب على معرفة التعامل مع التنوع وإزالة التحيز بين العاملين المرتبط بخصائص لا علاقة لها بالأداء والإنجاز والنجاح؛

- تقليل الصراع السليبي بين المجاميع والأفراد بفضل الفهم والوعي بالتنوع والاختلاف.
3.1.4. أبعاد التنوع: يرى كل من Arraw و MCgath أن التنوع يقوم على مجموعات من الأبعاد، وأن كل مجموعة من هذه الأبعاد لها تأثير مختلف عن غيرها على مجموعة العمل، بالإضافة إلى ارتباط هذه المجموعات مع بعضها البعض ارتباطاً بالغ التعقيد، وهذه المجموعات من الأبعاد هي:

- الأبعاد الديمغرافية: والمقصود منها تلك الصفات الشخصية المرتبطة بأعضاء مجموعة العمل كالعمر، العرق، الجنس . الخ؛
- الأبعاد المرتبطة بالعمل: وتشتمل مستوى التعليم والتخصص الأكاديمي، الخبرات العملية، التنوع في وجهات النظر والتنوع في المعلومات التي يمتلكها الأفراد؛

- الأبعاد الاجتماعية: تمثل الخلفيات الثقافية المتباينة للعاملين وكذا الاختلاف في العادات والتقاليد والقيم التي يحملها هؤلاء، إضافة إلى مكانتهم وحالتهم الاجتماعية.

4.1.4. أنواع التنوع: هناك عدة أنواع للتنوع، والتي هي:

- تنوع المعرفة: وهو التنوع في الأفكار والمعارف والمعلومات التي يمتلكها الأفراد والمجتمعات، والتي تختلف بحسب الثقافة والتعليم والخبرات السابقة؛

- تنوع اللغات: وهي التنوع في اللغات المستخدمة والتي تعكس تنوع الثقافات والمجتمعات، وتمثل وسيلة للتواصل والتفاهم بين الأفراد والثقافات المختلفة؛

- تنوع الثقافات: وهو التنوع في الممارسات والتقاليد والقيم الثقافية للمجتمعات المختلفة، والتي تؤثر في طريقة تعاملها مع العالم وتفسيرها للظواهر المحيطة بها؛

- تنوع الأساليب: وهو التنوع في الأساليب والطرق المستخدمة في حل المشكلات والتفكير واتخاذ القرارات، والتي تختلف بحسب الخلفية الثقافية والتعليمية للأفراد والمجتمعات؛

- تنوع الاهتمامات: وهو التنوع في الاهتمامات والميول الذي يمتلكها الأفراد، والتي تسهم في تنوع الرؤى والإبداعات والمساهمة في تطوير المجتمع .

2.4. التنوع المعرفي: المفهوم، الأهداف والأنواع:

نتيجة لتسارع التغييرات البيئية واشتداد حدة المنافسة لجأت المنظمات الى تبني أساليب عدة للإبداع في مجال ريادة الأعمال منها الاستثمار في التنوع المعرفي الخاص بها لتحقيق مجموعة من الأهداف عن طريق انجاز أكبر قدر ممكن من المهام في بيئة تسودها درجة عالية من التعاون بين العاملين في المنظمة الواحدة ومعالجة المشاكل داخل مكان العمل، وهو ما يشير الى أن التنوع المعرفي يساهم في زيادة التراكم المعرفي بين هؤلاء العاملين عن طريق تبادل المعرفة بشقيها الظاهرة والكامنة وبناء علاقات إيجابية بين العاملين.

1.2.4. المفهوم: إن التنوع مصدر مهم لأداء أفضل وتميز عالي على ريادة الأعمال اليوم و ذلك لأنه يؤطر ويدمج ويمزج المهارات والمعارف الجديدة لعدد من الناس المختلفين في قدراتهم، وإذا استطاعت منظمات الأعمال على احتضان الاختلاف والتنوع والتعدد واحترامه في قوة العمل، فإنه يعطيها الامكانية والقدرة في التعامل مع التعقيد وعدم التأكد في البيئة المعاصرة، ووجب الملاحظة، أن التنوع لا يرتبط بالعدد فقط، فقد تكون منظمة متوسطة أو صغيرة أكثر تنوعاً ثقافياً من منظمات أكبر حجماً، بسبب الروح الريادية والتميز لدى العاملين فيه، ويعكس الجدول الموالي التباين في تعاريف الباحثين حول مصطلح " التنوع المعرفي " انطلاقاً من التسلسل الزمني لتلك التعاريف.

الجدول رقم (07) : التسلسل الزمني لمفهوم التنوع المعرفي

التعريف	الباحث	السنة
الدرجة التي يختلف بها أعضاء الفريق من حيث الخبرة والمعرفة والمهارات وأنماط التفكير والقيم والمعتقدات	Miller et all	1998
مجموعة الاختلافات في العمليات المعرفية التي يستعملها الأفراد لإنجاز مهامهم	Kurtzberg	2005
مقدار الاختلاف في المعرفة والمعتقدات والثقافات داخل المنظمة	Vesamen	2009
الاختلاف في العمليات المعرفية غير الملموسة مثل المواقف والمعتقدات والقيم الخاصة بالمنظمة	Roberts et Nason	2011
مجموعة الاختلافات في المعتقدات وأساليب التفكير والافتراضات التي يتبناها أعضاء الفريق	Lino long	2016

المصدر: (حسن خ، 2021، صفحة 42).

واستنادا إلى ما ذكر سالفا، فإن التنوع المعرفي هو مصطلح يشير إلى الاختلافات المعرفية التي تحدث بين الأشخاص بسبب الخلفيات المختلفة التي يحملها الأشخاص-المتعلقة بالجنس، الأصول الثقافية، الأصول الاجتماعية، الأصول الاقتصادية، الأصول الحضارية...الخ-، بمعنى آخر، هو يشير إلى التنوع الذي يوجد في الخبرات المعرفية والمهارات التي يمتلكها الأشخاص في المجالات المختلفة، والذي يساعد على تحسين الأداء العام للمؤسسات والأداء الشخصي للأفراد.

ومما سبق، يتضح بأن مفهوم 'التنوع المعرفي' مركب من أربعة خصائص مهمة هي:

- يمثل حالة من التباين الحاصل في المواقف والقيم والمعتقدات لدى الأفراد؛
 - فرصة تسمح للعاملين داخل المنظمات بتطوير مستواهم المعرفي فيما يتعلق بتحقيق أهداف المنظمة؛
 - غاية تتبناها المنظمات من أجل تحقيق أهدافها وبخاصة الأهداف التنظيمية ك معالجة المشاكل وتنمية الإبداع؛
 - لا يتحقق هذا التنوع المعرفي داخل المنظمة الواحدة إلا عن طريق التعاون الجماعي بين العاملين فيها.
- 2.2.4. أهداف التنوع المعرفي: تتجلى أهم أهداف تبني مدخل التنوع المعرفي لدى منظمات الأعمال فيما يلي (خليل و خفير، 2005، الصفحات 30-31):

- تحسين أداء فريق العمل: يجمع التنوع المعرفي الأفراد من خلفيات متباينة يمتلكون مهارات ولديهم قابلية تبادل الأفكار المتنوعة بينهم، وهو ما ينتج عنه خلق بيئة مواتية ومحفزة على تحسين العلاقات بين الأفراد ما تكون محصلته تنمية أداء هؤلاء العمال؛

- المساهمة في صنع القرار الاستراتيجي: تستفيد منظمات الأعمال عند تبنيها لمدخل التنوع المعرفي لتحفيز وتوليد أفكار ابتكارية، وهو ما يصب في مصلحة المنظمة؛

- تحقيق الميزة التنافسية: يتيح التنوع المعرفي للمنظمات نطاق واسع من المعرفة والمهارات والقدرات التي تنتج عنها مزيدا من الخيارات والخطط والمنتجات الجديدة، دون أن ننسى دور التنوع المعرفي في تحسين الإنتاجية، وتحقيق الرضا الوظيفي، وهو ما يؤدي في النهاية إلى تعزيز الميزة التنافسية لتلك المنظمات التي تبني هذا التنوع كأسلوب عمل.

3.2.4. أنواع التنوع المعرفي: تتعدد أنواع التنوع المعرفي داخل منظمات الأعمال حيث تتمثل بالآتي:

الجدول رقم (08): أنواع التنوع المعرفي

النوع	تعريفه
التنوع التنظيمي	يمثل هذا النوع ركيزة أساسية كون أن حجم المنظمة الكبير يغلب عليه طابع معرفي ضخم فضلا عن أن حصول الفرد على منصب وظيفي أو ترقية في المسار الوظيفي يكون نتيجة للتحصيل المعرفية التي يجمعها ضمن حياته
التنوع الديمغرافي	يمثل مجموعة من الخصائص المرئية بين أعضاء الفريق، بمعنى أنه تنوع يرتكز على الاختلافات في السمات الديمغرافية القابلة للقياس للأفراد.
التنوع داخل المجموعة	يكون هذا النوع أكثر فاعلية في حل المشكلات المعقدة وغير المألوفة، كون أن الفرق المكونة من أعضاء غير متجانسين (متنوعين)، تمتلك نطاقا أوسع من المعرفة والمهارات والقدرات والخبرات الذي يعمل على اتخاذ قرارات ذات جودة داخل الفريق الواحد ما يؤدي إلى أفكار إبداعية.

المصدر: (حسن خ.، 2021، صفحة 40).

5. دور التنوع المعرفي في تنمية ريادة الأعمال:

إن عدم ارتباط الريادة بجنس معين أو عرق أو دين أو قومية جعل من التنوع والتمايز والاختلاف ذو مردود ايجابي على منظمات الأعمال إذا أحسنت التعامل مع هذا التنوع، كما تلعب هذه المنظمات أهمية بالغة في ايجاد التنوع المعرفي الذي من شأنه أن يجعل الأعمال المملوكة من قبل الأقليات والنساء ومختلف شرائح المجتمع يعطي دفعا كبيرا للاقتصاد وتنوع حضاري منسجم وتوسيع لقاعدة المشاركة والبناء الاجتماعي وتقليل الاضطرابات بالمجتمع.

ولقد اشارت إحدى الدراسات في الولايات المتحدة الى ارتفاع نسبة النساء اللاتي يملكن أعمال (توجهات ريادية) من 22% الى 38% للأعوام من 1976 لغاية 2000، وفي ذات الفترة ارتفع العائد للنساء المالكات أعمال بنسبة 33% قياس لارتفاع العوائد بنسبة 24% في جميع الأعمال، كذلك أشارت المؤسسة الوطنية لسيدات الأعمال الأمريكية NEWBO الى أن سيدات الأعمال أقمن أعمالهن الخاصة بعد تركهن العمل في منظمات الأعمال كبرى أو إدارات حكومية لأسباب عديدة، في مقدمتها عدم الاحترام الكامل لقدرتهن، كما تشير نفس المؤسسة الى أن الأقليات العرقية ازدادت نسبة الأعمال التي تمتلكها بشكل كبير وأن العديد منها هي أعمال ريادية ناجحة (الغالب، 2009، صفحة 54).

وتعد ريادة الأعمال من أهم المجالات التي يتطلع إليها الكثيرون في الوقت الحالي، حيث تمثل فرصة للإبداع والتميز في مجال الأعمال، من خلال أنها تتضمن العديد من المهارات والخبرات التي يتعين على الشخص اكتسابها، مثل الابتكار والتخطيط والتسويق والإدارة، ولهذا من الجوانب المهمة في ريادة الأعمال هو التنوع المعرفي، حيث يعد هذا الأمر أحد العوامل المؤثرة في نجاح المشاريع الريادية، فالتنوع المعرفي يساعد على توسيع دائرة المعرفة والخبرة، وبالتالي يمكن للشخص أن يستفيد من خلاله في تحقيق أهدافه بشكل أفضل، ويمكن أن يساهم التنوع المعرفي في تطوير حقل ريادة الأعمال من خلال مستويات و مجالات عدة من أبرزها:

1.5. دور التنوع المعرفي على مستوى عمليات منظمات الأعمال:

يبين الجدول الموالي مختلف الأدوار التي يلعبها التنوع المعرفي كأحد المداخل التي تتبناها منظمات في سبيل تحقيق التميز

والريادة في مجال ريادة الأعمال:

الجدول رقم(09): مساهمة التنوع المعرفي على مستوى عمليات منظمات الأعمال

في مجال	الأهمية
الابتكار والابداع	يعد الابتكار أحد العوامل الأساسية في ريادة الأعمال، حيث يمكن من خلاله تحقيق نجاح المشروع الريادي. وتتضمن الابتكار العديد من الجوانب، مثل الابتكار في المنتجات والخدمات والعمليات والتسويق والتمويل. ويمكن للشخص أن يطور مهارات الابتكار من خلال الاستفادة من التنوع المعرفي، حيث يمكنه الاستفادة من خبرات ومعارف الأشخاص الذين ينتمون لثقافات وخلفيات مختلفة، وبالتالي يمكنه تطوير فكرة مبتكرة وناجحة. كما يساعد التنوع المعرفي على تحقيق الابتكار والإبداع في مجال ريادة الأعمال، حيث يمكن لرائد الأعمال استخدام مختلف الخبرات والمعارف والثقافات واللغات والتجارب الحياتية لتطوير أفكار جديدة ومبتكرة، وهو ما يساعد على فتح آفاق جديدة وتوسيع الأفق الذهني، ما يساهم على تحقيق النجاح في مجال ريادة الأعمال والتفوق على المنافسين.
التخطيط	يعد التخطيط أحد الجوانب الأساسية في ريادة الأعمال، حيث يمكن من خلاله تحديد الأهداف والخطط اللازمة لتحقيقها. وتتضمن التخطيط العديد من الجوانب، مثل تحليل السوق وتحديد الموارد المالية والبشرية المطلوبة. ويمكن للشخص أن يطور مهارات التخطيط من خلال الاستفادة من التنوع المعرفي، حيث يمكنه الاستفادة من الخبرات ومعارف الأشخاص الذين ينتمون لثقافات وخلفيات مختلفة، وبالتالي يمكنه تطوير خطة شاملة وناجحة.
التسويق	يمكن من خلال التسويق جذب العملاء وتسويق المنتجات والخدمات بشكل فعال. ويتضمن التسويق العديد من الجوانب، مثل تحليل السوق وتحديد الجمهور المستهدف وتحديد الاستراتيجيات المناسبة للترويج للمنتجات والخدمات. ويمكن للشخص أن يطور مهارات التسويق من خلال الاستفادة من التنوع المعرفي، الذي يمكنه اكتساب خبرات ومعارف الأشخاص الذين ينتمون لثقافات مختلفة، لتنفيذها في تطوير استراتيجيات تسويق فعالة وناجحة.
الإدارة	تعمل الإدارة على ضمان تحقيق النجاح والاستمرارية في المشروع الريادي. وتتضمن الإدارة العديد من الجوانب، مثل إدارة الموارد البشرية وإدارة الموارد المالية وإدارة العمليات. ويمكن للشخص أن يطور مهارات الإدارة من خلال الاستفادة من التنوع المعرفي، حيث يمكنه الاستفادة من الثقافات المختلفة للعاملين في المنظمة، واستخدامها في تطوير مهارات الإدارة اللازمة لتحقيق النجاح في المشروع الريادي.

المصدر: من اعدادا الباحث.

2.5. دور التنوع المعرفي على مستوى الأداء العام للعاملين:

- ان المعارف والمهارات التي يمتلكها الأفراد داخل منظمات الأعمال تعد موردا مهما وسببا رئيسيا لتحقيق مستوى ابداعيا وذلك بوساطة الدور البارز الذي يمارسه التنوع المعرفي عن طريق توسيع الأفق لدى الأفراد اتجاه المهام والأنشطة المطلوب تنفيذها بالإضافة الى تحسين مكانة المنظمة، ولهذا فالتنوع المعرفي يساعد على:
- تعزيز التأثير الاقتصادي: حيث يمكن للشركات والأفراد الذين يملكون مهارات ومعرفة مختلفة العمل سويا على تطوير منتجات وخدمات جديدة تلي احتياجات العملاء، وبذلك يزيد التأثير الاقتصادي لتلك الشركات؛
 - تحسين الاتصال والتعاون: إذ يساعد التنوع المعرفي على فهم الثقافات واللغات والتعامل مع الأشخاص الذين يأتون من أصول مختلفة، وبالتالي يمكن تحسين الاتصال والتعاون في الشركات وزيادة فرص العمل المشترك؛
 - توفير فرص العمل: إذ يعمل التنوع المعرفي على زيادة الطلب على المهارات والخبرات المختلفة، مما يساعد على توفير فرص العمل للأفراد من مختلف الخلفيات والثقافات؛
 - تحسين الأداء الابداعي: يرتبط التنوع المعرفي بالأداء الابداعي من خلال تحسين قدرة اعضاء فريق العمل على معالجة المشكلات التي تحد من تطور العاملين، فهو بهذا الشكل يمارس دورا مهما في الحد من التباين الحاصل بين اعضاء فرق العمل بواسطة توسيع آفاقهم اتجاه تطوير متطلبات العمل وتحسين مستوى ومكانة المنظمة ومعرفة ومهارة العاملين فيها، بما يعمل على تحسين الأداء الابداعي للمجموعة، إن المنظمات الناجحة هي التي تستغل هذا النوع من التنوع داخل فريق العمل بما يحقق الأهداف المنشودة من قبل الادارة العليا؛

- تحديد الفرص الاقتصادية الجديدة وتحديد الاحتياجات العملاء: كما يمكن للتنوع المعرفي أن يساعد في تحديد الفرص الاقتصادية الجديدة وتحديد احتياجات من خلال فهم الثقافات والعادات والتقاليد المختلفة، فعلى سبيل المثال، يمكن للأشخاص الذين يتحدثون لغات مختلفة أن يكونوا قادرين على الوصول إلى أسواق جديدة وتوسيع نطاق العملاء، وعلى هذا يساعد التنوع المعرفي في التعامل بنجاح مع العملاء وتلبية احتياجاتهم المتنوعة، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة مستويات الرضا والولاء لدى العملاء وتحسين أداء الشركة؛

- التأثير في عملية صنع القرار الاستراتيجي: يمارس التنوع المعرفي دورا مؤثرا في عمليات صنع القرار الاستراتيجي، مما يعزز من امكانية المنظمة على تحقيق التميز في أداء عملياتها الداخلية، وهذا الامر يتطلب بدوره قيادة بارعة تعمل على ادارة متطلبات المنظمة بواسطة تقليل التباين بين سلوكياتهم الناتجة عن اختلاف الخلفيات التي ينحدرون منها والتي قد تشكل عائقا امام تطور المنظمة؛

- تحسين القدرة على التأقلم مع التغيير والتحديات: إن التنوع المعرفي يساعد على تحسين القدرة على التأقلم مع التغيير والتحديات، وإطلاق مشاريع ريادية جديدة وناجحة، وعلى هذا الأساس، يمكن اعتبار التنوع المعرفي عاملا رئيسيا في تنمية ريادة الأعمال، حيث يسعى الكثير من الشباب لتحقيق نجاحات في هذا المجال الذي يتطلب الإبداع والابتكار والقدرة على التكيف مع التحديات المستمرة، ويمكن أن يساعد التنوع المعرفي على تعزيز هذه الصفات.

وفي الأخير، يمكن القول إن التنوع المعرفي يلعب دورا حاسما في تطوير ريادة الأعمال، حيث يساعد على توسيع الآفاق والتفكير بطرق جديدة وإيجاد حلول إبداعية للمشكلات. فعندما يتم تجميع مجموعة متنوعة من المعرفة والخلفيات، يمكن للمؤسسين والمديرين والموظفين في الشركات الناشئة الاستفادة من مجموعة متنوعة من الأفكار والمنظورات والمهارات. فعلى سبيل المثال، يمكن للتنوع المعرفي أن يساعد في تطوير منتجات وخدمات جديدة، حيث يمكن للأشخاص الذين يمتلكون خلفيات مختلفة أن يتناولوا نفس المشكلة بطرق مختلفة ويقدموا حلولاً متنوعة وإبداعية. وبهذا الصدد، يمكن أن يتم تحقيق تنوع معرفي من خلال تعيين موظفين من مختلف الخلفيات والتدريب على فرق العمل المتعددة الثقافات.

6. خاتمة:

يجب على رواد الأعمال أن يسعوا باستمرار إلى تنويع مصادر تعلمهم وتوسيع رقعة خبراتهم، سواء من خلال القراءة والدراسة أو من خلال العمل في مجالات مختلفة، لأن التنوع المعرفي لا يساعد فقط على تحسين عمل الشركة، بل يساعد أيضا على نمو الفرد وتطوره المهني، لهذا يجب أن يكون ريادة الأعمال والتنوع المعرفي دائما من الأولويات لدى رواد الأعمال في سعيهم لتحقيق النجاح والازدهار، ولهذا، أضحت ريادة الأعمال والتنوع المعرفي من الجوانب المهمة في تطوير أي مجتمع يريد من خلالها تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتتطلب ريادة الأعمال والتنوع المعرفي دعما من المجتمع والحكومة والمؤسسات الخاصة، من خلال تعزيز ثقافة الابتكار والتميز، وتوفير الدعم اللازم للشباب والمبتكرين والمبادرين. كما يتعين على توفير بيئة مناسبة للابتكار والتنوع المعرفي، وتحفيز الشركات والمؤسسات الخاصة على دعم المشاريع الريادية.

نتائج الدراسة: فيما يلي عرض لأهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الورقة البحثية:

✓ يعرف ريادة الأعمال بأنها عملية إنشاء وتطوير مشروع جديد يستهدف تحقيق الربح والنمو، وذلك باستخدام الابتكار والإبداع والتفكير الإيجابي؛

✓ ويتطلب تحقيق النجاح في هذا المجال امتلاك بعض الصفات والمهارات مثل القدرة على التخطيط والتنظيم والابتكار والإدارة الجيدة وغيرها. ولكن، هناك صفة مهمة يجب أن يتمتع بها رائد الأعمال، وهي التنوع المعرفي؛

- ✓ يعني التنوع المعرفي امتلاك الفرد لمجموعة متنوعة من المعارف والخبرات والثقافات واللغات والتجارب الحياتية المختلفة، وهي ناتجة عن الاختلافات في الخصائص التي يتمتع بها العاملين داخل الفريق الواحد وقد تكون تلك الاختلافات عبارة عن اختلاف في القيم والمعتقدات وطريقة التفكير، وغيرها، والهدف منه هو توفير فرصة للمنظمة للاستفادة منه في الرفع من مستوى أداء العمال وتحقيق بالتالي أهداف المنظمة المختلفة؛
- ✓ يساعد التنوع المعرفي على فتح آفاق جديدة وتوسيع الأفق الذهني وزيادة الإبداع والابتكار وتحقيق النجاح في مختلف المجالات، وخاصة في مجال ريادة الأعمال؛
- ✓ يشجع التنوع المعرفي على توسيع شبكة العلاقات والتواصل مع مختلف الأشخاص والجهات، ويساعد على فهم مختلف الثقافات واللغات والتجارب الحياتية، ما يساعد على تحقيق الابتكار والإبداع في مجال ريادة الأعمال؛
- ✓ يساهم التنوع المعرفي على تشجيع ريادة الأعمال بشكل كبير، حيث يوفر للمؤسسات الحصول على مجموعة واسعة من الخبرات والخبرات التي تساعد في الاستجابة للحاجيات المتغيرة والمتغيرة للأسواق.
- ✓ يحفز التنوع المعرفي على توفير بيئة تعليمية أكثر تنوعاً للموظفين، وهذا يساعد في تحسين الأداء العام للمؤسسة.
- ✓ تعتبر ريادة الأعمال مجالاً يتطلب الإبداع والابتكار والقدرة على التكيف مع التحديات المستمرة، ويمكن أن يساهم التنوع المعرفي على تعزيز هذه الصفات. فعندما يعمل أشخاص من خلفيات وثقافات مختلفة معاً، يتم توسيع الآفاق وتحقيق المزيد من الإبداع والابتكار؛ وتبادل المعارف والمهارات والخبرات لتعزيز الأعمال التجارية والوصول إلى أسواق جديدة وعملاء جدد؛
- ✓ يعد التنوع المعرفي أبرز جوانب ريادة الأعمال. فالرائدون الناجحون يمتلكون مجموعة متنوعة من المعرفة والخبرات في مجالات مختلفة، ما يساعدهم على النظر إلى الأمور بأنظار متباينة وابتكار حلول فعالة للمشكلات التي تواجههم؛
- ✓ لا يعد التنوع المعرفي داخل المنظمات هو مجرد الاعتراف بمهارات وأفكار مختلفة وامكانيات متنوعة، بل يمثل جهد مستمر من أجل تشجيع الأفراد على الاحترام المتبادل والاندماج لغرض زيادة الوصول الى مستوى عال من الأداء.

7. قائمة المراجع:

1. حسن أحمد إدريس. (جوان، 2014). دور التفكير الريادي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية لآراء عينة من المديرين لشركة كورك الاتصالات في محافظة أربيل. مجلة العلوم الإنسانية، 18(03)، الصفحات 113-130.
2. زويل أمين محمود. (2001). دراسة الجدوى وإدارة المشروعات الصغيرة. الإسكندرية: دار الوفاء الدنيا للطباعة و النشر و التوزيع.
3. بن ساسي، إ.، و قريشي، بي. (2006). التسيير المالي: الإدارة المالية: دروس وتطبيقات. عمان الأردن: دار وائل للنشر.
4. حامد كاظم متعب، و راضي جواد محسن. (2009). الريادة وأثرها في الأداء الجامعي المتميز: دراسة لاختيارية لآراء عينة من القيادات الجامعية في جامعة القادسية. المؤتمر الأول لكلية الإدارة و الاقتصاد (الصفحات 148-167). بغداد، العراق: جامعة القادسية.
5. العبيدي حسن ميسون. (فيفري، 2013). الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول: بحث نظري. مجلة بابل للعلوم الإنسانية، الصفحات 385-407.
6. حسن، ز. (2021). دور القيادة البارعة في تعزيز العلاقة بين التنوع المعرفي والأداء الإبداعي للمجموعة: دراسة تحليلية لآراء عينة من مدرسي ورؤساء الأقسام في كليات جامعة وسط. رسالة ماجستير. كربلاء -العراق: كلية الإدارة و الاقتصاد -جامعة كربلاء.
7. السكارنة خلف بلال . (جانفي، 2008). استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في الأردن. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية(17)، الصفحات 77-112.
8. خليل م، &، خضير، ك. (2005). نظرية المنظمة. عمان -الأردن: دار المسيرة للنشر و التوزيع.
9. النجار صالح فايز ، و واخرون. (2006). الريادة وادارة الأعمال الصغيرة. عمان، الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع.
10. زيدان علاء الدين عمر. (2008). ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الادارية.
11. الضلاعين علي. (2005). إدارة المشروعات الصغيرة. عمان ، الأردن: مركز يزيد للنشر.

12. بودريالة علي عبدالله ، و حسين عبد الحميد أشرف. (جانفي، 2020). أثر الخصائص الريادية على متطلبات الريادة الإستراتيجية: دراسة ميدانية على عينة من المدارس الخاصة بمدينة درنة. المجلة العلمية للجامعة المفتوحة، 1(1)، الصفحات 9-35.
13. فرحي م، و صفراني، (جانفي، 2012). التنوع المعرفي وأثره في أداء الأفراد: دراسة حالة جامعة الأعواط. مجلة دراسات العدد الاقتصادي، 03(02)، pp. 65-87.
14. العامري محسن صالح ، و الغالي محسن طاهر. (2007). الإدارة والأعمال. عمان الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
15. الغالي محسن طاهر. (2009). ادارة و استراتيجيه منظمات الأعمال المتوسطة و الصغيرة. عمان، الأردن: دار وائل للنشر و التوزيع.
16. مبارك محمد عبد القادر (المحرر). (28-29 نوفمبر 2014). العمل الحر: ثقافة مجتمع أومتطلبات مرحلة ؟ الملتقى الثاني للمنشأة الصغيرة والمتوسطة (الصفحات 1-18). الرياض، المملكة العربية السعودية: مركز تنمية المنشآت الصغيرة.
17. المرسي محمد جمال الدين ، و أبوبكر مصطفى طارق. (2002). التفكير الاستراتيجي والإدارة الاستراتيجية: منهج تطبيقي. الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية.
18. مارجريتا باسيجالبو و اخرون. (2016). مهارات ريادة الأعمال الاطار العام لمهارات ريادة الأعمال. جنيف: مركز البحوث المشتركة للمفوضية الأوروبية.
19. وفا عبد الباسط. (2001). مؤسسات رأس مال المخاطر و دورها في تدعيم المشروعات الناشئة. حلوان ، مصر: دار النهضة العربية.
20. Allali, B. (2007, 02 14). Vers une théorie de l'entrepreneuriat., Cahier de recherche de L'ISCAE(17), pp. 1-35.
21. Fayolle, A. (2002). Allain Fayolle (2002), Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche., Congrès international francophone sur la PME (pp. 1-23). Montreal: HEC.
22. Miller, R. (2019, june 17). Is entrepreneurship a virtue? (T. U. Buckingham, Éd.) Institute of Economic Affairs, 39(2), pp. 197-215.
23. Toulouse, J. M. (1988, 08 01). Innovation, venture, changement, Entrepreneurship et gestion,, Récupéré sur Cahier de recherche .HEC Montréal: www.hec.ca/chaire.entrepreneuriat

آليات ريادة الأعمال في المنظمات

Mechanisms of entrepreneurship in organizations

هيبه سكري¹، شهرزاد مناصر²

¹ المركز الجامعي نور البشير -البييض (الجزائر)

² المركز الجامعي نور البشير -البييض (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة الى التطرق الى التأصيل النظري لريادة الاعمال، رواد الاعمال، وابرار أهم رواد الأعمال، فقد أصبحت ريادة الأعمال من بين المفاهيم الحديثة التي لها أهمية كبيرة، فهي تقوم على فكرة ابتكار المشاريع، كونها نتاج تحويل الافكار الابداعية الى استثمارات ناجحة، والريادي بدوره هو صاحب الرؤية، الفكرة، الابداع والابتكار، كما تطرقنا الى اليات تفعيل ريادة الاعمال في المنظمات، وهذا عن طريق القيادة الريادية وثقافة الابتكار والابداع داخل المنظمة .

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ رواد الأعمال؛ القيادة الريادية؛ الابداع والابتكار.

Abstract: This study aims to address the theoretical rooting of entrepreneurship, entrepreneurs, and highlighting the most important entrepreneurs, entrepreneurship has become one of the modern concepts of great importance, it is based on the idea of Project Innovation, being the product of converting creative ideas into successful investments, and the entrepreneur, in turn, is the owner of vision, idea, creativity and innovation. We also touched upon the mechanisms of activating entrepreneurship in organizations, and this is through entrepreneurial leadership and a culture of innovation and creativity within the organization.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurs; entrepreneurial leadership; creativity and innovation.

يعتبر العمل الريادي همزة وصل بين التوجيه والإشراف على العملية الإنتاجية باعتبارها البنية الأساسية في المؤسسة أياً كانت نوعها، سواء أكانت مؤسسة منتجة أو خدماتية، وقدرته على بث الروح الولاء والانتماء للعمل من خلال، ما يمتلكه من معلومات واستخدامها في العملية الإنتاجية ومعرفته بالبيئة الداخلية وما يحيط بها، وفهمه وتحليله للموارد البشرية للمنظمة من جانب، وفي السرعة في عملية اتخاذ القرارات في ما يخص الموارد، كل هذا يتطلب من الريادي أن يكون ذو رؤية إبداعية بل في قيادته المميزة لفلسفات الإدارة الحديثة، ويتطلب منه أيضاً امتلاك مميزات إدارية تساعده في بناء التنظيم، وإدارة المنظمة في تحقيق الأداء الريادي المميز من خلال ما يتبناه الريادي من فكرة جديدة أو ابتكار أسلوب أو منتج جديد أو عملية تطوير جديدة تطرح في السوق.

من هنا نطرح أشكالنا التالي: ماذا نقصد بريادة الأعمال؟ وما هي أهم الآليات التي تساهم في ريادة الأعمال للمنظمات؟

2. الريادة والريادي: Entrepreneurship

2.1. التطور التاريخي لريادة الأعمال:

يعد مفهوم الريادة مفهوماً قديماً استعمل لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، وراج استعماله في الأدب الإنجليزي وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حمالة الاستكشاف العسكرية، ويعد Cantillon Richard أول من أطلق مصطلح الريادة في مجال الأعمال للتعبير على الريادي بالشخص الذي يمارس الأعمال في ظل عدم اليقين، وفي القرن التاسع عشر تم الفصل بين الريادي وبين مالك رأس المال، إذ أن المخترعين لم يملكوا المال لتمويل اختراعهم بل حصلوا عليه من مصادر مختلفة ولكنهم قاموا بابتكار سلعة جديدة ولذلك فهم ربايون وليسوا أصحاب الأموال إلا أنه لم يكن من السهل الفصل بين الريادي وبين الإداري.

وفي عام 1391 اعتبر Schumpeter Joseph أن الريادي هو حجر الزاوية في التنمية الاقتصادية، والترجمة العربية لمصطلح Entrepreneur تغيرت ثلاث مرات خلال العقود الأخيرة، حيث أطلق عليه مصطلح منظم لكون علماء الاقتصاد الأوائل ركزوا على مهارة الريادي في التنظيم وفي إقامة عمل المنظمة، ثم مصطلح مقاول والسبب هو أن فئة المقاولين كانت الفئة التي أظهرت أعلى استعدادات ريادية، ومن ثم تحولت في التسعينيات إلى مصطلح ريادة فقد أدرك العلماء أن الاستعدادات الريادية غير محصورة بالمقاولين، بل أن الكثير من الشباب والشابات الذين أقاموا منظمات لتقديم خدمات حاسوب أو تجارة الهواتف النقالة وخدمات الأنترنت أو متاجر الملابس والأغذية وغيرها أقاموا منظمات صغيرة حولها خلال مدة قصيرة إلى منظمات كبيرة وأحياناً عملاقة، لذلك تم تغيير الترجمة العربية مرة أخرى إلى الريادة.

وقد تأثرت الريادة أثناء تطورها بالمدارس الفكرية المختلفة، حيث وبالرجوع إلى المدرسة التقليدية يمكن أن نعد الإشارة الضمنية لرائد المدرسة العلمية للإدارة Taylor Fredrick والتي مفادها أن البحث التجريبي يؤدي إلى اكتشاف أفضل طريقة النجاح العمل هي بداية التفكير بمفهوم الريادية وجوانبها اكتشاف الفرص.

أما هنري فايول، إلى المبادرة بوصفها واحدة من القواعد الإدارية الأربع عشرة التي وضعها للإدارة الناجحة، أما المدرسة الإنسانية (السلوكية) فقد أشارت الدراسات الحديثة إلى إن الفرد ومن خلال علاقته بالجماعة يستطيع أن يكون خالقا في عمله، وكذلك يرى McGregor في إحدى افتراضات نظرية (Y) المستندة إلى العلوم السلوكية، والتي تنص على إن القدرة على الإبداع والتطوير موزعة بين عدد كبير من الأفراد ومن المفروض استغلال جزء كبير منها.

اما في المدرسة الحديثة المعاصرة فيمكن الرجوع إلى بدايات ظهور الريادة في حقل الإدارة وفي الإدارة الاستراتيجية بشكل خاص إلى مقالة Mintzberg في عام 1399 التي كشف فيها عن التقاطع بين حقول الإدارة الاستراتيجية والريادية وذلك بتقديمه فكرة صنع الاستراتيجية الريادية، وتظهر الاختلافات في تناول مفهوم الريادية نتيجة لتفاعل مزيج من العوامل البيئية والتنظيمية والفردية التي تؤثر في مسببات الريادية ولكي تحقق منظمات الأعمال الريادية البقاء في محيطها التنافسي البد لها من الالتزام بالمبادئ والمعايير الأخلاقية والتي تتماشى مع سياسة البلد لضمان الشفافية والإفصاح للمعلومات المالية وان تكون عرضة للمساءلة من قبل حكومة البلد وأصحاب المصالح ذات العالقة. فعندما ال تلتزم بالمعايير والمبادئ تكون عرضة للانتقادات من قبل الجمهور والعالم، وبالتالي خسارة موقعها التنافسي، وفقدان حصتها في الأسواق المالية والذي يؤدي بدوره إلى انخفاض في أسعار الأسهم. (ضيف، 2022، ص31-32)

2.2. تعريف ريادة الاعمال:

شغل مفهوم الريادة حيزا من تفكير الإداريين والاقتصاديين، ولقد تنبه علماء الإدارة إلى ضرورة توجيه البحث العلمي لدراسة ظاهرة الريادة كونها إحدى التحديات التي رافقت بزوغ الثورة الصناعية، وما تلازم معها مدارس فكرية متتالية متعاقبة في رصدها لإبعادها، والسعي لتشخيصها قصد تحليلها، والتنبؤ بنتائجها المتوقعة والتفكير بألية التعامل معها وفق افتراضات عقلانية تامة ومحدودة وبمنظور مغلق وآخر مفتوح، إلا أن طبيعة التحولات المعرفية التي شهدتها فضاء الأعمال وبيئتها، أملى حتمية اعتماد منهج تفكير بالتوجهات والنقلات الفكرية في الريادة مفهومها وأنموذجا، وخصائصا وتأثيرا وتأثرا في إبداع منظمات الأعمال وتعلمها وإرادتها للتعامل بلغة التفاوض. وقد تعرض الكتاب والدارسين في مجال الإدارة والاقتصاد إلى مفهوم الريادة ومفهوم الريادي على نحو واسع ومتميز وكل منهم عرف هذا المفهوم حسب مجال تخصصه ونوع عمله. (اسماعيل، 2010، ص 70)

لهذا فقد تعددت التعاريف لريادة الاعمال، وهي كالاتي:

- عرف **Burch** ريادة الاعمال على انها ممارسة نشاط لاستثمار فرصة قائمة تلي احتياجات محددة من خلال انشاء منشأة وتشغيلها بأسلوب ابداعي.
- اما **polling** هي ممارسة نشاط في ظروف عدم التأكد والمخاطرة بأسلوب ابداعي يحقق الربح والنمو.
- **Carbonar** هي مواجهة محسوبة للمخاطر من خلال التخطيط والمعرفة عن السوق والمواد لتحقيق النجاح والارباح.
- ريادة الاعمال هي الافكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزج المخاطرة والابتكار والابداع والفاعلية في الاعمال من خلال مؤسسة قائمة او جديدة.3
- وقد عرف **Druker** عام 1985 الريادي بأنه الشخص الذي يستطيع أن ينقل المصادر الاقتصادية من إنتاجية منخفضة إلى إنتاجية عالية وهو الشخص المبدع الذي يبني عملا متميزا من لا شيء. (اسماعيل، ص72)
- ان المفهوم الواضح للأعمال الريادية يجب أن ينشأ قبل تطبيق أي إستراتيجية تسعى لإيجاد هذه الثقافة في النظام الاقتصادي والإداري ونشر هذا النوع من الثقافة يتطلب جهدا كبيرا وعمليات متواصلة تشارك فيها المنظمات المهنية والجامعات لإنتاج رجال أعمال مهرة ذوي قدرات إبداعية تحقق لهم النجاح في بيئة متغيرة، ولقد استخدم مصطلح الريادة لأكثر من 200 عام إلا أنه يكتنفه الغموض بعض الشيء، حيث أن كلمة الريادة أو الأعمال الريادية مشتقة من كلمات فرنسية، لذلك فإن الريادي أو المبادر يأخذ مكانا بين الموردين والزبائن أو المنتجين والزبائن، وفي نفس الوقت يأخذ المخاطر لتحقيق النجاح. (الخط، المقاس، البعد بين السطور).

3.2. أهمية ريادة الأعمال في المنظمات: شغل م تكتسب ريادة الأعمال دور هام، والذي تلعبه على جميع الأصعدة، فهو يتمثل في روح المبادرة في التنمية الاقتصادية للاقتصاد بطريقة أكثر منهجية ومنهجية على النحو التالي:

- ريادة الأعمال تشجع على تكوين رأس المال من خلال حشد الأيدي الخاملة للجمهور؛
- يوفر التوظيف الفوري واسع النطاق. وبالتالي، فإنه يساعد على الحد من مشكلة البطالة في البلاد، أي جذور جميع المشاكل الاجتماعية والاقتصادية؛
- يشجع التنمية الإقليمية المتوازنة؛ يساعد على تقليل تركيز القوة الاقتصادية؛
- يحفز على إعادة التوزيع العادل للثروة والدخل وحتى السلطة السياسية في مصلحة البلاد؛
- يشجع على تعبئة الموارد الفعالة لرأس المال والمهارات التي قد تظل غير مستغلة؛
- كما أنه يحفز الروابط الخلفية والمحفزة التي تحفز عملية التنمية الاقتصادية في البلاد.

وبالتالي، من الواضح أن ريادة الأعمال تخدم كمحفز للتنمية الاقتصادية. على وجه العموم، يمكن وضع دور ريادة الأعمال في التنمية الاقتصادية للبلد على أفضل وجه "باعتباره الاقتصاد هو الأثر الذي تكون ريادة الأعمال هو السبب فيه.

4.2. عناصر ريادة الأعمال: حسب ويلز، فقد حدد عناصر الريادة في: (العبيدي، 2014، ص 136-138)

- 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 وتحديد لمعظم العناصر الإنتاج مثل: الرضى، 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.

أما من جهة أخرى، فقد حددها النجار والعلي في: 7:

- الاستعداد والميل نحو المخاطرة: يعتقد البعض بأن الرياديين هم الناس الذين تستند أعمالهم على إبداع منتج جديد أو خدمة جديدة، ولكننا نعتقد أن أي شخص لديه الشجاعة أن يبدأ عملاً جديداً أو فرياً، هو رجل ريادي حيث يحمل هذا المشروع، والعمل نوعاً من المخاطرة، والمخاطرة متنوعة سواء عند بدء المشروع، أو تشغيله، وتتضخم هذه المخاطرة، وتزداد عادة مع زيادة احتمالية فشل المشروع، ونلاحظ أنه كلما زادت درجة الرغبة في النجاح يزداد الميل والاستعداد نحو المخاطر.

- الرغبة في النجاح: يعرف الرياديون أهدافهم جيداً، ويعملون بمتابعة 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 نجاحاً باهراً في عملك فهناك معوقات قد تواجهك في كل الأحوال، ولكن يمكنك القفز فوق حواجزها إذا ما ثابتت على النجاح، وذلك بالتشبث بهويتك، وألا يغررك النجاح.

- **الثقة بالنفس:** إن الناس الذين يملكون الثقة بالنفس يشعرون بأنهم يمكن أن يقابلوا التحديات، وعن طريق الثقة بالنفس يستطيع الرياديون أن يجعلوا من أعمالهم أعمالاً ناجحة، إنهم يملكون شعوراً متفوقاً، وإحساساً بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى، إذ أظهرت أغلب الدراسات أن الرياديين يملكون الثقة بالنفس، وقدرة على ترتيب المشاكل المختلفة، وتصنيفها، والتعامل معها بطريقة أفضل من الآخرين، وإن ميزة الإحساس بالأمان التي يبحث عنها الناس عادة لا تحد من قدرة رجال الأعمال على الحركة وحريرتهم في السيطرة على الأمور، وذلك لأنهم لا يخافون ارتكاب الأخطاء، فهم يعلمون أن الخطأ جزء من ضريبة العمل الحر والإدارة المستقلة، وإن حصل الخطأ فلا يكون مضطراً لإخفائه، وبدلاً من ذلك سيعمل على الإبداع والتطوير.

- **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، إذ يشكل الرواد في المؤسسات مجالاً حيويًا لروح المبادرة في مجال الإبداع، والنوأة التي تبدأ منها الأفكار.

- **الاستعداد الطوعي للعمل لساعات طويلة:** إن من يعمل ساعات طويلة، ومن يسهر لا بد 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:** يمكن لكل إنسان أن ينجح في المؤسسة بشرط ألا يتراجع، وأن يتعلم من أخطائه وأخطاء الآخرين، وتؤكد الدراسات وجود علاقة إيجابية بين مدى الالتزام ومستوى نجاح العمل، لأن بقاء ونمو الأعمال لا يبني فقط على بعض الخصائص مثل الوضوح، والتنظيم، والتخطيط الجيد، بل أن نموها يتغذى أساساً من قدرتنا على الابتكار، والتضحية، والالتزام.

- **التفاؤل:** يمتلك الرواد 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 تفاديته، ولكننا يجب أن نتعلم من ذلك الفشل، حيث نعتبر حلقة في سلسلة النجاح، إذ أن التفاؤل يمكن أن يساعد على النجاح.

- **منهجي ونظمي:** إن الرياديين لديهم القدرة على ترتيب وتنظيم وقتهم بشكل جيد، وهم قادرون على رؤية الصورة الكبيرة وبشكل واقعي، ومدركين في نفس الوقت للتفاصيل الدقيقة داخل تلك الصورة، وهذا يحتاج إلى قدرات متميزة في مجال التحليل والربط بين المتغيرات البيئية قد لا يملكها الآخرون، ولا نرى المدير مثالياً باحثاً 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.

- **الإبداع والابتكار:** يوجد اختلاف بين الإبداع والابتكار، حيث أنه واحد يقود إلى الآخر. الإبداع يحدث بدايةً بفكرة لمنتج أو عملية جديدة بينما المحاولة الأولى لصنعها ندخل في حيز الابتكار حيث أن الإبداع توليد قيمة جديدة بينما الابتكار تحويل تلك القيمة إلى منتج أو خدمة جديدة يتم تقديمها للزبون أحياناً إضافة تحسينات إلى منتج أو خدمة قائمة تسمى إبداعاً، لكن أفضل طريقة لوصف الإبداع هو إلغاء القيمة القديمة واستبدالها بقيمة جديدة.

قبل التطرق الى رواد الأعمال، يجدر بنا الإشارة الى الاختلافات والفوارق بين زيادة الأعمال والادارة.

1.3. أهمية زيادة الأعمال في المنظمات: شغل م تكتسب زيادة الأعمال دور هام، والذي تلعبه على جميع الاصعدة، فهو يتمثل في روح المبادرة في التنمية الاقتصادية للاقتصاد بطريقة أكثر منهجية ومنهجية على النحو التالي:

❖ زيادة الأعمال تشجع على تكوين رأس المال

- الفوارق الرئيسية بين زيادة الأعمال والإدارة: سنتطرق الى الاختلافات الرئيسية بين زيادة الأعمال مقابل الإدارة، حيث أن زيادة الأعمال هي عملية إنشاء مؤسسة من خلال المخاطرة المالية من أجل الحصول على الربح، ومن هنا تأتي أهمية زيادة الأعمال، بينما الإدارة هي فن لإنجاز الأشياء من خلال التخطيط والتنظيم والتوجيه والتحكم المناسبين، ويركز رائد الأعمال على مشروع تجاري جديد بينما ينصب التركيز الرئيسي للإدارة على إدارة العملية الجارية، وتبقى ملكية المنظمة مع رجل الأعمال بينما الإدارة هي موظف في المنظمة.

سيحصل رائد الأعمال على الربح كمكافآت بينما ستحصل الإدارة على رواتب مقابل عملهم، ويكون رائد الأعمال هو مجازف حيث لا تخاطر الإدارة، ويمتلك رواد الأعمال كل الحق في التمتع بالحرية المالية الكاملة للأعمال التجارية بينما لا تتمتع الإدارة بالحرية المالية الكاملة للشركة، ورائد الأعمال هو مبتكر بينما تنفذ الإدارة الفكرة المبتكرة.

الإدارة عبارة عن مجموعة واسعة من الدراسات التنظيمية وهي تشمل جميعها بينما تعد زيادة الأعمال أحد أجزاء الإدارة، يعتبر أساس المقارنة بين زيادة الأعمال مقابل إدارة زيادة الأعمال هو المعنى، حيث إنها عملية إنشاء مؤسسة من خلال المخاطرة المالية من أجل الحصول على الربح، وأنه نشاط تجاري شامل يتم تنفيذه من خلال ومع الأشخاص في مجموعة منظمة رسمياً.

نستنتج هنا أن زيادة الأعمال مقابل الإدارة هما مصطلحان مختلفان للاستخدام في الأعمال التجارية، وتهتم الإدارة بإدارة العملية الحالية بالموارد المتاحة، ويركز على المشروع الجديد واستثمار الفرص الجديدة، وتتطلب زيادة الأعمال الناجحة الإبداع والابتكار في التعامل مع الفرص الجديدة بطريقة جديدة، وزيادة الأعمال شيء لا يمكن تدريسه من ناحية أخرى يمكن تدريس الإدارة ورائد الأعمال هو العمود الفقري للتنمية الاقتصادية للبلدان لكي تعرف كيف تنجح في زيادة الأعمال، ان الفارق الرئيسي بين صاحب المشروع والمدير، يجب معرفة دورهما في المنظمة، رائد الأعمال هو مالك الشركة بينما المدير هو موظف الشركة، رجل الأعمال هو مجازف، فهم يتحملون مخاطر مالية على مشروعهم، ورجل الأعمال لديه رؤية وتركز على الإنجازات والأرباح.

❖ تعريف رائد الأعمال: من حيث الأساس فإن رائد الأعمال هو برنامج فردي يدير زيادة الأعمال، ومع ذلك عادة ما يكون مثل هذا الشخص بعض السمات الفريدة التي تسمح له بالنجاح في مساعيه، إنه في الأساس مبادر وقائد، إنه يجلب أفكار العمل إلى ثمارها وبالتالي يبدأ مشروعه، رجل الأعمال الناجح هو عادة شخص مسؤول، وإنه مسؤول عن نجاح أو فشل مشروعه، وهو يأخذ هذه المسؤولية على محمل الجد، وبما أنه الشخص الوحيد المسؤول فهو القائد تلقائياً، في الواقع تعد الصفات القيادية أحد الجوانب الرئيسية لرجل الأعمال.

❖ تعريف المدير: المدير من ناحية أخرى، ليس مالكا لمشروع، بدلا من ذلك فهو المسؤول عن إدارة وإدارة مجموعة من الأشخاص أو قسم في المنظمة، وظيفته اليومية هي إدارة موظفيه وضمان عمل المنظمة بسلاسة، يجب أن يمتلك المدير بعض الصفات نفسها التي يتمتع بها رائد الأعمال، مثل القيادة والمساءلة والحسم وما إلى ذلك كما يجب أن يكون مديرا جيدا للأشخاص، لذا فإن الصفات مثل الدفء والتعاطف مهمة جدا أيضا في المدير، الفرق الرئيسي بين رائد الأعمال والمدير هو

مكانتهم في الشركة، رائد الأعمال هو صاحب رؤية يحول الفكرة إلى عمل تجاري، هو صاحب العمل لذلك فهو يتحمل جميع المخاطر المالية وغيرها، من ناحية أخرى المدير موظف يعمل براتب، لذلك ليس عليه أن يتحمل أي مخاطر. سيركز المدير على الأداء السلس اليومي للأعمال، يكمن تركيز رائد الأعمال في بدء العمل التجاري وتوسيع نطاقه وبالنسبة لرجل الأعمال، فإن الدافع الرئيسي هو الإنجازات، لكن بالنسبة للمديرين، الدافع يأتي من القوة التي تأتي مع مناصبهم والمكافأة على كل جهود رائد الأعمال هي الربح الذي يجنيه من المشروع، المدير موظف لذا فإن أجره هو الراتب الذي يتقاضاه من الشركة، ويمكن لرجل الأعمال أن يكون غير رسمي وغير رسمي في دوره، ومع ذلك فإن نهج المدير تجاه كل مشكلة رسمي للغاية ورائد الأعمال بطبيعته هو مجازف، ويتعين عليه تحمل مخاطر محسوبة لدفع الشركة إلى الأمام، من ناحية أخرى فإن المدير يتجنب المخاطرة، وظيفته هي الحفاظ على الوضع الراهن للشركة.8

نستنتج أن المدير يقوم بالأدوار التقليدية والنمطية، وهي التسيير الحسن للمنظمة أيا كانت نوعها، أما عندما نتحدث عن رائد الأعمال، نقصد الرؤية الجديدة والابتكار والابداع في التسيير، والقيادة واستشراف المستقبل بالنسبة للمشروع. وصف Schumpeter الرياديين بوكلاء للتدمير الإبداعي حيث أنه ومن وجهة نظره إن هؤلاء الرجال المبدعين يقومون بتعطيل وضع التوازن بالنسبة للعرض والطلب في الأسواق عن طريق طرح منتجات ابتكاره جديدة يحصدون من ورائها أرباح كبيرة ويحتكرون الأسواق لفترة من الزمن ولو بصفة مؤقتة ولهذا فإن الاقتصاديون غالباً ما يربطون بين الأعمال الإبداعية والقدرة على حسن استغلال وتطبيق التكنولوجيا الحديثة.

2.3. خصائص الريادي: تتمثل المميزات والخصائص لدى الشخص الريادي في مجموعة من المعارف والمهارات والقدرات والسلوكيات التي يجب ان يمتلكها الشخص كي يصبح ريادياً، بعضها موروثه وبعضها مكتسبة بالتعلم والتدريب وتتمثل في:

- التحكم الذات: الشخص الريادي يتغلب على العوامل البيئية المحيطة ولا يسمح لها بالسيطرة عليه، فهو لا يؤمن بالحظ كأساس لنجاحه في الحياة، بل يعتمد على قدراته ومعارفه ولا يستسلم للفشل ابداً.

- الحاجة الى الانجاز: لديه الدافعية للانجاز وحب التميز فهو دائماً يرغب بزيادة مسؤولياته وتطوير مهاراته ويعمل على حل المشكلات التي تواجهه، كما انو متميز عن الباقي.

- المخاطرة: يتسم الريادي برغبته في تحمل المخاطر والعمل في حالات عدم التأكد والتضحية بموارده المادية ووقته وجهده مقابل الوصول للهدف فهو لا ينظر للماضي ويهتم بالمستقبل.

- الثقة بالنفس: الريادي واثق بنفسه وقدراته تمكنه في كسب الزبائن فهو يمتلك القدرة علي إدارة الفريق وقيادته ويشكل مرجعية للآخرين اللذين يشاورونه حيث يقوم بحل مشكلاتهم الشخصية كونهم يثقون به وبأفكاره، نيتنتج ان من اهم الصفات التي يجب ان يمتلكها الريادي هي القيادة، في علاقة التأثر والتأثير طواعية في المرؤوسين والوصول الى الاهداف المرجوة. (سلطات، 2016، ص 102)

- الاستماع للفهم: الاستماع هو إحدى المهارات التي يجب أن تستمر في رعايتها على مر السنين. كلما أصبحت أكثر نجاحاً، كان من الأسهل أن تأخذ رأيك ببساطة مع قبوله باعتباره النهاية كلها. إن التواصل والتذكر لسماع شخص آخر سيمنع عمك من الهبوط أو الانهيار، عندما تستمع إلى شخص آخر، تحصل على وجهة نظره حول موقف ما.

- الذكاء العاطفي: الاتصالات والذكاء العاطفي دائماً على رأس قائمتي للتحسين المستمر، على الرغم من أن القيادة قد يصبحون أكثر راحة مع أسلوب اتصالاتهم (وقد يصبح فريقهم أيضاً أكثر راحة أو استيعاباً)، فإن هذا لا يعني في الواقع أنك تتحسن يجب

- على رواد الأعمال والقادة الآخرين، بغض النظر عن الانتماء التنظيمي، تقييم أسلوب اتصالاتهم وتسليمهم ومزيجهم اللفظي/غير اللفظي والذكاء العاطفي والقدرة على التدريب والجوانب المهمة الأخرى للعمل داخل الفريق.
- القدرة على التفويض: إن التفويض مهارة يجب على منظمي المشاريع تطويرها باستمرار. يضمن التفويض الناجح تجنب إرهاق القرار والإرهاق وأنا نتعلم باستمرار مهارات جديدة ودفع الشركة إلى الأمام.
- الاتصالات: التواصل مهارة يجب على كل قائد الاستمرار في العمل عليها، لا يوجد شخصان يتواصلان بنفس الطريقة، ومع عدد الأشخاص الذين يتعامل معهم قادة الأعمال والمديرون التنفيذيون - الموظفون والمستثمرون والعملاء والشركاء والدعاية والجمهور والمقاولون وما إلى ذلك - فإن امتلاك ترسانة واسعة من أنماط الاتصال أمر أساسي، يجب أن يكون المتواصل الجيد قادراً على تكييف أسلوبه مع من يتحدث معه، وأن يكون قادراً على توصيل رسالته بوضوح وبطريقة مباشرة قدر الإمكان ومعرفة متى يجب إبقائها رسمية ومتى يكون من المناسب أن تكون غير رسمي (Quadrini 2005)
- تحديد الأهداف: تنطوي القيادة التجارية القوية على القدرة على التركيز على رؤية للمستقبل. يجب على قادة الأعمال وضع أهداف استراتيجية لمساعدة الشركة على النجاح والنمو. تتمثل إحدى الوظائف الأساسية لقيادة الأعمال في تشجيع جميع الموظفين على العمل معاً لتحقيق الأهداف المشتركة. يعد تحديد أهداف قابلة للتحقيق وذات مغزى وتوصيلها بشكل فعال إلى بقية الفريق أحد أهم المهام التي يضطلع بها قائد الأعمال.
- المهارات الشخصية: يبذل القائد الجيد جهدها لمعرفة فريقه شخصياً. هذا يعني قضاء الوقت في التحدث إلى زملائهم في العمل وتقديم التوجيه. تتضمن المهارات الشخصية القدرة على التنقل بنجاح في المحادثات والاجتماعات والتفاعلات الأخرى في مكان العمل. يمكن للقادة ذوي المهارات الشخصية القوية معالجة الخلافات والتفاوض على تنازلات وتشجيع الإنتاجية داخل فريقهم. (Quadrini 2005).
- ### 3.3. نماذج لأنجح رواد الأعمال في العالم:
- مارك زوكربيرج: أحد أهم رواد الأعمال في العالم، والذي نجح في تحقيق ثروة هائلة جعلته من أغنى رجال الأعمال، كل ذلك حدث بفضل تأسيسه لموقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" والذي وصل بنهاية عام 2004 عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم، وظلت قيمته السعوية متواصلة في الارتفاع إلى أن وصل في 2015 إلى 272 مليار دولار وحينها أصبح أصغر أصحاب المليارات في التاريخ.
- بيل جيتس: والذي يعد واحداً من أشهر رواد الأعمال في العالم، حيث بدأ بالسعي وراء حلمه الريادي، حتى أصبح مؤسس شركة مايكروسوفت الأكبر عالمياً في مجال تقنيات الحاسوب والبرمجيات.
- كيفين سيستروم: مؤسس انستغرام والذي نجح في تحقيق انتشار كبير منذ ظهوره في أكتوبر من عام 2010، والتف حوله عدد كبير من النجوم والمشاهير والشخصيات العامة لتبادل الصور والفيديوهات الخاصة بهم من خلاله، وبذلك أصبح من أكبر رواد الأعمال. (ثامر، 2021، ص 172)

4. آليات تفعيل ريادة الاعمال في المنظمات:

1.4. القيادة الريادية: يعرفها CURRIE et al 2008 هي القيادة القائمة على قيام القائد بإيجاد وتحديد واستغلال الفرص بطريقة مبتكرة وتتبنى المخاطرة.

فالقيادة المنجزة في السياق الريادي وبناء أعلى هذا، القيادة الريادية هي القيادة القائمة على الرؤية الريادية واستكشاف واستثمار الفرص من خلال الانتفاع من الموارد وتشجيع الافكار الجديدة والابتكار داخل المنظمة أو المجموعة أو لدى الفرد نظرا لحدائة القيادة الريادية، فلايوال البحث في مراحل مبكرة، هناك عدد من الباحثين، ركز على السمات التي يتمتع بها القادة والاداريين ومحاولة التوفيق أو اخذ السمات المشتركة بينهما كأبعاد القيادة الريادية، وباحثون اخرون ركزوا على الجوانب السلوكية وتحديدًا في المشاريع الصغيرة عندما وصفوا الريادة بأنها تمثل جانبا فريدا من القيادة مثل تقبل المخاطرة، التفكير المتباعد، والمسؤولية الشخصية والتعلم من التجربة، يسمى القادة الرياديون والأتباع الى استثمار الفرص وتحقيق النتائج ومن ثم زيادة الثروة، فغالبا ما تكون تصورات القادة الرياديون خلاقة، وغير تقليدية، وينصب تركيزهم على كيفية تحسين الأداء والاستفادة من الأخطاء والعثرات (الشميمري، 2011، ص 1)

2.4. الابداع والابتكار: يعتبر مفهوم الابداع والابتكار مفهوما واسعا ويشمل كل ما هو جديد ومختلف يميز المؤسسة عن الاخرين ويمنحها دعما في المركز التنافسي وتحسين الأداء، فالإبداع هو تطبيق لأفكار جديدة التي تؤدي الى تحسين ملحوظ على المنتجات، طرائق الانتاج، التنظيم والتسويق داخل المؤسسة بكيفية تهدف الى احداث أثر ايجابي وناجح على اداء ونتائج المؤسسة. أما الابتكار فهو يفهم عموما كمقدمة شيء جديد أو طريقة جديدة، أو تأليف المعرفة في المنتجات الجديدة، فأهمية الابداع والابتكار في المؤسسات مهمة جدا لمواكبة التطور والقدرة على المنافسة وتحقيق الريادة للمنظمات، على الرغم بان الفكرة السائدة ان هناك شرطا متعلقا بحجم المؤسسة، اي ان المؤسسات الكبيرة تبدع أكثر من الصغيرة لإمكانيات الاستثمار في البحث والتطوير وتحمل مخاطر الابداع.

لقد قام الباحثون بالسعي للتعرف على العوامل التي تساعد او تعرقل المؤسسات في محاولاتها للابتكار والابداع، وقد تمت دراسة عدد وفير من العوامل المختلفة، لكن بعض العوامل تعتبر هامشية من النظور السيكلوجي، لهذا سنركز على العوامل الرئيسية التالية:

- البشر (العنصر البشري): في هذا المنظور ركزت الدراسات على خصائص البشر داخل المؤسسة بدءا بالقيادة وكبار متخذي القرارات، ثم الافراد المؤثرين مثل العناصر الساعية الى احداث تغيير داخلي، ونادرا ما يؤخذ في عين الاعتبار الخصائص الشخصية للافراد الاداريين او غير المهنيين.

- الهيكل التنظيمي: تعتبر اهميته من أبرز النقاط التي تناولها الادبيات بسبب زيادة القدرة على الابتكار والتغيير، وحاليا لا يوجد هيكل معين، فمعظمها يركز على الهياكل الافقية المنبسطة وفرق العمل المؤقتة، والاتصالات عبر الحدود.

- البيئة (المحيط): من الضروري النظر الى البيئة التي نشأت فيها المنظمة، في اطارها والطريقة التي تتعامل بها مع هذه البيئة، أي الطريق التي من خلالها تقوم المؤسسة بالاتصال مع البيئة الخاصة بها والافتراضات والتوقعات بخصوص هذه البيئة. (نور الدين رادي، 2014، ص 137-138)، كما يستخدم الابتكار والابداع كشواهد شائعة عند تعريف سمات القيادة الريادية، وللعديد من المشاركين تكون أساليب عمل الريادية القيام بشيء جديد او مختلف مع نتائج أعمال في العادة، اذ تركز القيادة الريادية على خلق القيمة بينما المبتكرون الرياديون يكونون ميالين بشكل كبير نحو الجدية في الافكار أكثر من التقليديين في خلق المنتجات أو خدمات جديدة وتحويلها الى أعمال ناجحة.(حميدة، 2018، ص190)

إن التغيير الموجه لريادة الأعمال أصبح اليوم القوة الموجهة للاقتصادات العالمية، وأن العصر الجديد للتغيير هو عصر رواد الأعمال. وتعرف ريادة الأعمال المؤسسية بأنها إعادة ميلاد المنظمات القائمة من خلال تجديد أفكارها الرئيسية، إن الثقافة التنظيمية التقليدية المسيطرة على السلوك التنظيمي الحكومي تعتمد على الالتزام بالتعليمات وعدم الوقوع في الخطأ، وعدم السماح بالفشل، وعدم القيام بالمبادرة، وانتظار صدور التعليمات، والالتزام بالحدود، والمستوى الوظيفي للفرد، وحرص المديرين على حماية ظهورهم بصفة مستمرة.

هذه البيئة المقيدة لا يمكن أن تقترب من مبادئ التغيير، ولا يمكن أن تتناسق مع المناداة بالإبداع والمرونة والاستقلالية وكفاءة الإنتاج والعدالة في المحفزات، ومع التطور الحاصل على جميع الأصعدة، فرض التوجه إلى الاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات والتخلي عن النمطية والطرق التقليدية، من خلال تفعيل آليات لريادة أعمال المنظمات وهذا عن طريق وجود رائد أعمال، هو القادر على تجاوز الفشل ومقاومة الإحباط العام للمنظمة، ورفع الروح المعنوية لفريق العمل والموظفين، وهو الذي يرى أن الفشل والإخفاق سبيل التحفيز والتعلم وتطوير المنظمة وبلورة الأفكار أو تغيير الطريق.

وفي الأخير، فإن رائد الأعمال في المنظمة مسؤول متفان ومخلص إلى حد الوصول إلى التضحيات الشخصية والصحية وربما الاجتماعية والاقتصادية، فالمشروعات التي يتبناها يقدم لها كل شيء في سبيل نجاحها، وتكون في مقدمة أولوياته وفي قمة اهتماماته، حتى يتمكن من إنجازها في أوقاتها إن لم تكن قبل ذلك، وإجمالاً، فإننا اليوم في حاجة إلى نماذج قيادية ريادية جديدة تحيي الأمل بمستقبل واعد يتواءم مع التطلعات والاهداف المرجوة، مما يؤدي إلى بناء تنمية اقتصادية مستدامة.

5. قائمة المراجع:

1. سلطات سعودية، محمد شاهر (2016)، مستوى توفر الخصائص الريادية وعلاقته ببعض المتغيرات الشخصية، دراسة تطبيقية علي طلبة البكالوريوس، تربص إدارة الأعمال في جامعات الضفة الغربية، فلسطين، ص ص 102-123.
2. حميدة غجير جريمخ، احسان دهنش جلاب، (2018) تأثير القيادة الريادية في الاداء الابتكاري دراسة ميدانية في عدد من الكليات الاهلية في محافظات الفرات الاوسط -العراق، المجلة العراقية للعلوم الادارية، 13(50)، العراق، ص 190
3. أفت عاصي العبيدي وأضواء كمال الجراح، (2014)، رأس المال الفكري في إطار متغيرات بيئة ريادة الأعمال، مجلة كلية الادرة والاقتصاد، 6(12)، جامعة البصرة، العراق ص ص 236-238.
4. سعيدة ضيف، فاطنة قهيري، أحمد ضيف (2022)، نحو تحقيق تنمية اقتصادية من خلال تعزيز دور ريادة منظمات الأعمال: مع الإشارة إلى تجربة الجزائر، مجلة اقتصاديات العمال والتجارة 05(02)، الجزائر، ص ص 31-32.
5. عمر علي إسماعيل، (2010)، خصائص الريادي في المنظمات الصناعية وأثرها على الإبداع التقني دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأثاث المنزلي/نينوى، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 12(04) العراق، ص 70.
6. محسن ثامر، يوسف باهي، (2021) آليات اعتماد ودعم الجامعات لريادة الاعمال، مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال، 07(02)، الجزائر، ص 174.
7. نور الدين رادي (2014)، الابداع والابتكار في المنظمات الحديثة: دراسة تجارب عالمية، مجلة الابتكار والتسويق، 01(01)، الجزائر ص 137-138
8. أحمد الشميمري، عندما تقود ريادة الأعمال المؤسسية التغيير، تاريخ النشر 07 فيفري 2011، متاح على الموقع https://www.aleqt.com/2011/02/07/article_501516.htm تاريخ الاطلاع 23/02/2023
9. الريادة، مفهومها، أهميتها، أهدافها، عناصرها، خصائصها، متاح على الموقع: https://www.starshams.com/2021/06/blog-post_80.html تاريخ الاطلاع: 18 فيفري 2023.
10. المخاطر الفرق بين ريادة الأعمال وإدارة الأعمال: https://www.starshams.com/2021/06/blog-post_80.html
11. دور ريادة الأعمال في التنمية الاقتصادية ، متاح على الموقع : triangleinnovationhub.com تاريخ الاطلاع 20/02/2023.
12. Vincenzo Quadrini THE IMPORTANCE OF ENTREPRENEURSHIP FOR WEALTH CONCENTRATION AND MOBILITY 2005/05/08
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1475-4991.1999.tb00309.x>

دور تكنولوجيات التدقيق الرائدة بالاعتماد على ثنائية الإبداع والابتكار في التأسيس لاقتصاد المعرفة

The role of leading auditing technologies, based on the duality of creativity and innovation, in establishing the knowledge economy

تبرقاوي نبيلة نهلة¹، بن حواس كريمة²

¹ جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر)

² جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر)

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور تكنولوجيات التدقيق الرائدة بالاعتماد على ثنائية الإبداع والابتكار في التأسيس لاقتصاد المعرفة، حيث تدرس نهج التدقيق المعزز بالتكنولوجيا كاتجاه حديث تم استحداثه لتطوير وعصرنة الخدمات المقدمة، كما اهتمت الدراسة بتسليط الضوء على الجهود والمبادرات التي اتخذتها إحدى أكبر شركات المحاسبة الدولية وكذا الخطوات الأولى التي اتبعتها نحو تضمين التكنولوجيا في التدقيق وما يجب عليها فعله للتحضير لمهنة المستقبل، حيث تمت الاستعانة بالمنهج الوصفي الوثائقي، وذلك بالاعتماد على الوثائق المتوفرة كمادة جاهزة، ويعتبر المنهج المناسب لطبيعة أهداف البحث، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج التي من أهمها أنه بالنظر إلى المستقبل يعتبر التدقيق المعزز بالتكنولوجيا داعماً أساسياً لتسريع التوجه نحو بناء الاقتصاد المعرفي كونه يستند بالأساس على الابتكار والإبداع في تقديم خدمات التدقيق، ثم التعليم والتدريب الذي هو مفتاح الدخول لاقتصاد المعرفة بالإضافة إلى البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهي نفس المرتكزات التي يقوم عليها اقتصاد المعرفة.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد المعرفة؛ تكنولوجيات التدقيق الرائدة؛ التدقيق المعزز بالتكنولوجيا؛ شركات التدقيق الدولية.

Abstract: This study aimed to identify the role of leading auditing technologies based on the duality of creativity and innovation in establishing the knowledge economy, as it studies the technology-enhanced auditing approach as a modern trend developed to develop and modernize the services provided. The study also focused on highlighting the efforts and initiatives taken by one of the biggest international accounting firms. As well as the first steps that it followed towards including technology in auditing and what it must do to prepare for the future profession, as the descriptive documentary approach was used, based on the available documents as ready material, and it is considered the appropriate approach for the nature of the research objectives. The study reached a number of results, the most important of which is that looking to the future, technology-enhanced auditing is an essential support for accelerating the trend towards building the knowledge economy, as it is based primarily on innovation and creativity in providing auditing services, then education and training, which is the key to entering the knowledge economy, beside to the infrastructure built on information and communication technology, which are the same pillars on which the knowledge economy is based.

Keywords: Knowledge economy; leading auditing technologies; Technology-enhanced auditing; international accounting firms.

نتيجة للتطور الهائل في العلم والتكنولوجيا في نهاية القرن العشرين تحقق نوع من التراكم المعرفي حازته الدول المتقدمة في الغالب، ما أدى إلى زيادة التراكم الرأسمالي والسرعة في التقدم العلمي والتكنولوجي الذي تجسد في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وثورة المعلومات، وبناء على ذلك ظهرت بعض المفاهيم الحديثة كالاقتصاد المعرفة والاقتصاد المبني على المعرفة الذي استحوذت موضوعاته على اهتمام العالم في السنوات الأخيرة وسعت جميع الدول بمختلف تصنيفاتها وثرواتها لانتهاجه باستحداث وترقية اقتصاداتها الحالية من النسخة التقليدية إلى نسخة معرفية رقمية بحثة.

إلا أنه في ظل البيئة الاقتصادية الحالية التي تتميز بالديناميكية التكنولوجية والمنافسة الشديدة، كان لابد من اللجوء لآليات رقابية مستقلة للحكم على مدى صحة ومصداقية المعلومات والمعارف الرقمية التي يتم انشاؤها وتداولها وإضفاء الثقة على البيانات المفصح عنها، الأمر الذي جعل من التدقيق المعزز بالتكنولوجيا الحل الذكي الأول والمفتاح الوحيد لنجاح المنظمات وتعزيز ثقافة الإبداع والابتكار وبناء مجتمع المعلومات، وذلك من خلال تبني وتوظيف ثنائية الإبداع والابتكار والشركات التي ترفض التكيف مع التغيير أو تبني أنظمة أكثر كفاءة ستجد نفسها في وضع غير مؤاتٍ أمام منافسيها، ومثل جميع القصص التحولية، يعد الابتكار في قصة التدقيق عامل التمكين، عامل تمكين لتكييف نموذج الأعمال وترقيته وتجديد العمليات التي تسعى إلى تحسين الجودة وزيادة الكفاءة.

في ضوء ما سبق فإن هذه الدراسة تسعى للإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية:

كيف يمكن أن يساهم استخدام تكنولوجيات التدقيق الرائدة بالاعتماد على ثنائية الإبداع والابتكار في التأسيس لاقتصاد المعرفة؟

1.1. أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة الأهداف التالية:

- إزالة الغموض الذي يكتنف موضوع حقل التدقيق المعزز بالتكنولوجيا والتكنولوجيات الرقمية الرائدة المرتبطة به؛
- تنظير المفاهيم المرتبطة باقتصاد المعرفة ومختلف الأساسيات النظرية المرتبطة به؛
- تسليط الضوء على بعض الطرق التي تحاول من خلالها المهنة إدخال تبني الإبداع وإدخال الابتكار في ممارسات التدقيق من خلال مناقشة الجهود المبذولة من طرف شركات التدقيق الرائدة في الصناعة (والمتمثلة في شركات التدقيق الأربع الكبرى (big4) لتحقيق التدقيق المعزز بالتكنولوجيا.

2.1. أهمية الدراسة: تتجلى أهمية دراستنا من أهمية الموضوع الذي تعالجه والمتمثل في موضوع التدقيق المعزز بالتكنولوجيا المعتمد على الإبداع والابتكار الذي تسعى مختلف مكاتب/ شركات التدقيق لتبنيه باعتباره نهجا حديثا يساهم في رسم معالم مهنة المستقبل، كما يعد البحث ضروريا لشركات التدقيق لأنها تطلعهم على دور الابتكارات التكنولوجية في عصرنة المهنة باعتبارها توفر نتائج وتوصيات ذات صلة بالشركات الرائدة في المجال (big4)، والتي إذا تم تبنيها يمكن أن تكون مهمة في إبلاغهم بالفوائد التي يمكن الحصول عليها من تبني ابتكارات التدقيق الرائدة، نظرا لأن هذا القطاع يتعامل مع مهام محاسبية معقدة، فإن اعتماد الابتكار التكنولوجي يمثل أولوية لتقليل تكاليف العمالة وزيادة دقة وكفاءة تقديم الخدمات في الصناعة. وبالتالي المساهمة في بناء اقتصاد المعرفة.

3.1. منهج وهيكل الدراسة: ينتهج البحث في سبيل الإجابة عن تساؤلاته المنهج الوصفي الوثائقي، حيث يعتمد على الوثائق المتوفرة كمادة جاهزة، ويعتبر المنهج المناسب لطبيعة أهداف البحث، وتشمل الوثائق التي تم الاعتماد عليها الكتب والدراسات والأبحاث والمقالات والتقارير المتخصصة وإصدارات المنظمات المهنية المحاسبية الدولية وغيرها من المصادر والمراجع.

وبغرض الإجابة على الإشكالية المطروحة، فقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى المحاور الرئيسية التالية:

- أولاً: التأصيل النظري لتكنولوجيات التدقيق الرائدة؛
- ثانياً: ماهية التدقيق المعزز بالتكنولوجيا (TEA)؛
- ثالثاً: تنظير المفاهيم المرتبطة بالإبداع والابتكار؛
- رابعاً: مدخل إلى المفاهيم المرتبطة باقتصاد المعرفة ومختلف الأساسيات النظرية المرتبطة به؛
- خامساً: استكشاف دور تكنولوجيات التدقيق الرائدة لشركات التدقيق الأربع الكبرى BIG4 في تدعيم مرتكزات الاقتصاد المعرفي.

2. التأصيل النظري لتكنولوجيات التدقيق الرائدة

1.2. مدخل إلى التدقيق المعزز بالتكنولوجيا (TEA):

في ظل المتغيرات العالمية والاقتصادية المتتالية أصبحت مهنة التدقيق تكتسي أهمية بالغة وتلعب دوراً استراتيجياً هاماً في إضفاء الثقة والموثوقية على التقارير والقوائم المالية التي تنتجها المؤسسات، فالتدقيق بمفهومه العام عبارة عن عملية فحص انتقادي لسجلات ووثائق المؤسسة يقوم بها شخص مهني خبير، مؤهل علمياً وعملياً من أجل المصادقة على صحة حسابات الشركات وانتظامها ومدى مطابقتها لأحكام التشريع المعمول به، إلا أنه نظراً لأن العالم أصبح أكثر انفتاحاً ورقمنة سواء كان ذلك بشكل اختياري أو عن طريق الضرورة، فإن المزيد والمزيد من جوانب العمل تنتقل إلى بيئات العمل عبر الإنترنت والعمل الرقمي، وقد امتد هذا التغيير إلى عالم التدقيق، أين أصبحت مهمة مدقق الحسابات أمام تحدي كبير لتطوير أدواتها وتقنياتها لتستمر في تقديم خدمات ذات جودة عالية لذا ظهر ما يعرف بالتدقيق المعتمد على التكنولوجيا (TEA)، والذي يشير إلى "استخدام التكنولوجيات الحديثة لتعزيز عمليات التدقيق التقليدية بالتركيز على تحسين دقة وأداء عمليات التدقيق وحسن توقيتها، مع تسهيل التحول من عمليات التدقيق بأثر رجعي إلى عمليات التدقيق المستمرة في الوقت الفعلي" (Pavel , Cory , & Sönke , 2020)

وتبرز أهم الفروقات الموجودة بين التدقيق المعتمد على التكنولوجيا والتدقيق التقليدي اليدوي في النقاط الأساسية التالية:

الجدول (01): أهم الفروقات الموجودة بين التدقيق المعتمد على التكنولوجيا والتدقيق التقليدي اليدوي

التدقيق المعزز بالتكنولوجيا	التدقيق التقليدي (في الموقع)	المنهج
، تستخدم التكنولوجيا للمساعدة في اتخاذ قرارات المدقق	يحدد المدقق الامتثال بناءً على الأدلة التي يتم جمعها بشكل أساسي في الموقع	المنهج
تبادل البيانات عن بعد بين عدة أطراف (على سبيل المثال، ومراجعة المنصات القائمة على السحابة، ومراجعة منصات الوسائط الاجتماعية، ومراجعة البيانات التي تم جمعها بواسطة التكنولوجيا في الوقت الفعلي، والمقابلة من خلال مؤتمرات الفيديو)	تبادل البيانات بين العملاء والمراجعين في الموقع (على سبيل المثال، مراجعة النسخ المطبوعة، ومراجعة الملفات / قواعد البيانات الإلكترونية، والمقابلات الشخصية)	جمع البيانات
، تستخدم تقنيات مختلفة (على سبيل المثال، التعلم الآلي لتحديد الأنماط، وعمل التنبؤات، وتوجيه عملية صنع القرار؛ وأجهزة الاستشعار التي تجمع المعلومات في الوقت الفعلي) لمساعدة المدقق في المراجعة	التكنولوجيا تعتبر ثانوية لعملية التدقيق (على الرغم من أنها قد تستخدم لتسهيل العملية)	نوع التكنولوجيا المستخدمة
يعتمد التدقيق العالي على تكنولوجيات متعددة	يمكن إجراء تدقيق منخفض بشكل أساسي بدون تكنولوجيا	درجة الاعتماد على التكنولوجيا
كفاءة المراجعة وكفاءة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والكفاءة في تحليلات البيانات الضخمة	كفاءة المراجعة (على النحو المحدد في إرشادات (IAF)	كفاءة مدقق الحسابات

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

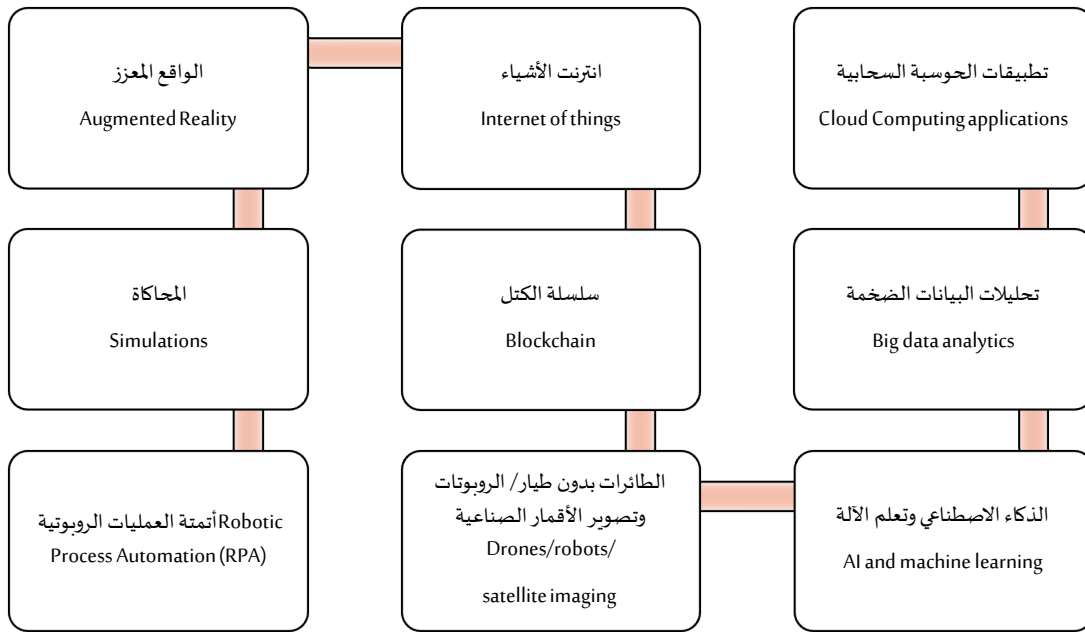
Castka, P., et al. (2021), „Remote Auditig and Assessment during the COVID-19 Pandamic in New zealand and China”, New Zealand-China Food Protection Network,p:06.

2.2. ماهية تكنولوجيا التدقيق الرائدة:

ليس هناك شك في أن التكنولوجيا تعمل على تغيير بيئة الأعمال بشكل عام وعملية التدقيق بصفة خاصة، حيث توفر الحلول التكنولوجية الممكنة للمدققين نظرة ثاقبة أكثر مما كانوا يعتقدون أنه ممكن" (Russ , 2022)، وفي هذا الخصوص قال Alan Langelli الشريك الرئيسي في مجموعة خدمات التكنولوجيا في شركة الضمان والضرائب والاستشارات CPA ، التي تضم 35 شريكاً ومقرها في روكفيل بولاية ميريلاند: "إن التكنولوجيا تتسم بالكفاءة والفعالية في مساعدة المدققين على تنظيم بياناتهم وتمكينهم من اتخاذ القرارات والحصول على معلومات أكثر في الوقت المناسب، وقال أن الوباء الأخير لفيروس COVID-19 أظهر أن فوائد التكنولوجيا تتسارع وأن الشركات التي لا تتبنى الثورة الرقمية ستتخلف عن الركب". . وبالتالي أدت هذه العوامل إلى قيام قادة الشركات والمهنيين باتباع نهج مختلف تملأ لأعمال التدقيق الخاصة بهم (Ken , 2022).

وبالتالي يمكن الإشارة إلى تكنولوجيا التدقيق المبتكرة على أنها مجموعة من التقنيات المبتكرة التي أفرزتها الثورة الصناعية 4.0 والتي تأخذ فيها الأتمتة مستويات جديدة لا تتضح فيها لخطوط الفاصلة بين المجالات الملموسة (المادية) في التدقيق والمجالات غير الملموسة (الرقمية)، ويوضح الجدول التالي أهم التكنولوجيا الرائدة التي لديها القدرة على إحداث ثورة في التدقيق الخارجي:

الشكل 01: أبرز تكنولوجيا التدقيق الرائدة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

Muhammad Asif, et al. (2022): Exploring the role of industry 4.0 in enhancing supplier audit authenticity, efficacy, and cost effectiveness. Journal of Clean and Production. 01-11.p:04.

وتجدر الإشارة إلى أنه وفقاً للرؤى المستمدة من المسح الذي أجرته شركة KPMG للتمويل وتكنولوجيا المراجعة لعام 2021، تعتبر كل من السحابة (80٪)، والتحليلات الذكية (70٪) والذكاء الاصطناعي (61٪) من أهم التكنولوجيا الرائدة التي يجب أن يمتلكها المدققون الخارجيون اليوم، والتي سيكون لديها القدرة على تحويل وتكييف مهنة التدقيق الخارجي، وجعلها أكثر مرونة مع التغييرات التي واجهتها وستظل تواجهها في المستقبل (Forbes, 2021, p. 24).

3. تنظير المفاهيم المرتبطة بالإبداع والابتكار

حاز مفهوم الإبداع والابتكار على اهتمام الكثير من الكتاب والباحثين منذ زمن طويل إلى يومنا هذا، نظرا لدرجة التعقيد التي تكتنف المعنى الأصلي الذي يشير إليه كليهما والذي ساهم في وجود خلط في العديد من المصطلحات ذات العلاقة، فنجد أن العديد منهم يستخدمون مصطلحات الاختراع وحتى التجديد للدلالة على نفس الشيء، وبالتالي ويهدف إزالة الغموض الذي يكتنف كلا المصطلحين سيتم في هذا الجانب التطرق إلى مفهوم كل من الإبداع والابتكار.

1.3. مفهوم الإبداع:

يرجع الفضل في استعمال الإبداع لأول مرة في المجال الاقتصادي إلى المفكر الاقتصادي النيوكلاسيكي جوزيف شومبيتر الذي عرفه على أنه: "الحصيلة الناتجة عن ابتكار طريقة أو نظام جديد في الإنتاج يؤدي إلى تغيير مكونات المنتج وكيفية تصميمه" (راضي، 2014)، كما يعرف الإبداع بأنه: "التفاعل بين الكفاءة والعملية والبيئة التي تنتج فعل أو فكرة فريدة ينظر إليها على أنها جديدة وذات قيمة أو ذات مغزى ضمن سياق اجتماعي ثقافي محدد من خلال وسيط معين" (Credne, 2016).

2.3. مفهوم الابتكار:

يعتبر الابتكار القوة التي تدفع العالم إلى الأمام وتساعد المجتمع على النمو من خلال إيجاد طرق وخلق أدوات تساهم في تشكيل نماذج أعمال مستنيرة بالشكل الذي يحدث ثورة في العالم ويسمح له بالتغير بسرعة، كما يعرف على أنه: أي اختراع جديد أو طريقة محسنة في إنتاج سلعة وكذلك هو أي تغيير في طرق الإنتاج والتي تعطي المنتج أفضلية عن المنافسين في تحقيق احتكار مؤقت (G.F..ADAM, 1982, p. 244).

أما في مجال التدقيق فيمكن تعريفه على أنه: "الخطوات التي تدفع شركات التدقيق لإضافة تكنولوجيات وأفكار جديدة وابتكارات أخرى إلى عملية التدقيق لتحسين جودة التدقيق وإضافة قيمة إلى ممارسات التدقيق والعميل والجمهور بشكل عام، والذي يتحقق باستخدام المدققين للتكنولوجيات الناشئة والمتطورة مثل: منصات الاتصالات العالمية، تطبيقات الأجهزة المحمولة، البلوك تشين، الذكاء الاصطناعي، أتمتة العمليات الروبوتية... إلخ لتحسين جودة التدقيق" (Mackenzie, 2018, p. 4) كما يعرف الابتكار التكنولوجي بأنه تطبيق تكنولوجيا المعلومات في التدقيق والتي يتفاوت اعتمادها من التشغيل الآلي البسيط باستخدام تطبيقات جداول البيانات إلى ممارسة متقدمة لبرامج التدقيق باستخدام قواعد البيانات وتطبيقات ذكاء الأعمال والتكنولوجيات المتطورة (Muiruri Jacquelyn, 2021, p. 8).

من خلال ما تقدم يمكن القول أن هناك اختلاف واضح بين مفهوم كل من الإبداع والابتكار حيث يتعلق الإبداع باستكشاف فكرة جديدة مميزة وفريدة في حين يتعلق الابتكار بوضع هذه الفكرة حيز التنفيذ على شكل عملية، سلعة أو خدمة تقدم للعملاء، فإذا كان الإبداع متعلق بالأشخاص فإن الابتكار يتعلق بالمنظمة ونشاطها، ومن هذا المنطلق يمكن القول وبصفة عامة يسبق الإبداع الابتكار تأكيدا للعبارة القائلة: "طريق الابتكار يمر غالبا عبر محطة الإبداع".

3.3. العوامل الدافعة للإبداع وللابتكار:

هناك مجموعة من العوامل او المحددات التي تؤثر في الابتكار نذكر منها (الباسط، 2022، صفحة 12):

- الاستثمار في البحث والتطوير: عادة ما يتم قياس الانفاق على البحث والتطوير على أنه أحد محددات الابتكار والذي اشير اليه بشدة في أدبيات الصناعة، كما له تأثير ايجابي على الابتكارات التكنولوجية، أما من ناحية الخدمات فمن الصعب نسبيا فهم الابتكار بالنظر الى الطبيعة التفاعلية لنشاط الخدمة؛

- قوة حماية الملكية الفكرية: يجب أن تكون محمية بقوانين، حيث تمنح سلطات الدولة الآخرين من سرقة فكرة المبتكر حيث أننا نجد من لا يطرح ابتكاره خوفا من سرقة أو احتكاره؛

- حجم الشركات: العلاقة الايجابية بين القدرة الابتكارية للشركات وحجمها موضحة بالتكاليف الثابتة للبحث والتطوير وامكانية تنوع أنشطة البحث والتطوير والتي يتم تقديمها للشركات الكبيرة. في الواقع مشاريع البحث والتطوير عادة ما تنطوي على تكاليف ثابتة كبيرة يصعب استيعابها من قبل الشركات الصغيرة، حيث أن تنوع أنشطة البحث والتطوير يمكن الشركات من الاستفادة من مختلف الفروع الايجابية الناتجة عن برامج البحث وبالتالي استغلال الابتكارات على نحو الأفضل؛

- الضغط التنافسي: وجدت الدراسات أنه عندما تزيد المنافسة يزداد الابتكار الى حد كبير، حيث تصبح المنافسة شديدة للغاية لتعزيز وتنمية الابتكار كما ترتبط المنافسة بالانفتاح الدولي حيث يقدم هذا الأخير مصادر أكثر للمعرفة وبالتالي للابتكار؛

- التنوع الجغرافي: فتركيز الشركات والخدمات في المدن يسمح بانتشار المعرفة والابتكار من شركه نحو اخرى أكثر من الشركات الموجودة في اماكن بعيدة عن المدينة؛

- الاعانات العامة: الابتكار يحتاج الى الاعانات العامة خاصة عند فشل الاسواق، فالعديد من دراسات الاقتصاد القياسي التي تتناول تأثير الاعانات العامة على البحث والتطوير في المؤسسات الصناعية تؤكد الأثر الايجابي لهذه الاعانات، بافتراض ان الهدف الرئيسي منها هو تعزيز نفقات البحث وتطوير الابتكار التكنولوجي داخل الشركات او الابتكار في مجال الخدمات العامة.

4. مدخل إلى المفاهيم المرتبطة باقتصاد المعرفة ومختلف الأساسيات النظرية المرتبطة به

1.4. المعرفة و اقتصاد المعرفة:

ظهر مصطلح اقتصاد المعرفة لأول مرة في عام 1995م على لسان الكاتب الكندي "Don Tapscott" في كتابه المنشور تحت عنوان (The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence)، (عويش و خزام، 2021، صفحة 234) فعلى الرغم من تعدد التسميات التي تم إطلاقها على اقتصاد المعرفة ما بين الاقتصاد الرقمي، اقتصاد الانترنت، الاقتصاد الإلكتروني، اقتصاد الويب إلا أنه يعبر في النهاية عن اقتصاد تحكمه المعرفة وتكون فيه هي المسيطر نحو الأفضل، تغلب عليه فكرة البقاء للأسرع وهذا كله لتتحقق فيه رفاهية المجتمع وبالأخص الفرد، حيث يلاحظ وجود اتفاق بين الباحثين على تعريف الاقتصاد المعرفة بأنه: "ذلك النوع من الاقتصاد الذي يقوم في مجمل عمليات على المعلومات، ويستند في أغلب خطواته على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أسقطت وألغت كل الحدود والحواجز أمام تدفق المعلومات والسلع والخدمات وحركة رؤوس الأموال من وإلى أي نقطة في العالم وفي أي وقت"، فهو بذلك يشير إلى نمط اقتصادي متطور قائم على استخدام واسع النطاق للمعلوماتية وشبكات الانترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي مرتكزا بقوة على المعرفة والإبداع والتطور التكنولوجي" (صالح و المولي، 2021، صفحة 88).

2.4. الدعائم الأساسية لقيام اقتصاد المعرفة:

يتميز اقتصاد المعرفة بالعمل على بناء مجتمع المعلومات عن طريق تسخير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل تحقيق العديد من الأهداف التنموية، إذ أصبح رصيد المؤسسة الاقتصادية يقوم بالأساس على مخزونها المعرفي والمعلوماتي يمكن كذلك تشغيل الأنشطة والمشاريع الاقتصادية من خلال الإنترنت دون الحاجة للتحريك الفعلي سواء للأفراد أو المؤسسات، إضافة لما سبق فقد أسهم اقتصاد المعرفة في تداول العقود الإلكترونية والذي يستوجب توفير الضمانات والبيئة الآمنة للأفراد من أجل إتمام معاملاتهم التجارية المختلفة، وأخيرا فإن اقتصاد المعرفة يرتبط بشكل قوي بالتغيرات الكثيرة التي تجري في البيئة الصناعية، ولاسيما ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إذ يؤثر كل منهما على الآخر بشكل إيجابي فزيادة أحدها يزداد

الأخر، و بالتالي وفقا لتقرير البنك الدولي الصادر عام 2019م، فإنه لابد من توفر خمسة عناصر أساسية و التي تشكل في مجموعها ركائز أساسية لاقتصادات رقمية قوية وشاملة (شالور، 2021، صفحة 401):

- البنية التحتية الرقمية: والتي تشمل الخدمات الثابتة والمحمولة عريضة النطاق، كابلات الألياف البصرية، إلخ، والتي تعتبر العمود الفقري للاقتصاد الرقمي، ويتعين أن تكون إمكانية الإتصال الرقمي متاحة للجميع وميسورة التكلفة؛

- الخدمات المالية الرقمية والتحديد الرقمي للهوية: والتي تتيح للأفراد وأنشطة الأعمال والحكومات التفاعل وإتمام المعاملات المختلفة في أي وقت وفي أي مكان.

- الابتكار الرقمي وريادة الأعمال: واللذان يحتاجان إلى بيئة داعمة من اللوائح التنظيمية الحكومية وإمكانية الحصول على التمويل؛

- المنصات الرقمية: لما فيها التجارة الإلكترونية والمعاملات الحكومية الإلكترونية التي تع. وسيلة الانتفاع وتعزيز النشاط الاقتصادي؛

- الإلمام بالتكنولوجيا الرقمية واكتساب مهاراتها: ما يخلق قوة عمل ماهرة وذات كفاءة في استخدام التكنولوجيا الرقمية وبمنه تعزيز القدرة التنافسية؛

وبالتالي يتطلب بناء الأسس الخمسة لاقتصاد المعرفة علاوة على الخبرة في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية، توافر القدرات في مجالات أخرى متعددة مثل التمويل، وتنمية القطاع الخاص، والتعليم، والأيدي العاملة، والحماية الاجتماعية، وما إلى ذلك في حين يعد التعاون بين التخصصات المتعددة ضروريا لنجاح التنمية الرقمية ذاتها، فإنه يخلق أيضا فرصا لدمج الحلول الرقمية المتطورة في مختلف القطاعات.

3.4. تحديات التوجه نحو اقتصاد المعرفة:

مما لا شك فيه أن للقطاع الرقمي مستقبل واعد، فالتوجه المتزايد نحو استخدام الوسائل الرقمية يمكن أن يفتح طريقا للنمو كونه يستوعب الابتكارات ويشجع على الإقبال على المخاطرة ويحفى الإبداع، لكن بالمقابل يواجه اقتصاد المعرفة مجموعة من التحديات، نذكر منها (شالور، 2021، صفحة 402):

- خلق فرص العمل والمهارات الجديدة قد تنعكس سلبا على طبيعة العمل وظروفه، فضلا عن تغيير الاحتياجات للمهارات مما يؤثر في سير عمل أسواق العمل؛
- إن الاستخدام الواسع النطاق للتكنولوجيات والاعتماد المتزايد على المنصات الإلكترونية قد يؤثر سلبا على العمالة ما سيؤدي إلى خسائر في الوظائف، وتزايد التفاوت في مستويات الدخل؛
- من المتوقع أن يؤدي اقتصاد المعرفة إلى إحداث اضطراب في صناعات بأكملها وكذلك في طرق في تنظيم الشركات؛
- توجد مخاطر مكتملة تنطوي عليها البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي مما قد يؤثر سلبا على المستهلكين؛
- أما الشركات والمنظمات والحكومات، فتواجهها مخاطر التعرض لانتحال الهوية الحاسوبية أو غير ذلك من عمليات سرقة المعلومات الشخصية والمالية، والاختلاس والتجسس والتخريب؛
- كذلك غياب النية التحية الداعمة لقيام مثل هذا النوع من الاقتصاد في الكثير من الدول، وانعدام الثقة في إجراء المعاملات الإلكترونية، مثل التسديد بوسائل إلكترونية، أو التصديق الإلكتروني للوثائق، مع ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت في الكثير من الدول النامية مقارنة بمتوسط دخول أفراد تلك الدول.

5. استكشاف دور تكنولوجيا التدقيق الرائدة بالاعتماد على ثنائية الإبداع والابتكار في تدعيم مرتكزات الاقتصاد المعرفي من أجل التعرف على الطرق التي تحاول من خلالها المهنة التأسيس للاندماج في اقتصاد المعرفة وإدخال التكنولوجيا المبتكرة لتطوير وعصرنة التدقيق وبناء مهنة المستقبل، فقد تم القيام بدراسة حالة أكبر أربع شركات محاسبة رائدة في العالم أو الـ Big4 (المتمثلة في Deloitte و PricewaterhouseCoopers (PWC) و Ernst & Young EY و KPMG) كونهم هم رواد الصناعة الذين أثبتوا مرونتهم وجدارتهم في استغلال مواردهم المالية وكفاءاتهم البشرية وكذا تكريس وقتهم وجهودهم في تحويل الواقع التكنولوجي الجديد إلى فرصة ذهبية لبناء مستقبل مبتكر للمهنة. وقد تم اختيار شركة PWC لإجراء الدراسة باعتبارها ثاني أكبر شركة خدمات مهنية في العالم بعد شركة Deloitte من حيث الإيرادات والحجم إلى جانب حصولها على جائزة ابتكار التدقيق لثلاث سنوات 2016، 2017 و 2019 من قبل نشرة المحاسبة الدولية (IAB) وهذا لاستخدامها وتطويرها لحزمة من تكنولوجيا التدقيق الرائدة التي حققت تغييرا كبيرا في مهنة التدقيق وحولت مفهوم تقديم وتقييم الخدمات المالية من حيث الكفاءة والجودة والقيمة المضافة للعملاء.

1.5. تقديم عام للشركة:

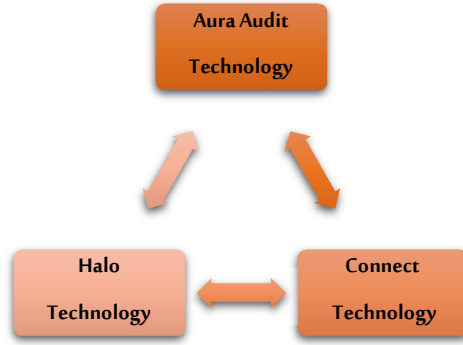
تتخصص برايس ووترهاوس كوبرز (PricewaterhouseCoopers) في تقديم الخدمات المهنية في مجالات الضمان والاستشارات والضرائب وتحسين الأداء وإدارة الأزمات ، وقد تم تأسيس شركة التدقيق الدولية عام 1998 من خلال اندماج برايس ووترهاوس وكوبرز وليبراند (PWC، 2022) ، وعلى أساس خبرة لأكثر من 160 علما مع شبكة من الشركات في 156 دولة مع أكثر من 295000 موظف ، تقدم PwC خدمات تدقيق عالية الجودة من خلال نهج مبتكر يتميز بتكامل التكنولوجيا الرائدة والموارد البشرية (Permenter، 2022)، وفي عام 2021 ، تم تصنيف برايس ووترهاوس كوبرز كثاني أكبر شركات المحاسبة الأربعة من حيث الإيرادات والتي بلغت حوالي 45.1 مليار دولار (statista, 2022).

2.5. تسليط الضوء على ابتكارات التدقيق لشركة PwC:

على الرغم من وجود العديد من الأدوات والبرامج التي تمتلكها شركة Deloitte للمساعدة في تقدم الابتكار خلال عملية التدقيق ، إلا أنها ليست الوحيدة التي تساهم في تطوير وعصرنة المهنة، إذ تقوم شركة (PWC) أيضا بخطواتها الخاصة نحو تشجيع الابتكار وتطوير التكنولوجيا الحديثة لتحسين جودة التدقيق، حيث تمتلك الشركة مركزا للتكنولوجيا والابتكار أو ما يعرف بفريق "TIC" الذي يعمل على تسهيل الابتكار في جميع أنحاء الشركة يقودها الإنسان وتدعمها التكنولوجيا، ومن خلال القدرات الرقمية المسلحة بالتكنولوجيا الناشئة يقدم فريق المركز حولا مستدامة للمشكلات الهامة للعملاء في مختلف قطاعات ومجالات الكفاءة، مثل: تخطيط موارد المؤسسات باستخدام SAP و Oracle ، وإدارة علاقات العملاء باستخدام Salesforce ، والأمن السيبراني ، وتحليلات البيانات وذكاء الأعمال ، والحلول السحابية ، وتطوير الكود المنخفض والأتمتة (PWC)

أصدرت الشركة تطبيقا جديدا يطرح التحول الرقمي للقوى العاملة مصمم لتسريع الطريقة التي يتعلم ويتفاعل بها الموظفون ويحلون المشكلات في عالم رقمي وبالتالي إنشاء مجتمع رقمي أكثر يتبنى التغيير ويقود الابتكار، كما يمكن التطبيق الشركات من قياس "الطلاقة الرقمية" أو مدى سهولة قراءة وفهم التكنولوجيا الناشئة لموظفي الشركة، ومساعدتهم على الشعور براحة أكبر في استخدام وإدراك التكنولوجيا الجديدة لدفع عملية التدقيق ومهنة المحاسبة إلى الأمام (Accounting, 2018)، إضافة إلى ذلك، فقد اختارت PwC تركيز عملية الابتكار الخاصة بها على تحسين تحليلات البيانات وتطوير أكبر عدد ممكن من التطبيقات للمساعدة في إكمال التدقيق، ومن أبرز تلك التطبيقات ما يوضحه الشكل التالي:

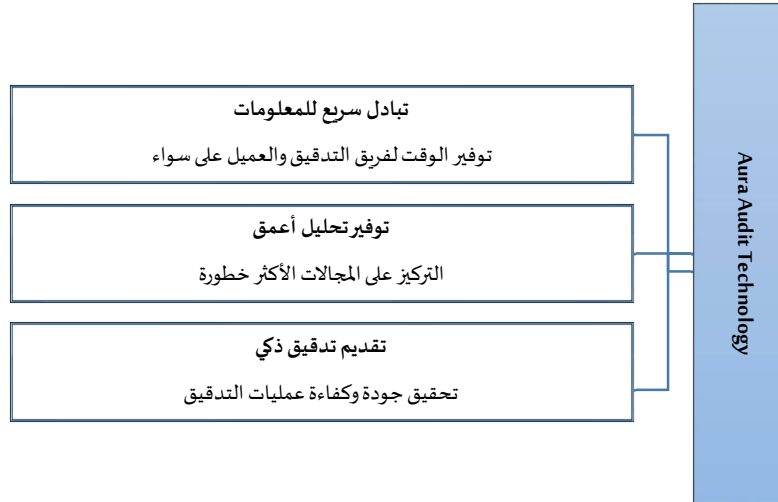
الشكل (02): أهم الابتكارات التكنولوجية لشركة PwC



المصدر: من إعداد الباحثين

❖ **Aura Audit Technology**: منصة تدقيق سلسلة قائمة على السحابة تجمع بين التكنولوجيا المتقدمة والمعرفة البشرية الصحيحة لتوفير تجربة مبتكرة متكاملة وشاملة ، فهي بمثابة نظام تخطيط موارد المؤسسات لشركة PwC ، مما يسمح بتخصيص و تنفيذ كل مرحلة من مراحل التدقيق للشركة باستمرار، وذلك من خلال الاعتماد على التحليلات المتقدمة واستخراج البيانات بشكل آمن ، وكذلك ضمان تحسين الاتصال ومشاركة المعلومات بطريقة تضمن جودة التدقيق والتوحيد القياسي (PWC)، ويمكن تلخيص مزايا منصة المراجعة Aura في النقاط الـ 03 الرئيسية التي يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (03): مزايا منصة التدقيق الذكية Aura Audit Technology



المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على:

Kevin Permenter. . (2022). Leveraging Technology to Deliver Auditing Insights. IDC Spotlight. <https://www.pwc.com/gx/en/newsroom/analyst-citations/2022/aura-audit-technology-platform.html>

وبالتالي تسعى شركة برايس ووترهاوس كوبرز من خلال منصتها المبتكرة Aura إلى تحقيق توازن بين الكفاءات البشرية ذات المهارات الرقمية المؤهلة والتكنولوجيات الرائدة لتكون بمثابة أساس لخدمات المراجعة الخاصة بها، وذلك من خلال تقديم المنصة للوظائف الفريدة التالية:

- استخراج البيانات بشكل آمن: تستخرج Aura مختلف البيانات بطريقة آمنة وأمنة، حيث تستوعب بيانات العميل وتنقلها إلى قاعدة بيانات قائمة على السحابة مما يسمح لأدوات وبرمجيات PwC الأخرى بالوصول السهل والأمن إلى البيانات المتعلقة بالمراجعة. كما يستخدم الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة، للتعامل مع البيانات غير المنظمة مثل الفواتير وعقود الإيجار والعقود، ما يوفر عمليات نقل بيانات آمنة وغير محددة لتخطيط موارد المؤسسات، ويمكنه أيضا إظهار حالة نقل البيانات للمستخدمين والعملاء، وهو أمر بالغ الأهمية.

- توفير منصة واحدة، سلسلة قائمة على السحابة: تعمل Aura كنظام للتسجيل أو تخطيط موارد المؤسسات (ERP) الذي تم إنشاؤه كمثيل واحد يستخدم في كل تدقيق من PwC. تم تصميم Aura لضمان جودة أفضل واتساق خلال عملية المراجعة. يسهل كل مرحلة من عملية المراجعة، بما في ذلك تقييم المخاطر والتخطيط وتنفيذ المراجعة ومراجعات المراجعة. كما تحتوي Aura أيضا على ميزات إدارة سير العمل التي تتيح للمستخدمين تخصيص المهام والإجراءات لتحسين موارد المراجعة.

- تقديم تحليل متقدم: تتضمن Aura تقنيات قائمة على الويب يستخدمها المدققون لمسح / استجواب كميات هائلة من البيانات المهمة للأعمال بطريقة أكثر كفاءة. يتم تسخير تحليلات البيانات الضخمة لإجراء التحليل والاختبار على أنواع مختلفة من المعاملات التجارية بما يوفر للمدققين الفرصة لاستجواب 100٪ من المعاملات التجارية بدلاً من أخذ العينات، كما تساعد التصورات والمعايير المتضمنة في المنصة مدققي PwC في العثور على الحالات الشاذة بشكل أسرع وتحديد مخاطر المراجعة وتقديم رؤى ذات مغزى بشكل أسرع من خلال تحليلات البيانات.

- تحسين الاتصال: تستخدم Aura أداة تعاون آمنة قائمة على الويب تسمح بمشاركة المعلومات في كل مرحلة من مراحل عملية المراجعة. يمكن أن تتدفق المعلومات ووثائق المراجعة الرئيسية بين أعضاء فريق المراجعة والعمل في الوقت الفعلي. حيث تسمح لوحة المعلومات المضمنة لجميع المستخدمين المصرح لهم بإجراء فحوصات تفصيلية للحالة وتحديد المشكلات المتعلقة بالمراجعة بسرعة. بالإضافة إلى ذلك يمكن الوصول إلى الواجهة بأمان من أي مكان بما في ذلك الأجهزة المحمولة ومنصات الكمبيوتر اللوحي.

❖ **Connect Technology**: منصة تعاون قائمة على الويب مصممة لتسهيل مشاركة المعلومات ومراقبة تبادل المستندات وتدفق العمليات والمهام في جميع الأوقات وعبر الأجهزة المختلفة في الوقت الفعلي مع عميل التدقيق ، بطريقة فعالة وسريعة وأمنة في كل مرة مرحلة المراجعة (PwC، 2022).

❖ **Halo Technology**: هي تقنية لمراجعة البيانات المالية تم تصميمها بواسطة PwC خصيصا لتحديد الحالات الشاذة عالية المخاطر على مستوى المعاملات والبيانات الرئيسية. بفضل اعتمادها على قوة تحليلات البيانات، سيتمكن مدققي PwC من مسح وتجميع ودمج كميات ضخمة من البيانات المتعلقة بالتدقيق بذكاء، مما يسمح بضمان رؤية أكبر وأعمق وتقييم أفضل للمخاطر وفتح البصيرة نحو إنشاء تدقيق كامل الكشف عن التأكيدات والشذوذ على مدار العام وفي الوقت الفعلي، وقد فازت أداة Halo بجائزة "ابتكار التدقيق لهذا العام" في "نموذج وجوائز نشرة المحاسبة الدولية" في أكتوبر 2016، و بداية من عام 2016 ، قام البرنامج بتحليل أكثر من 80 مليار إدخال في دفتر اليومية وكان يستخدمه أكثر من 14000 موظف للمساعدة في إكمال أكثر من 9000 عملية تدقيق، كما تمت معالجة أكثر من 80 مليار سجل على مستوى العالم من خلال Halo (PwC, 2016).

لا تتطلع برايس ووتر هاوس كوبرز إلى توفير وتطوير خدمات التدقيق والضمان فحسب، بل وجهت اهتمامها نحو سوق كبير للخدمات الاستشارية لمساعدة العملاء على أن يصبحوا قادة للابتكار ودفع عجلة التقدم وزيادة جودة النتائج النهائية، حيث تعقد الشركة "ورش عمل للابتكار في مجال التكنولوجيا المالية" والتي تهدف إلى مساعدة المديرين التنفيذيين للعملاء على صياغة إستراتيجية عمل لتنفيذ وقيادة الابتكار في جميع أنحاء الشركة بأكملها لجعل كل شركة أكثر قدرة على المنافسة في صناعاتها الفردية. ففي حين أن هذا لا يتعلق بمهنة التدقيق، يبدو أن اتجاه الابتكار لشركة PwC في مهنة التدقيق أدى إلى الابتكار في خدمات المحاسبة الأخرى مثل الاستشارات، وفتح أسواق جديدة لشركات المحاسبة العامة (9، 2018، Mackenzie).

6. خاتمة:

انطلاقاً لما تم عرضه في هذه الورقة البحثية فقد توصلنا إلى جملة النتائج التالية:

✓ بالنظر إلى المستقبل، تساهم تكنولوجيات التدقيق الرائدة في زيادة الكفاءة والجودة والقيمة المضافة إلى خدمات التدقيق وبالتالي تقليل الحاجة إلى العمل الشاق، وترك مساحة أكبر لممارسة الشك المهني واتخاذ القرار والحكم؛

✓ يعتبر التدقيق المعزز بالتكنولوجيا داعماً أساسياً لتسريع التوجه نحو بناء الاقتصاد المعرفي كونه يستند بالأساس على الابتكار والابداع في تقديم خدمات التدقيق، ثم التعليم والتدريب الذي هو مفتاح الدخول لاقتصاد المعرفة بالإضافة إلى البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهي نفس المرتكزات التي يقوم عليها اقتصاد المعرفة.

✓ في حين أن التكنولوجيا قد تجعل العديد من المهام المملة أسهل أو أسرع، فإن هذا لا يعني أن شركات التدقيق ستكون قادرة على محو العنصر البشري من عملية التدقيق كون التكنولوجيا تفتقر إلى القدرة البشرية على الترشيد وإصدار الأحكام وتطوير الآراء التي هي أكبر قيمة مضافة والنقطة النهائية أو نتيجة التدقيق.

✓ يوفر التوجه نحو تضمين التكنولوجيات الحديثة في التدقيق القدرة على تحسين جودة التدقيق وإضافة قيمة إليه من خلال انتقال التدقيق من كونه تمريناً تفاعلياً يتطلع إلى الوراء إلى تمرين استباقي وتنبئي وتطوعي يعمل في الوقت الفعلي وعلى هذا النحو، فإنه يوفر فرصة للمساعدة على عصنة وتطوير الشركات من خلال توفير رؤى في الوقت المناسب.

✓ في حين أن البعض قد لا يرى قيمة استخدام تكنولوجيات التدقيق الرائدة في التأسيس لبناء الاقتصاد المعرفي، فقد زادت هذه التطورات من نطاق عمليات التدقيق مما يمنح المدققين القدرة على اختبار جميع البيانات المقدمة بدلاً من جزء صغير فقط من العينة، وبالتالي القدرة على إنتاج تقرير تدقيق أكثر موثوقية، مما يجعل نتائج التدقيق أكثر جدارة بثقة المستثمرين أكثر من أي وقت مضى وبالتالي تحسين النظرة العالمية لمهنة التدقيق، هذه الموثوقية المتزايدة هي ما تشير إليه أكبر أربع شركات محاسبة عامة في العالم عندما تناقش زيادة الجودة والقيمة المرتبطة بعمليات التدقيق التي تدمج التكنولوجيات الناشئة لزيادة الاتصال والكفاءة.

الاقتراحات:

- مع هذه التغييرات في طريقة إجراء التدقيق، يحتاج المدققون إلى معرفة عملية، خبرة، ومستوى عال من الراحة في استخدام التكنولوجيا الحديثة سريعة التطور لمعالجة البيانات وتحليلها للبقاء في الصدارة وعلى رأس كل ما هو جديد وأني في مهنة التدقيق وعالم المحاسبة.
- توفير التوجيه والتدريب الكافي لفرق التدقيق مع التركيز على صقل مهاراتهم وتوسيع خبراتهم في التعامل مع أساليب وأدوات التدقيق الحديثة من خلال تفعيل البرامج التكوينية وتوفير الموارد المالية اللازمة للحصول على التكنولوجيا المبتكرة؛
- تعزيز ثقافة الابتكار لدى ممارسي المهنة على جميع المستويات، من خلال تشجيع الاستثمار في إنشاء مختبرات بحثية وتوقيع شراكات دولية مع شركات تدقيق عالمية (مثل Big4) أو حتى اكتساب شركات ناشئة مع حاضنات أو جهات فاعلة رقمية أخرى رائدة في مجال الابتكار والتقدم التكنولوجي.

7. قائمة المراجع:

1. بلحشر عائشة، بن معمر عبد الباسط. (2022). أثر الابتكار على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2019. المجلد 08 (العدد 01).
2. زهراء صالح، و إيمان الموالي. (2021). العملات المشفرة وعلاقتها بالاقتصاد الرقمي. 10 ((03))، الصفحات 83-93.
3. علي حسين عويش، و رباب ناظم خزام. (2021). الاقتصاد الرقمي أداة لتفويض الفجوة الرقمية في دول مختارة للمدة (2003-2017). 1 ((05))، الصفحات 232-251.
4. نور الدين راضي. (2014). الابداع والابتكار في المنظمات الحديثة. مجلة الابتكار والتسويق، 127-157.
5. وسام شالور. (2021). الاقتصاد الرقمي ومنصات التكنولوجيا المالية الإسلامية. 5 ((01))، الصفحات 396-416.
1. Accounting, T. (2018, 2 14). Retrieved 7 12, 2022, from Accounting Today: <https://www.accountingtoday.com/news/pwc-introduces-new-workforce-engagement-app>
2. Credne, D. (2016). Credne 1.2 What is creativity? Retrieved from <https://www.dcu.ie/sites/default/files/inline-files/1.2-what-is-creativity.pdf>
3. Forbes, i. (2021). Future-Proofed: How Technology Is Driving Change In Finance And Audit.
4. G.F..ADAM. (1982). Longman Dictionary of BUSINESS ENGLISH. Beirut: YORK Press.
5. Ken , T. (2022). Embracing technology in the audit. Retrieved from Journal of Accountancy: <https://www.journalofaccountancy.com/issues/2022/feb/embracing-technology-audit.html>
6. Mackenzie, R. (2018). Innovation in the audit profession and how it is changing the world of accounting. Honors Thesis. Oklahoma State University .
7. Muiruri Jacquelynn, W. (2021). Effect of technological innovation on performance of accounting firms: A case study of the big four accounting firms in kinya. Master of Business Administration (MBA).
8. Pavel , C., Cory , S., & Sönke , F. (2020). Technology-enhanced Auditing in Voluntary Sustainability Standards: The Impact of COVID-19. sustainability journal, 01-24.
9. Pavel, C. C. (2020). Technology-enhanced Auditing in Voluntary Sustainability Standards: The Impact of COVID-19. sustainability journal, 01-24.
10. Permenter, K. (2022). Leveraging Technology to Deliver Auditing Insights. Récupéré sur <https://www.pwc.com/us/en/services/trust-solutions/library/idc-technology-spotlight.pdf>
11. PWC. (s.d.). Consulté le 7 15, 2022, sur <https://www.pwc.com/m1/en/careers/egypt-technology-innovation-centre.html>
12. PWC. (s.d.). Consulté le 5 24, 2022, sur <https://www.pwc.com/us/en/services/trust-solutions/financial-statement-audit-technology-and-services/aura-audit-technology.html>
13. PwC. (2016, 1 11). pwc wins audit innovation of the year. Retrieved 7 13, 2022, from PwC: <https://www.pwc.com/lv/en/news/pwc-wins-audit-innovation-of-the-year.html>
14. PWC. (2022). Récupéré sur <https://www.pwc.com/us/en/about-us/pwc-corporate-history.html>
15. PWC. (2022). Consulté le 5 24, 2022, sur <https://www.pwc.com/us/en/services/trust-solutions/financial-statement-audit-technology-and-services/aura-audit-technology.html>
16. Russ , B. (2022). The Intersection Of Technology And Quality In The Audit. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/insights-kpmg/2022/10/26/the-intersection-of-technology-and-quality-in-the-audit/>
17. statista. (2022). Revenue of the Big Four accounting / audit firms worldwide in 2021. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/250479/big-four-accounting-firms-global-revenue/>

دور التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية

The role of entrepreneurial orientation in the transformation towards smart organizations

عمر مليك¹ ، لطيفة بكوش²

1 جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر (الجزائر)

2 جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي الجزائر (الجزائر)

ملخص: تتسم بيئة الأعمال الحالية بالتغيرات والتحولات السريعة، فرضت على منظمات الأعمال مواجهة تحديات ومنافسة شرسة من أجل البقاء والنمو حيث برز التوجه الريادي في ظل إقتصاد المعرفة من بين الحلول لمواجهة هذه التحديات، يشير التوجه الريادي إلى خيار استراتيجي يهدف لترسيخ ثقافة ريادة الأعمال من خلال مجموعة من الممارسات التنظيمية تنطلق من مبدأ تشجيع روح المبادرة والابتكار وتفعيل نهج إستباقي لتحديد الفرص واستغلالها وتحمل المخاطر. يمثل التوجه الريادي حل لمنظمات الأعمال لتتمكن من المنافسة والتكيف مع التغيرات والتحولات السريعة مع في بيئة الأعمال ويساهم في تحولها لمنظمات ذكية، وللوقوف على دور التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية قمنا بالتعرف على مفهوم التوجه الريادي وتحديد أبعاده وكذا مفهوم المنظمات الذكية، ومنها لوقوف على دور التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية، ضمن بيئة منظمات الأعمال، وقد توصلنا من خلال هذه الورقة البحثية إلى أن تطبيق أبعاد التوجه الريادي خيار إستراتيجي في ريادة الأعمال وعنصر أساسي لتوجه نحو المنظمات الذكية، وفي إطار ذلك تم استخدام المنهج الوصفي من خلال دراسة وصفية للمفاهيم المتعلقة بموضوع البحث.

الكلمات المفتاحية: التوجه الريادي؛ المنظمات الذكية؛ الابتكار؛ منظمات الأعمال.

Abstract: The current business environment is characterized by rapid changes and transformations, which forced business organizations to face challenges and fierce competition in order to survive and grow, as the entrepreneurial orientation within the knowledge economy emerged among the solutions to face these challenges. The entrepreneurial orientation refers to a strategic choice that aims to consolidate the culture of entrepreneurship through a set of organizational practices based on the principle of encouraging initiative and innovation and activating a proactive approach to identify opportunities, exploit them and take risks. The entrepreneurial approach represents a solution for business organizations to be able to compete and adapt to rapid changes and transformations in the business environment and contribute to their transformation into smart organizations. In order to find out the role of the entrepreneurial orientation in the transformation towards smart organizations, we have identified the concept of entrepreneurial orientation and defined its dimensions, as well as the concept of smart organizations, including standing on the role of the entrepreneurial orientation in the transformation towards smart organizations, within the environment of business organizations, and we have reached through this research paper that the application The dimensions of the entrepreneurial orientation are a strategic choice in entrepreneurship and an essential element for an orientation towards smart organizations. In this context, the descriptive approach was used through a descriptive study of the concepts related to the subject of the research.

Keywords: entrepreneurial orientation; smart organizations; innovation; Business organizations.

إن شراسة المنافسة في بيئة منظمات الأعمال تدفعها باتجاه تبني خيارات إستراتيجية تضمن لها الصمود والتفوق لتكون السباقة في الوصول لأسواق جديدة أو ابتكار خدمات أو منتجات جديدة هذه الخيارات توصف بتبني التوجه الريادي هذا التوجه هو محرك رئيسي للابتكار والأداء التنظيمي وتوجيه سلوك المنظمة لتجسد قيم ريادة الأعمال. حتى تتمكن منظمات الأعمال من رفع كفاءتها وتطويرها في بيئة الأعمال المتغيرة بسرعة، تحتاج إلى أن تكون مرنة وقابلة للتكيف ومواكبة للفرص والتحديات الجديدة وذلك يتطلب امتلاكها خصائص التوجه الريادي الذي يمكنها من إحتلال الريادة والسبق على الآخرين وذلك من خلال التركيز على نماذج الأعمال الجديدة، ومواكبة التطورات التكنولوجية الناشئة، واتخاذ القرارات التي تعتمد على تحليل البيانات بشكل أكبر وهي أسس التوجه نحو المنظمات الذكية وهذا ما يقودنا لطرح إشكالية الدراسة.

1.1. الإشكالية: هل يساهم التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية؟

تسعى هذه الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي أعلاه وكذلك الأسئلة الفرعية التالية:

- السؤال الفرعي الأول: ماهي المفاهيم المرتبطة بالتوجه الريادي ودوره في منظمات الأعمال الريادية؟
- السؤال الفرعي الثاني: ماهي المفاهيم المرتبطة بالمنظمات الذكية وضرورة اعتمادها؟
- السؤال الفرعي الثالث: كيف يساهم التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية؟

لمعالجة هذه الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية نستخدم المنهج الوصفي من خلال دراسة وصفية المفاهيم المرتبطة بالتوجه الريادي وتحديد أبعاده ودوره في منظمات الأعمال الريادية والمفاهيم المرتبطة بالمنظمات الذكية وتحديد أبعادها والوقوف على مساهمة التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية وذلك من خلال المحاور التالية:

- المحور الأول: المفاهيم المرتبطة بالتوجه الريادي ودوره في منظمات الأعمال الريادية.
- المحور الثاني: المفاهيم المرتبطة بالمنظمات الذكية وضرورة اعتمادها.
- المحور الثالث: مساهمة التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية.

2.1. أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة بداية من أهمية الموضوع المتناول وتمثل في العناصر التالية:

- أهمية التوجه الريادي في تحول منظمات الأعمال إلى منظمات ريادية؛
 - حداثة الموضوع كونه يتناول المنظمات الذكية كأحد عناصر اقتصاد المعرفة؛
 - أهمية التوجه الريادي في تشكيل التوجه الاستراتيجي لمنظمات الأعمال؛
 - إرتباط الموضوع بالتكنولوجيات المعاصرة وتأثيرها في عالم الأعمال.
- 3.1. أهداف الدراسة: تتمثل أهداف الدراسة في الوصول للعناصر التالية:
- تهدف إلى التعرف على المفاهيم المرتبطة بالتوجه الريادي وأبعاده؛
 - تهدف إلى التعرف على المفاهيم المرتبطة بالمنظمات الذكية كتوجه حديث للمنظمات الأعمال؛
 - التعرف على مساهمة تبني التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية.

2. المحور الأول: المفاهيم المرتبطة بالتوجه الريادي ودورها في منظمات الأعمال الريادية

يمثل التوجه الريادي (Entrepreneurial Orientation) احد الخيارات الإستراتيجية للمنظمات الأعمال وهو يحدد نمط الممارسات والسلوكيات وطرق صنع القرار في منظمات زيادة الأعمال.

1.1. تعاريف التوجه الريادي:

حسب (المختار, 2018, p. 214) يعد التوجه الريادي فكرا وسلوكا يمكن المنظمات عند تبنيه من الوصول لتحقيق القيمة الإستراتيجية، ويعبر عن ميل المنظمة للإبداع والمبادرة واقتناص الفرص وتحمل المخاطر الناتجة عن ذلك، كما عرف (المناصرة, 2008) التوجه الريادي هو الخيار الاستراتيجي أو المسار العام الذي تختار منظمات الأعمال انتهاجه، فهو التوجه الذي يتطلب التنبؤ و يتصف بمستوى عال من المجازفة .

وقد وصف (سعدي & الخفاجي, 2012, p. 109) المنظمات الريادية بأنها تعتمد على الإبداع وتقبل المخاطرة وتباغت المنافسين بأسبقية الاستفادة من الفرص الحاصلة في السوق، لذا يمكن أن نصوغ كتعريف للتوجه الريادي أنه خيار إستراتيجي يعتمد على المبادرة والإبداع يختاره مسيرو منظمات الأعمال لتحقيق السبق والاستفادة من الفرص مع تحمل للمخاطر.

2.2. أبعاد التوجه الريادي:

يشمل التوجه الريادي مجموعة من الأبعاد إختلف الباحثين على تحديدها:

حيث قدم (Lumpkin & Dess, 1996, p. 149) وهو يعد من أشهر الباحثين في موضوع إبعاد التوجه الريادي خمسة إبعاد للتوجه الريادي وهي، الابتكار والاستقلالية، والمخاطرة، والاستباقية، والعدوانية التنافسية.

كما خلصت (المناصرة, 2008, p. 29) بعد مراجعة عديد البحوث حوله من حصرها في خمسة أبعاد تتمثل في البعد الإبداعي ويمثل الاهتمام بالتطوير والابتكار قصد الوصول لمنتجات أو خدمات جديدة، وبعد المخاطرة وتتمثل في تخطي التحديات الصعاب لتحقيق لأهداف، والبعد الاستباقي ويتمثل في إقتناص الفرص أو خلقها، وبعد العدائي في التنافس ويعني المنافسة بشراسة ويقظة لانتزاع الفرص، والبعد الأخير هو الاستقلالي ويعني استقلالية القيادة في اتخاذ القرارات بالشكل المناسب.

وقد حددت دراسة قام بها (بلوم & شاهد, 2023, p. 480) أبعاد ريادة الأعمال في ثلاثة أبعاد تتمثل في الابتكار و المخاطرة وبعد الإسيابية، كما إعتد جمال عبد الله مخلف المختار في دراسته حول أبعاد التوجه الريادي أربعة أبعاد هي الإبداعية و بعد إقتناص الفرص و بعد تحمل المخاطر وبعد الاندفاعية (المختار, 2018, p. 212).

وحسب (Huang, Huang, & Soetanto, 2022, p. 3) فإن الأبعاد الأكثر تأثيرا في التوجه الريادي تتمثل في ثلاث أبعاد رئيسية هي الابتكار والاستقلالية، والمخاطرة ومن أجل البحث عن الأبعاد الأكثر إنفاقا بين الباحثين نستخرج القيم النسبية لكل بعد من الجدول التالي:

الجدول 01: يوضح أبعاد التوجه الريادي حسب مجموعة من الباحثين

الرقم	الكتاب	الابتكار	المخاطرة	الاستباقية	الهجومية التنافسية	الاستقلالية في القرارات
01	Lumpkin & Dess, 1996	✓	✓	✓	✓	✓
02	المناصرة, 2008	✓	✓	✓	✓	✓
03	بلوم & شاهد, 2023	✓	✓	✓		
04	المختار, 2018	✓	✓	✓	✓	
05	Huang, Huang, & Soetanto, 2022	✓	✓	✓		
08	القيمة النسبية	%100	%100	%100	%60	%40

المصدر: من إعداد الباحثين.

نلاحظ من خلال الجدول 01 أن الأبعاد الأكثر اتفاقاً بين الباحثين والتي حققت قيم نسبة تساوي 100% هي الأبعاد الثلاثة الإبداع والاستباقية والمخاطر، لذا ومن خلال ما سبق سيتم في دراستنا هذه اعتماد أبعاد التوجه الريادي التالية:

- بعد الابتكار: هو اعتماد الأفكار المبتكرة للوصول لمنتجات أو أفكار جديدة.
- بعد المخاطرة: هي المجازفة وتحدي الصعاب والمخاطر لتحقيق لأهداف.
- البعد الاستباقي: تتمثل في الرؤية المستقبلية (الرؤية الإستراتيجية) وبذل جهود وتحرك سريع لتحقيق السبق.

3. المحور الثاني: المفاهيم المرتبطة بالمنظمات الذكية:

لقد ميز الله تعالى الإنسان على باقي المخلوقات بالعقل فمنحه ملكة التفكير ليفرض سيطرته في بيئته المليئة بالتنافس والصراعات، وليسائر المغيرات التي تفرض عليه وجب استخدام أقصى القدرات العقلية التي تميز بها والتي توصف بالذكاء، هذه الصفة التي تفرد بها البشر أصبحت حالياً تطلق على مستوى معين من أداء منظمات الأعمال وهو ما يعرف المنظمات الذكية ولتعرف على مفهوم المنظمات الذكية نستوضح أولاً مفهوم الذكاء:

1.3. تعاريف الذكاء:

يصف (De Spiegeleire, Maas, & Sweijs, 2017, p. 26) الذكاء بأنه كلمة لاتينية أشتقت من جزئين الجزء الأول inter وتعني "بين" وكلمة legere و"تعني والانتقاء" وتضم مجموع أنشطة التعلم والتركيب والاختيار وتشكيل الإنطباع التي تقود المرء إلى الفهم والإدراك والمعرفة في النهاية.

ويعرف (الطوخي، 2021) الذكاء البشري على أنه امتلاك سرعة بديهية والقدرة والموهبة على صياغة واكتشاف حلول للقضايا مختلفة، فضلاً عن القدرة على الاستفادة من المعرفة والخبرة السابقة لاستنباط رؤى جديدة وإيجاد حلول في البيئة المناسبة، كما أضاف (شكشك، 2007، p. 27).

لقد إختلف المهتمين والمفكرين حول مفهوم الذكاء البشري فالبعض منهم يعتبره القدرة على إيجاد الحلول لمشاكل معينة وكسب المفاهيم وتقديم الأفكار والقدرة على التعرف بسرعة وبدقة على ما هو مطلوب وتقديم الاستجابة وفقاً لذلك. ويكون مستوى الذكاء مرتفعاً كلما كان الإدراك سريعاً، ورد الفعل مناسباً، وفي أقرب وقت ممكن.

من خلال ما سبق يمكن وصف الذكاء انه يعبر على مستوى عالي من الإدراك ناتج من المعرفة والخبرة السابقة يؤهل صاحبه لإتخاذ القرار المناسب وإيجاد الحلول بأسرع الطرق وأفضلها.

2.3. مفهوم المنظمة الذكية:

ظهر مفهوم المنظمة الذكية في أواخر القرن الماضي واقتصر مفهومه بالقرارات المتخذة في البحث والتطوير، ليتوسع في ما بعد ليشمل نشاطات المنظمة ككل، ومع التطور التقني وتدخل التكنولوجيا في جميع وظائف منظمات الأعمال تطور المصطلح ليشمل استعمال التكنولوجيا في منظمات الأعمال.

حيث عرف (El Talla, Abu Naser, Abu Amuna, & Al Shobaki, 2017) المنظمات الذكية هي ناتج عمليات مستمرة يتم فيها تطبيق التكنولوجيا ونماذج الخدمات الجديدة، لمقابلة التحديات التي تحصل أثناء تطوير أداء الأعمال، وتتكامل خلالها إدارة المعرفة مع باقي الأدوات الإدارية الأخرى.

وبين (الطائي، الصائغ، & هادي، 2013، p. 133) أن المنظمات الذكية هي "خليط من ذكاء الأفراد واستخدام التكنولوجيا الحديثة"، وقد حدد (Filos, 2006, p. 4) مصطلح المنظمات الذكية حسب برنامج البحث التابع للمفوضية الأوروبية هي منظمات تتبنى التعلم والمعرفة وتنشط عبر الانترنت وتتطور ديناميكيا مع المستجدات التنظيمية ولها القدرة على إيجاد واستغلال الفرص الرقمية المتاحة.

في حين أن (CĂLIN, Pârgaru, & NEACȘU, 2015, p. 41) قدم شرحاً أكثر وضوحاً لمفهوم المنظمة الذكية حيث وصفها بالمنظمة التي تمتلك القدرة على التكيف الفوري في بيئتها مع واقعها الاقتصادي والاجتماعي من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير عملياتها الداخلية ما يمكنها من إكتساب نماذج أعمال مبتكرة وتحسين قدراتها التنافسية باستمرار.

كما وضع (الهبارنة، 2022، p. 329) أن المنظمات الذكية تتكون من ثلاث مكونات رئيسية هي رأس المال الفكري وتكنولوجيا المعلومات والقيم وقد وضعها على شكل المعادلة الرياضية التالية: المنظمة الذكية = رأس المال الفكري + تكنولوجيا المعلومات + القيم.

مما سبق يمكن أن نعرف المنظمات الذكية أنها المنظمات التي تركز على التعلم والمعرفة وتوظف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين عملياتها الداخلية ولتكيف مع بيئتها الخارجية في استغلال الفرص وكسر التحديات لتعزيز قدراتها التنافسية.

3.3. أبعاد المنظمة الذكية:

حدد (wali & neewar abdallah, 2020, pp. 823-824) أبعاد المنظمات الذكية في ثلاث عناصر، أولاً الرؤية الإستراتيجية وتعبر عن الحالة المرغوبة التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها في المستقبل، ثانياً نشر المعرفة وتعني توفير المعرفة ونشرها بين العاملين باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، ثالثاً ضغط الأداء وهو توجه تسلكه قيادة المنظمة لتشجيع أفرادها لإبراز إبداعاتهم لتحقيق أفضل أداء من خلال التعاون الملزم والعمل المشترك.

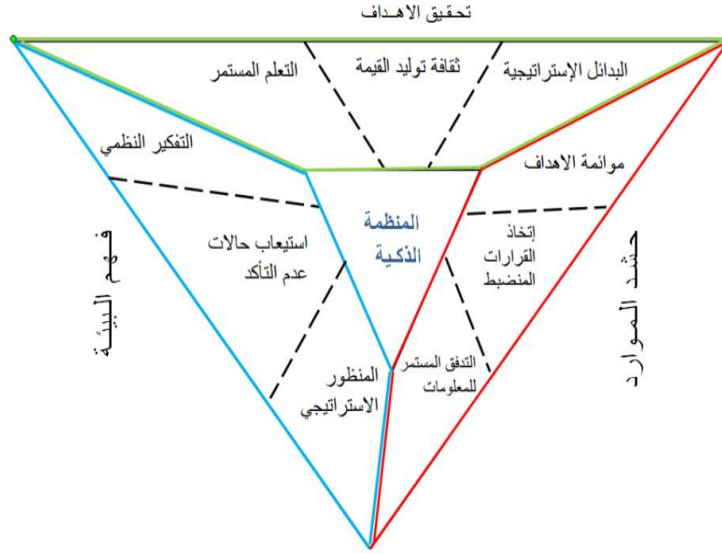
وقد وضع (الزيادي، احمد، & المشكور، 2021، pp. 76-77) سبعة أبعاد للمنظمة الذكية هي الرؤية الإستراتيجية و المصير المشترك، والرغبة في التغيير، والقلب، والانتظام والتوافق، وتطوير المعرفة، وضغط الأداء.

كما يرى (الطائي 2013، pp. 138-137) أن أبعاد المنظمات الذكية تتمثل في الرؤية الإستراتيجية، والمصير المشترك والالتزام الجماعي، وضغط الأداء، وتطوير المعرفة، والرغبة في التغيير، والانتظام والتوافق.

وقد وضع (CĂLIN et al., 2015, p. 42) ثلاث أبعاد رئيسية للمنظمات الذكية وهي الهدف الاستراتيجي وفهم البيئة والتكيف وملائمتها والاستغلال الأمثل للموارد المتاحة .

في حين ذكر (Eneizat & Al-Kasasbeh, 2021, p. 33) أن أشهر من حدد أبعاد المنظمات الذكية هم Matheson & Matheson حيث قدمو نموذج يتكون من ثلاث أبعاد رئيسية تتمثل في إنجاز الأهداف وحشد الموارد وفهم البيئة وتندرج تحت هذه الأبعاد تسعة مبادئ مبينة في الشكل التالي:

الشكل 01 يوضح ابعاد المنظمات الذكية حسب نموذج Matheson & Matheson



المصدر: (Eneizat & Al-Kasasbeh, 2021, p. 34)

يوضح الشكل 01 ابعاد المنظمات الذكية حسب نموذج Matheson & Matheson وقدم ثلاث ابعاد رئيسية هي: حشد الموارد (موائمة الأهداف، إتخاذ القرارات، التدفق المستمر للمعلومات) وبعد فهم البيئة (التفكير النظامي، إستيعاب حالات عدم التأكد، المنظور الاستراتيجي) وبعد تحقيق الأهداف (البدائل الاستراتيجية، ثقافة توليد القيمة، التعلم المستمر)، بغرض التعرف على اكثر ابعاد المنظمات الذكية تأثيرا قمنا بتجميع الأبعاد المعتمدة من طرف الباحثين في الدراسات المذكورة في الجدول 02 قصد التعرف على قيم نسب الاتفاق بين الباحثين حول أبعاد المنظمات الذكية.

الجدول 02: قيم نسب الاتفاق بين الباحثين حول ابعاد المنظمات الذكية

الأبعاد		المصدر									
الالتزام الجماعي أو القلب	المصير المشترك	التدفق المستمر للمعلومات	إتخاذ القرارات المنضبط	موائمة الأهداف	ضغط الأداء (توليد الابتكار)	البدائل الاستراتيجية	نشر وتطوير المعرفة (التعلم المستمر)	الانتظام والتوافق (التفكير النظامي)	المخاطرة في الرغبة التغيير (استيعاب عدم التأكد)	الرؤية الاستراتيجية	المصدر
											Eneizat & Al-Kasasbeh, 2021
											wali & newar abdallah, 2020
✓	✓				✓		✓	✓	✓	✓	الزيادي, احمد, المشكور, 2021
✓	✓				✓		✓	✓	✓	✓	الطائي, et al., 2013, p. 138
		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	CĂLIN et al., 2015
%40	%40	%40	%40	%40	%80	%40	%80	%100	%100	%100	القيمة النسبية

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول ان ابعاد المنظمات الذكية التي اخذت اعلى قيم إتفاق بين الباحثين هي بعد الرؤية الاستراتيجية أخذت نسبة إتفاق 100% وبعدها إستيعاب عدم التأكيد (المخاطرة) كان بنسبة إتفاق 100% وكذلك بعد الانتظام والتوافق (التفكير النظمي) أخذت نسبة إتفاق 100% وبعدها نشر وتطوير المعرفة حصدها بنسبة إتفاق 80% وأخيرا بعد ضغط الأداء (توليد القيمة) حصدها بنسبة إتفاق 80%.

- البعد الأول الرؤية الاستراتيجية: وهي تعبر عن الحالة المستقبلية التي تسابق المؤسسة لتحقيقها.
- البعد الثاني المخاطرة والرغبة في التغيير: تحمل المخاطر وإستيعاب حالات عدم اليقين .
- البعد الثالث نشر وتطوير المعرفة (التعلم المستمر): وتعني توفير المعرفة ونشرها بين العاملين.
- البعد الرابع الانتظام والتوافق (التفكير النظمي): الرؤية المشتركة للعاملين لتوحيد الجهود لتلاشي التعارض.
- البعد الخامس ضغط الأداء (توليد القيمة): ويتضمن البحث عن الفرص وتشجيع الابتكار.

4. المحور الثالث: مساهمة التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية.:

تنتهج العديد من منظمات الأعمال التوجه الريادي من خلال قيامها بالبحث عن طرق وأفكار جديدة من أجل البقاء في بيئة تتميز بالمنافسة الشرسة، حيث يعد التوجه الريادي أحد الأبعاد الرئيسية لتبني ريادة الأعمال التي تساعد منظمات الأعمال على الصمود وتحقيق مركز تنافسي يضمن لها الاستمرارية والنجاح، من خلال تطرقنا لمفاهيم المرتبطة بالتوجه الريادي وتحديد أبعاده المتمثلة في بعد الأول الابتكار والبعد الثاني المخاطرة والبعد الثالث الأستباقي وكذلك التطرق لمفاهيم المرتبطة ابعاد المنظمات الذكية وتحديد ابعاده المتمثلة في بعد الاول الرؤية الاستراتيجية والبعد الثاني المخاطرة وكذلك البعد الثالث الانتظام والتوافق والبعد الرابع نشر وتطوير المعرفة وأخيرا البعد الخامس ضغط الأداء (توليد القيمة) نلاحظ ان :

- البعد الأول لتوجه الريادي وهو الابتكار متضمن ضمن مفهوم البعد الخامس ضغط الأداء للمنظمات الذكية الذي يعني البحث عن الفرص وتشجيع الابتكار.
- البعد الثاني لتوجه الريادي المخاطرة وهو بعد مشترك يتضمنه كل من التوجه الريادي والمنظمات الذكية الذي يعبر عن تحمل المخاطر وإستيعاب حالات عدم اليقين.
- البعد الثالث الأستباقي متضمن ضمن مفهوم البعد الاول الرؤية الاستراتيجية للمنظمات الذكية التي تعبر عن الحالة المستقبلية التي تسابق المؤسسة لتحقيقها.

لذا نستخلص أن أبعاد التوجه الريادي هي مكون أساسي في بناء المنظمات الذكية وهو ما تأكده نتائج الدراسات التالية التي بحثت في موضوع التوجه الريادي ومنظمات الأعمال:

خلصت دراسة (الخالدي، العنزي، & فرعون، 2015، p. 133) أن التوجه نحو تطبيق استراتيجية ريادة الأعمال في المنظمات الذكية يؤثر في تطويرها، حيث كلما زاد الاهتمام والتوجه نحو استراتيجية ريادة كلما ارتفعت القدرة على تطوير المنظمات الذكية.

كما بينت دراسة (الكرعاوي، 2015، p. 215) أن المنظمات التي تولي اهتماما كبيرا باستراتيجية ريادة الأعمال كونها أداة لنقل المعرفة والمهارات بين أفرادها فإنها تعزز من التوجه نحو المنظمات الذكية .

كما اكدت دراسة (بكري & صبيحي, 2022, p. 127) على وجود علاقة طردية بين تبني إستراتيجية ذات توجه ريادي والتوجه نحو المنظمات الذكية كما اكدت الدراسة على وجود اثر لممارسة الريادة الاستراتيجية في التوجه نحو المنظمات الذكية. وأظهرت دراسة (AL-Samman,2020,p.13) أن التوجه نحو إتباع إستراتيجيات ريادية سيساهم في بناء وتعزيز المنظمات الذكية وجعلها تحسن من أدائها بالشكل الذي يتوافق مع متطلبات بيئتها المتغيرة كما أكدت الدراسة على وجود أثر لاستراتيجيات الريادة في بناء المنظمات الذكية.

من خلال دراستنا وما اكدته الدراسات المذكورة نجيب على إشكالية الدراسة المطروحة: هل يساهم التوجه الريادي في التحول نحو المنظمات الذكية؟ نعم يساهم التوجه الريادي من خلال أبعاده الابتكار والمخاطرة والبعد الاستباق يفي التحول نحو المنظمات الذكية.

5. خاتمة:

إن تبني منظمات الأعمال لتوجه الريادي بأبعاده (الابداع، المخاطرة، الاستباقية، العدائية في المنافسة، الاستقلالية) من خلال إنتهاجها استراتيجية ريادية تعتمد على تشجيع ثقافة التفكير الإبداعي والابتكار والمبادرة و الاستثمار في البحث والتطوير لايجاد الحلول، مع توظيف التقنيات الجديدة والتكنولوجيا، والاستعداد لممارسة نشاطها في ظروف عدم اليقين وتحمل المخاطر مع وإدارتها بشكل فعال، وبإمتلاكها الاستقلالية في اتخاذ قراراتها وتبني ثقافة التعاون بين افرادها يمكنها من التكيف مع المتغيرات السريعة الحاصلة في بيئة الاعمال ويؤهلها لإحتلال السبق والتمتع بالإستباقية في توقع التغيرات المستمرة و الاستفادة من الفرص الناشئة لتحقيق التميز والتمكن من المنافسة بشراسة.

إن مفهوم التوجه الريادي ومايتضمنه من أبعاد تساهم في خلق القيمة من خلال المنتجات أو الخدمات المبتكرة يمثل الدافع والموجه الحقيقي لمنظمات الاعمال لتتصف بالمنظمات الذكية من خلال الاستفادة من الأساليب المبتكرة لإدارة المعرفة وتخصيص الموارد وتعزيز عملياتها الداخلية بإستخدام التقنيات المتقدمة والتكنولوجيا ولتتمكن من تحسين عمليات صنع القرار والأداء عموماً، وهو ما يفسر أهمية دور التوجه الريادي في تحقيق التحول نحو المنظمات الذكية.

التوصيات:

- ضرورة تبني خطط استراتيجية ريادية تعمل على التحول نحو المنظمات الذكية؛
- نشر ثقافة ريادة الأعمال وخلق بيئة عمل داخلية تشجع الابتكار وتبادل المعرفة؛
- ضرورة مواكبة التحول نحو المنظمات الذكية كضرورة تفرضها المنافسة وبيئة الاعمال؛
- تعزيز إستخدام الأنظمة الذكية (التكنولوجيا و التقنيات الجديدة) في جميع اعمال المؤسسة؛
- التوعية بضرورة تبني التوجه الريادي ودوره في نجاح منظمات الاعمال في التحول نحو المنظمات الذكية.

6. قائمة المراجع :

1. AL-Samman, T. A. S. (2020). Entrepreneurial strategies and their role in building smart organizations an analytical study in a sample of Mosul University Colleges. Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences, 16(49 part 2 .(
2. CĂLIN, I.-E., Pârgaru, I., & NEACȘU, M. (2015). The Role of Smart Organizations in Socio-Economic Environment. Valahian Journal of Economic Studies, 6(4 .(
3. De Spiegeleire, S., Maas, M., & Sweijjs, T. (2017). Front Matter. Retrieved from <http://www.jstor.com/stable/resrep12564.7>
4. El Talla, S. A., Abu Naser, S. S., Abu Amuna, Y. M., & Al Shobaki, M. J. (2017). (Technical Colleges As Smart Organizations and Their Relationship to Sustainability). Palestine Technical College-Deir Al Balah Journal, Gaza, Palestine .
5. Eneizat, M. A& „Al-Kasasbeh, M. M. (2021). Digital Entrepreneurship Perspective of Smart Organization and Technological Innovation: A Conceptual Model. Journal of Management and Sustainability, 11(2). doi:10.5539/jms.v11n2p32
6. Filos, E. (2006). Smart Organizations inthe Digital Age. In Integration of ICT in Smart Organizations (pp. 1-38.(
7. Huang, S., Huang, Q., & Soetanto, D. (2022). Entrepreneurial orientation dimensions and the performance of high-tech and low-tech firms: A configurational approach. European Management Journal. doi:<https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.03.002>
8. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of management Review, 21(1), 135-172 .
9. wali, a. i., & neewar abdallah, s. e. (2020). The Role of Some Dimensions of the Smart Organization in Enhancing Talent Management Processes An Analytical Study of the The Sample Views of Some Administrative Leaders at Private Hospital in The Erbil City. Qalaai Zanist Scientific Journal, 5(1). doi:10.25212/lfu.qzj.5.1.26
10. الخالدي, ع. ك., العنزي, س. ع., & فرعون, م. ث. (2015). صياغة استراتيجيه زياده الاعمال لتطوير نموذج المنظمات الذكيه مجله الغري للعلوم الاقتصايه والاداريه المجلد العاشر (العدد 33), 20.
11. الزياي, ص. ح., ش., احمد, ش. ا. ح., & المشكور, ع. ع. (2021). تأثير ابعاد المنظمات الذكيه في تحسين جودة الخدمة المصريه. مجلة العلوم الإحصائية, 13, 65-92.
12. الطائي, ي. ح., الصائغ, م. ج., & هادي, ق. ع. (2013). صياغة الإستراتيجية المستدامة للشركة في بناء المنظمات الذكيه (دراسة استطلاعية لأراء عينه من المدراء في شركة زين العراق للاتصالات). Al-Ghary Journal of Economic and Management Sciences, 9(26).
13. الطوخي, م. ا. (2021). دور القيادة الإدارية في فاعلية الموارد البشرية. مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربويه, 30(30), 629-674.
14. الكرعوي, م. ث. ف. (2015). إستراتيجية ريادية الأعمال لتبني إنموذج المنظمات الذكيه من خلال بناء قدرات الموارد البشرية (اطروحة دكتوراه). جامعة كربلاء العراق, Retrieved from <https://uokerbala.edu.iq/archives/research-paper>
15. المختار, ج. ع. ا. م. (2018). أبعاد التوجه الريادي في بناء راس المال البشري. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية, 1(41) (part 1).

16. المناصرة، إ.ع. (2008). أبعاد التوجه الريادي للمديرين وأثرها على فاعلية القرارات الاستراتيجية في الشركات المساهمة العامة الأردنية. (درجة دكتوراة). جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
17. الهيارنة، س.ك. (2022). أثر إدارة المعرفة في المنظمات الذكية. *Global Journal of Economics and Business*, 12(3), 323-338. doi:10.31559/gjeb2022.12.3.3
18. بكري، & صبحي، إ. (2022). دور ممارسة الريادة الاستراتيجية في التحول نحو المنظمات الذكية" دراسة ميدانية على شركات تكنولوجيا المعلومات الفلسطينية. جامعة الأقصى غزة
19. بلوم، س.، & شاهد، ع. أ. (2023). أثر ريادة الأعمال على الصادرات الجزائرية دراسة قياسية للفترة 2001-2020. *مجلة إقتصاد المال والأعمال*, 8(1), 852-835. Retrieved from <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/218563>
20. سعدي، أ. خ.، & الخفاجي، ن. ع. (2012). اثر التوجه الريادي على المصارف الاردنية. *دورية الادارة العامة*, 54, 105-137.
21. شكشك، أ. (2007). الذكاء أنواعه و إختباراته (Vol. 1): كتابنا لنشر.

مفهوم ريادة الأعمال ودورها في تطوير أداء المنظمات

The concept of entrepreneurship and its role in improving organizational performance

ايططاحين غانية¹، مولاي علي زهرة²

¹ جامعة البليدة-2- (الجزائر)

² جامعة البليدة-2- (الجزائر)

ملخص: لقد أصبح موضوع ريادة الأعمال موضوعا هاما في دراسات التنظيمية المؤسسية حديثا، لما له من أهمية بالغة ودور ايجابي في تحقيق المؤسسة لأهدافها وإبراز نفسها داخل سوق العمل، وتحقيق التنافسية بين مختلف المؤسسات والشركات مهما كان مجال عملها (إنتاجيا أو خدماتيا)، والتي من خلاله يتم طرح المواهب والمهارات والمعرفة والخبرات والعلاقات والماكينات التي تجسدها والممكن استخدامها لخلق الثروة والتعليم المتراكم في العنصر البشري التي يمكن تحويلها إلى قيمة، والمدير المحترف أو المجازف المتحمل للمخاطرة من ذوي المعرفة والخبرة هو المصدر الرئيسي لريادة الأعمال وهنا يزداد الاهتمام بتطوير نظم وتقنيات إدارة الموارد البشرية والهيكل التنظيمية من اجل التعامل الايجابي وتطوير أداء العمل مهما كان نوعه، وباعتبار ريادة الأعمال عملية هندسة إنشاء مؤسسة تبحث في استثمار الفرص والموارد البشرية والهيكل التنظيمية والتقنيات والوسائل والخطط، وأيضا تتميز بالإبداع والابتكار والبحث عن الفرص والمواهب وتنظيم العمل وتحمل المخاطرة وتقديم منتج أو خدمة مختلفة ومبتكرة وجديدة بالاعتماد على المبادرة الفردية لرائد العمل ورغبته في تجسيد أفكاره على ارض الواقع من خلال استخدام المعرفة في أعمال التخطيط الاستراتيجي واتخاذ القرارات ومتابعة الأداء وتطويره وتحقيق أهداف المنظمة، وفي ورقة بحثنا هذه محاولة منا للتعريف بموضوع ريادة الأعمال ودوره في تطوير الأداء داخل المنظمات.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ أداء المنظمات.

Abstract: Entrepreneurship has recently become an important topic in organizational studies due to its significant importance and positive role in achieving the organization's goals, highlighting itself in the job market, and achieving competitiveness among different institutions and companies regardless of their field of work (whether in production or services). Through entrepreneurship, talents, skills, knowledge, experience, relationships, and machines can be utilized to create wealth and accumulate education in the human element, which can be converted into value. The professional or risk-taking manager with knowledge and experience is the main source of entrepreneurship. Therefore, there is an increasing interest in developing human resource management systems and organizational structures to deal positively and develop the performance of work, whatever its nature. Considering entrepreneurship as an engineering or establishment process that seeks to invest in opportunities, human resources, organizational structures, technologies, means, and plans, it is characterized by creativity, innovation, seeking opportunities and talents, organizing work, taking risks, and providing a different, innovative, and new product or service based on the individual initiative of the entrepreneur and his desire to embody his ideas in reality by using knowledge in strategic planning, decision-making, performance monitoring, development, and achieving the organization's goals. In this research paper, we attempt to define the topic of entrepreneurship and its role in developing performance within organizations.

Keywords: leading businesses; Performance of organizations.

تعد ظاهرة ريادة الأعمال أحد أهم مؤشرات الوعي المجتمعي والرشد في سياسات وخطط وبرامج التنمية في المجتمع حيث تنظر المجتمعات المتقدمة إلى رواد العمال على أنهم نماذج قيادية.

ومن الظواهر السادة في الآونة الأخيرة الربط الواضح بين خطط وبرامج التنمية وسياسات الدولة بشن المشاريع المتوسطة والصغيرة وربط ذلك بثقافة ريادة الأعمال واتجاهات الشباب للعمل الحر في إطار إنشاء مؤسسات مصغرة ومشاريع استثمارية مما ساهم في الارتباط وثيق بين ريادة الأعمال والتنمية من خلال مساهمة ريادة الأعمال في تطوير المنشآت وتحسين أدائها وخلق فرص وممارسات ريادية في مجال الإنشاء والاستثمار.

2. مفهوم ريادة الأعمال:

يرتبط مفهوم ريادة الأعمال دائماً بابتكار أفكاراً جديدة لتقديم خدمات ومنتجات متميزة أو أسلوب إنتاج جديد أكثر كفاءة وهي تركز على عنصر المخاطرة من خلا تطوير منتج قديد او تقديم منتج وخدمة جديدة، فالمخاطرة تتضمن إمكانية عدم قبول المستهلكين للمنتج أو الخدمة بشكل الجدي.

تعريف الأستاذ عبد الله الأعوج "فكرة إبداعية تتبلور بعمل ناجح يتسم بالمخاطرة وفق حطة مدروسة مسبقاً لتحقيق نتائج ايجابية ذات منفعة مشتركة"

تعريف الشميمري "عملية إنشاء عمل جديد يتسم بالابتداع وينصف بالمخاطرة". (الشميمري والمبريك، 2011).

وريادة الأعمال كلمة فرنسية الأصل تعني الشخص الذي يشجع في إنشاء عمل تجاري وفق أفكار خلاقة مبدعة وطرق مبتكرة نرتكز على المخاطرة ورأس المال وجرئ، فالريادي هو "شخص لديه الإرادة و القدرة على تحويل فكرية جديدة إلى ابتكار ناجح اعتماداً على قوى الريادة في الأسواق والصناعات المختلفة للحصول على منتجات ونماذج عمل جديدة تسهم في التطور الصناعي والنمو الاقتصادي على المدى الطويل (الشميمري المبريك، 2011، ص 25).

وتعتمد ريادة الأعمال على نشاطات وخبرات الريادي وقدرته على توجيهه من حوله فهي عبارة عن عملية ديناميكية تشمل قيام رائد الأعمال بتحفيز وتنشيط واستثارة العاملين لكي يتعرف وعلى كيفية تحقيق أمالهم وأهدافهم من خلال أفكار خلاقة تسهم في الرقي بطرق وأساليب العمل لكي لا تحدث أثراً أكثر سواء في الربح أو في جودة المنتجات والخدمات ومدى قدرتها على المنافسة (marriott and lowe.2007).

وريادة الأعمال هي عبارة عن تحدي لقدرة رائد الأعمال على قيادة التغيير في ظل ظروف عدم التأكد: فهي عملية ديناميكية تستوجب تمتع رائد الأعمال بمهارات ومعارف وخبرات وإمكانيات تساعد على قيئدة وإدارة المنظمات وتوجيهها بما يخدم مصالحها من خلال استخدام الأفكار المبدعة والمخاطرة المحسوبة ورأس المال لجرئ في استغلال الفرص وتلافي التهديدات في بيئة عمل محاطة بالمخاطر والتحديات (sood .arora.2007)، والريادة تحتاج إلى قدرة إدارة المشروعات وتنظيمها، فبدونها لا يتمكن من تنظيم وإدارة الأعمال ذات الصلة بها(النجار والعلي، 2010).

وريادة الأعمال لا تقتصر على التطوير والتحديث واستخدام الأفكار المبدعة في تقديم منتج أو خدمة متميزة غير مسبوقه باستخدام مبادئ اقتصادية بحتة كترشيد استهلاك الموارد وزيادة الإنتاج، ولكن تمتد لتشمل تحقيق الكفاءة الاقتصادية لذلك فهي عملية تتضمن إنشاء مشروع عمل جديد يقدم فعالية قيمة اقتصادية مضافة من خلال إدارة الموارد بكفاءة وأهلية متميزة لتقديم شيء جديد أو ابتكار نشاط اقتصادي وأداري جديد (الشميمري والمبريك، 2011).

وريادة الأعمال من جهة أخرى تشمل مجموعة من المجالات والتخصصات تتضمن إنشاء وتمويل المشروعات الجديدة والصغيرة والمتوسطة والحررة والخاصة والعائلية، والمشروعات التقنية الفائقة، وتطوير المنتجات الجديدة، وتطوير المشروعات متناهية الصغر، والتنمية الاقتصادية والأعمال النسائية، والأعمال والأقليات. (زيدان، 2007).

وقد جمعت التعريفات الحديثة بين التعريفات السابقة، حيث عرف الاتحاد الأوروبي ريادة الأعمال بأنها الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما عن طريق مزيج من المخاطرة والإبداع والابتكار والفاعلية وذلك ضمن مؤسسة أو شركة جديدة او قائمة (Avanzini/2009).

وعرف آخر ريادة الأعمال بأنها عملية إنتاجية متطورة تعتمد على المجازفة والتقنية والإبداع والابتكار بأنها عملية بموجها يأخذ شخص أو عدة أشخاص من رواد الأعمال على عاتقهم مجازفة اقتصادية من اجل تكوين منشأة جديدة أو إبداع مستحدث لتوليد منتج ذو قيمة للآخرين ولنفسه (Schramm.2006).

3. أهمية ريادة الأعمال:

تكمن أهمية ريادة الأعمال في أنها وسيلة لتصحيح مسار المشروعات الصغيرة والمتوسطة، فغالبية هذه المشروعات لا تقوى على الصمود والمنافسة إذ لم تكن هناك إدارة خبيرة تستغل الفرص وتتحاشى التهديدات تبحث عن الفرص للتوسع والانتشار بطرق مبتكرة وجديدة ومنتجات غير تقليدية لتحقيق ربح، يمكن هذه المشروعات من مواجهة النفقات ومواكبة التوسع والانتشار والقدرة على المنافسة.

ولذلك تعتبر ريادة الأعمال من البنود المهمة في اقتصاديات الدول الصناعية المتقدمة والأمل الواعد في الدول النامية حيث تسهم المشروعات الريادية مساهمة فاعلة في تطور التنمية الاقتصادية الشاملة، كما تعد نواة بناء المنشأة الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، حيث يؤمن مشروع الريادي الدخل لكاف للريادي وعائلته، بالإضافة إلى دوره في استحداث وظائف جديدة والحد من البطالة في المجتمع، فلا عن ظهور انماط جديدة من السلع والخدمات تسهم في نمو وفتح أسواق جديدة تسهم في التقليل الفجوة بين اقتصاديات الدول (النجار والعلي، 2010).

كما لا يقتصر هدف ريادة الأعمال على تطوير وتحسين المنتجات أو الخدمات القديمة، أو الابتكار واستحداث المنتجات أو الخدمات القديمة بل يمتد ليشمل تحقيق وفورات اقتصادية تساهم في نمو المشروعات وتمنحها الميزة التنافسية والصمود في وجه التحديات والمعوقات، من خلال سعيها لتكوين أصول دائمة يتجاوز مدتها الأجل البسيطة إلى بناء الثروة الكبيرة في فترة قصيرة لا تتجاوز سنوات قليلة، فالثروة الريادية يبنها رائد الأعمال خلال زمن قياسي في حياته العملية من خلال المخاطرة العالية كئمن يتوقع لرائد الأعمال ان يدفعه مقابل تحقيق الثروة فزيادة الأعمال مجازفة ولكن فرص الربح محسوبة فيها اكبر بكثير من فرص الخسارة لاعتمادها على الابتكار والإبداع وتحويل الأفكار الإبداعية الى منتجات وخدمات مربحة، فالإبداع والابتكار يحققان لريادة الأعمال الميزة التنافسية المستدامة التي تجلب الثروة في الوقت نفسه تضيف أهمية نسبية على المشروع الريادي نتيجة الخدمات والمنتجات الجديدة والخدمات والمنتجات الجديدة غير المتوفرة في مكان آخر (الشميمري والمبريك، 2011).

كما تسهم ريادة الأعمال في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال زيادة الناتج القومي الإجمالي ونصيب الفرد من الدخل القومي، فضلا عن إحداث تغييرات في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية للدول، وعادة ما يصاحب هذا التغيير في الإنتاج مما يوفر قدر أكبر من الثروة يتم اقتسامها بين المشاركين في العملية الريادية، وهذا يستدعي أوفر قدر من الابتكار والإبداع كأحد مرتكزات الريادة في تحقيق التميز (زيدان، 2007)

4. عوامل تنمية مفهوم العمل الحر (ريادة الأعمال):

- أولاً: الثقافة والقيم الاجتماعية:

وهي من أهم العوامل التي تساعد على تنمية الخصائص والمهارات الإبداعية، حيث أن هناك بيئة اجتماعية تشجع وتدفع إلى ثقافة العمل الحر وبالتالي فهي تحقق الاستقلالية الاقتصادية من ثم بناء اقتصاد قوي.

- ثانياً: إمكانيات البيئة:

المقصود بيئة الاستثمار الإطار الشرعي والمؤسسي والمناخ الاقتصادي والاجتماعي المحيط بمجتمع عمل المنشآت الصغيرة، ويمكن أن تتحقق بيئة الاستثمار ملائمة من خلال العديد من العوامل والتي منها:

- التعليم؛
- مؤسسات ومنظمات القطاع العام المحلية؛
- النظام القانوني؛
- البنية التحتية ونظام المعلومات.

- ثالثاً: خلق الفرص:

بالرغم من أهمية العوامل الخارجية في دعم وتشجيع مفهوم العمل الحر في المجتمع إلا أن نجاح ذلك يعتمد على مفهوم خلق الفرصة والتي يشمل: رائد الأعمال أو الشخص المالك للمورد والفرص، حيث أن هذه العوامل مجتمعة تسمى: مثلث العمل الحر (حبوبكر، 2019).

5. خصائص رائد الأعمال الفعال:

يحتاج رائد الأعمال الناجح إلى مجموعة من السمات والخصائص التي تميزه عن الآخرين والتي تجعله قادراً على الاجتهاد والعزم في تنفيذ مشروعه الريادي الخاص به، والصبر عليه حتى يؤدي ثماره، وأهم خصائص رائد الأعمال الفعال هي:

- الرغبة في النجاح: هي الهدف الاسمي للرياديين الذين يملكون درجات أكبر من الحماس والدوافع والرغبة في النجاح والتغلب على معوقات مقارنة بالأشخاص العاديين

- الثقة بالنفس:

تساعد الثقة بالنفس الريادي على النجاح في عمله من خلال القدرة على حل المشكلات، وعدم الخوف من الأخطاء، على تصحيح الأخطاء والانحرافات وعدم تكرارها والإبداع والتطوير وإضافة قيم جديدة للمجتمع.

- الدافعية:

يملك تلك الرياديين دافعية وحافز نحو العمل اعلي من الآخرين، حتى أن هذا الاندفاع يأخذ شكل التحدي والعناد لممارسة الأعمال الصعبة والشاقة والمرهقة دون كلل او ملل، كما أن لديهم استعداد للعمل لساعات طويلة، وفي الغالب يداومون طيلة أيام الأسبوع، ويعملون حتى أثناء فترات مرضهم، حيث يرون ان العمل يساعد على سرعة شفائهم.

- الالتزام والانضباط:

يتعلم الرياديون من أخطائهم ويلتزمون بأهدافهم ولا يتخلون عن تخطيط أنشطتهم المختلفة، فنجاح الأعمال عندهم يعتمد على مدى التزامهم ومثابرتهم في العمل.

- المنهجية والتنظيم:

يتميز الرياديون وأصحاب الأعمال يقدرهم على ترتيب وتنظيم اوقاتهم بشكل جيد، فهم يرون الصورة بحجمها الكبير، وفي الوقت نفسه يعرفون جميع التفاصيل الدقيقة، فهم أصحاب منهجية وتنظيم مستمر لمواجهة الصعوبات والمشكلات في العمل.

- الاستعداد والميل نحو المخاطرة:

يجب ان يتمتع رائد الأعمال الناجح بالشجاعة والمخاطرة المحسوبة التي لا تتحول إلى مقامرة، حيث تقوم المخاطرة المحسوبة على العمل الدؤوب والمتواصل وانتهاز الفرص واجتياز التهديدات بخلاف المقامرة التي تعتمد على النصيب والمصادفة، وقد وجد ان الريادي غالبا ما يكون مقداما، وذو قدرة عالية على حساب المخاطر المتوقع حدوثها والمواجهة النفسية والاقتصادية، واتخاذ القرار المناسب للتغلب على تلك المخاطر (النجار والعلي، 2010).

- القدرة على المنافسة:

يتملك الناجح القدرة على المنافسة من خلال معرفة أين ومتى وكيف يبدأ مشروعه وبماذا يبدأه بالإضافة إلى إتقان العمل بطريقة مبتكرة في ضوء قدرته على تحمل كل تداعيات كل جديد وثقته بنفسه وطموحه وقدرته على الإبداع والابتكار، حيث تساعده هذه السمات على المنافسة وقبول التحديات والتغلب على الصعوبات.

- تحمل المسؤولية:

يميل الرياديون إلى الاستقلالية في أعمالهم، ولذلك ينجزون ويديرون أعمالهم بطريقة متميزة وبروح مسؤولية عالية، وتأتي المسؤولية من الروح القيادية التي يتمتعون بها وبقدراتهم على مواجهة المشكلات والتصدي لها لا الهروب منها.

- البحث عن الفرص الجديدة: والبديلة:

يتميز الريادي بالقدرة على البحث عن الفرص الجديدة والبديلة لمواجهة المشكلات والخروج من الأزمات، فهو لا يستسلم للمعوقات، ولا ينتظر حدوث المعجزات، حيث يبحث باستمرار عن الفرص الجديدة لتحسين العمل أو تسويق منتجاته أو تطويرها بطريقة ذكية ومبتكرة، ويعتمد على مصادر متعددة للحصول على أفكار جديدة.

- تعدد الجوانب:

نظرا لتعدد صفات الريادي سعة ثقافته، فان سلوكه وتصرفاته الاقتصادية تعكس قدرته على إيجاد بدائل متعددة لحل مشكلة واحدة والوصول لهدفه من أقصر طريق، حيث يتقن استخدام البدائل ويجد عددا من المصادر المعرفة والتمويلية (احمد وبرهوم، 2010).

- المثابرة:

تعني قدرة الريادي على وضع الأهداف الواقعية القابلة للانجاز، وتوافر العزيمة والالتزام طويل الأجل بتنفيذها. القدرة على الإقناع: يمتلك الريادي القدرة على إقناع الآخرين، وحفزهم للتحرك في اتجاه محدد في جو من اللباقة والمودة والمرونة.

- التعامل مع الفشل ونحمل المخاطر:

يجيد الرياديون التعامل مع المواقف الفشل ويعتبرونها دروسا مستفادة وخبرات مكتسبة بغض النظر عن الخسائر، كما يسعون المخاطرة المحسوبة ويرون فيها فرص مواتية لتحقيق النجاح.

- القدرة على التفكير الابتكاري والمعرفة الفنية والعلمية:

يتميز الرياديون بقدرتهم على التفكير الابتكاري والتحليل الاستراتيجي للمواقف الحرجة التي يواجهونها، مما يمنحهم قدرة على استخدام الموارد الحرجية والاستفادة من خبرات الآخرين ومساعدتهم من اجل انجاز الأهداف المحددة بدقة وواقعية في ضوء تمتعهم بخبرات فنية تساعدهم على تحديد أوجه الخلل والقصور وفهم واستيعاب التقارير المالية والرقمنة والحساسية والدقة في التعامل مع النقود لوضع كل مبلغ مالي في محله بالإضافة إلى تمكنهم من المعرفة العلمية بفهم العمليات والمصطلحان الأساسية لإعمالهم (المبيريك، 2009).

6. ريادة الأعمال والأداء:

الأداء لا يعد انعكاسا لقدرات ودافعية كل موظف فقط، بل هو انعكاس الإدارة العمومية بذاتها لذا فان المنظمة تهتم بشكل كبير بأداء موظفيها على كل المستويات المختلفة، الأمر الذي يدفع بالمسؤولين لتكثيف الضغوطات على مرؤوسهم لتحسين مستويات الأداء، وقد أدى ذلك بهم إلى الشعور بضرورة تحسينه لأنه مفروض عليهم (محمد سعيد أنور سلطان، 2003)

غير أن الكثير منهم يعارضون تلك الضغوطات لعدم إدراكهم لتلك الأهمية والتي تكمن فيما يلي:

- يعتبر الأداء مقياس لقياس الموظف على أداء وظائف أخرى في المستقبل، وهذا يرتبط بوجود أنظمة موضوعية سليمة لقياس كفاءة أداء الموظفين، فالأداء الفردي يصبح أحد العوامل الأساسية التي يبني عليها الكثير من القرارات الإدارية، والتي تتعلق ببعض الأشياء العامة في حياة كل موظف مثل الترقية والنقل، لذلك فان من واجب كل موظف أن يوجه اهتمامه للأداء في العمل، وهذا ليس لشيء مفروض عليه، وإنما لارتباطه بمستقبله الوظيفي وتحسينه.

- إن موظفي الإدارة العمومية يجمعهم هدف واحد يسعون لتحقيقه والمرتبط بأدائهم هو الأجر فهم ملزمون بالاهتمام بالأداء بصورة جديدة. (شامي صليحة، 2010).

- للأداء أهمية كبيرة داخل أية منظمة تحاول تحقيق النجاح والتقدم باعتباره الناتج النهائي لمحصلة جميع الأنشطة التي يقوم بها الفرد أو المنظمة، فان كان هذا الناتج مرتفعا.

7. مكونات الأداء:

بما أن الأداء هو قيام الأداء هو قيام الفرد بالمهام والأنشطة، فيمكن قياس أدائه على أساس ثلاثة مكونات:

- المعرفة بمتطلبات العمل:

ويشمل المعارف العامة والمهارات الفنية والمهنية، البراعة، القدرة على التنظيم، تنفيذ العمل دون الوقوع في الأخطاء، وما يمتلكه الفرد من خبرات عن العمل.

- كمية الجهد المبذول:

تمثل كمية الجهد المبذول مقدار الطاقة العقلية والجسمانية والنفسية التي يبذلها الفرد أثناء أدائه لمهامه خلال فترة زمنية معينة، وينقسم هذا الجهد إلى ثلاثة أقسام الجهد النفسي، الجهد العضلي والجهد الذهني حنفي محمود سليمان، ص 28)

- نوعية الجهد:

هو مستوى الدقة والجودة ودرجة مطابقة الجهد المبذول لمواصفات نوعية معينة، ففي بعض أنواع العمل قد لا يهتم كثيرا بسرعة الأداء أو الكمية، بقدر ما يهتم بنوعية وجودة الجهد المبذول ودرجة الابتكار والإبداع في الأداء. (احمد صقر عاشور)

- نمط الانجاز:

هو الأسلوب أو الطريقة التي يبذل بها الجهد في العمل، أي الطريقة التي تؤدي بها أنشطة العمل وتفاعل الفرد مع وظيفته تحت عدة تأثيرات ووضعيات ووسائل.

- المثابرة والوقوف:

وتشمل الجدية والتفاني في قدرة الموظف على تحمل مسؤولية العمل وانجاز الأعمال في أوقاتها المحددة، ومدى حاجة الموظف للإرشاد والتوجيه من قبل المشرفين وتقييم الأداء.

8. أنواع الأداء:

إن تصنيف الأداء وتحديد أنواعه يطرح إشكالية في اختيار المعايير العلمية التي يمكن الاعتماد عليها لتحديد مختلف الأنواع التي تصنف حسب معايير مختلفة كالمعيار الشمولية، ومعيار الأجل ومعيار الطبيعة (عبد المليك مزهود، 1998)

❖ حسب معايير الشمولية:

حسب معايير الشمولية يقسم الأداء إلى الأداء الكلي والأداء الجزئي:

- الأداء الكلي:

وهو الذي يتجسد من خلال الانجازات التي ساهمت جميع العناصر والوظائف في تحقيقها، ولا يمكن نسب انجازها إلى أي عنصر دون مساهمة باقي العناصر، وفي إطار هذا النوع يمكن الحديث عن مدى وكيفيات بلوغ المؤسسة لأهدافها الشاملة كالاستمرارية، الأرباح، النمو.

- الأداء الجزئي:

وهو الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية للمؤسسة، وينقسم بدوره إلى عدة أنواع باختلاف المعيار المعتمد لتقييم عناصر المؤسسة، حيث يمكن أن ينقسم حسب الوظائف إلى أداء الوظيفة المالية، أداء وظيفة الأفراد، أداء وظيفة التموين والإنتاج والتسويق.

❖ حسب معيار الأجل:

وينقسم الأداء حسب هذا معيار إلى طويل، متوسط، وقصير الأجل، وهذا النوع من التصنيف يعتبر صعب التطبيق، ولا يمكن الاعتماد عليه بصفة دقيقة، وذلك لصعوبة الفصل بين الأجل وتحديد موعدها مسبقا إلا بصفة تقريبي.

❖ حسب معيار الطبيعة:

حسب هذا المعيار الذي يقسم الأهداف إلى اقتصادية، اجتماعية، وتقنية..الخ، فإنه يمكن من باب المقابلة المنطقية تصنيف الأداء إلى أداء اقتصادي، اجتماعي، تقني...الخ وفي إشارة إلى هذا التصنيف يقول احد الباحثين "لا يمكن للمنظمة أن تحسن صورتها بالاعتماد على الأداء الاقتصادي أو التكنولوجي فحسب، بل أن الأداء الاجتماعي له وزنه الثقيل على صورة المنظمة في محيطها.

❖ حسب معيار المصدر:

- الأداء الداخلي:

ينتج هذا النوع من الأداء من خلال مجموع الأداءات الجزئية والمتمثلة في الأداء البشري الأداء التقني، الأداء المالي.

(إسماعيل السيد، 1998)

- الأداء الخارجي:

هو الأداء الناتج عن مجموع التطورات والتغيرات الخارجية الناتجة عن المحيط ويتحقق هذا الأداء من خلال استجابة المؤسسة لهذه التطورات الخارجية والقدرة على سبقتها.

❖ حسب نوع النشاط:

- مجموعة النشاطات الروتينية: والتي تتميز بكونها:

● نشاطات متكررة؛ أنها تؤدي بحد أدنى من التفكير؛

● لها حلول جاهزة ومتفق عليها؛ يؤدنها اغلب الأفراد بنفس درجة النجاح.

- مجموعة النشاطات المتعلقة بحل المشاكل: تتمثل في الإجراءات التي يتخذها العامل لمواجهة المشاكل وحلها، وهذه الإجراءات تتطلب قدرة ومهارات عالية نسبياً، وتكون هذه المشاكل عادة لا تملك حلول جاهزة وتتميز بأنها غير متكررة، فهي تتطلب الخبرة المهنية والقدرة على الدراسة بالإضافة إلى أنها تحتاج إلى جهد كبير، إذن يمكننا القول أن كل أداء يختلف عند مواجهة المشاكل وكيفية حلها.

- مجموعة النشاطات الإبداعية: وهي نشاطات مرتبطة بمظاهر الابتكار والاختراع مثل: أنظمة وأساليب أكثر كفاءة في التسيير أو رسم إستراتيجية سليمة للعمل، وخصائص هذه النشاطات هي:

● تتطلب وقت وجهد كبير؛ مهارة عالية وخبرة كبيرة والتحكم في المعرفة؛

● لا يستطيع كل فرد انجاز هذه النشاطات بنجاح، وذلك لعدم توفر القدرة على الابتكار والإبداع (حنفي محمود سليمان).

إن الرجوع إلى أنواع الأداء يتوقف على معايير مختلفة، تختلف حسب طبيعة الأداء فمعيار الشمولية يشير إلى الأداء الكلي الذي يعبر على تكامل أداء كل الوظائف فيما بينها، وهناك الأداء الجزئي الذي يعبر عن أداء كل فرع لوظيفته، كما نجد معيار الأجل الذي يشير إلى الفترة الزمنية التي تستغرق لتأديته المهام، أما معيار الطبيعة فيشير إلى الأداءات التي تنعكس على الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والتقنية داخل المؤسسة.

وتجدر الإشارة انه لا يمكن أن تستغني أي مؤسسة على الأداء الاجتماعي لما له من أهمية، والذي يتبلور من تفاعل العلاقات بين العمال، وبالتالي يحقق تكاملاً مع الأداء من الناحية الاقتصادية والتقنية، وإذا رجعنا إلى واقع المؤسسة الجزائرية، فإن المعايير المشار إليها تتجسد حسب نشاطها وأهدافها على عكس معيار الطبيعة الذي يشمل الأداء الاجتماعي، وهذا الأخير يظهر بصفة تلقائية لوجود علاقات غير رسمية داخل المؤسسة التي تنعكس على الأداءات الأخرى.

9. مقاييس الأداء:

يربط بين تعريف الأداء وقياسه علاقة وثيقة، وذلك بان قياس ظاهرة ما يتوقف على مدى وضوحها من جهة وعلى مدى توفير المقاييس المناسبة من جهة أخرى، بالإضافة إلى أن قياس الأداء لا يعتبر هدفاً في حد ذاته، وإنما هو وسيلة يمكن من خلالها الحكم له أو عليه، إذ يجب الانطلاق من زاويتين مختلفتين ومرتبطينتين في أن واحد، بحيث تتمثل الأولى في قياس ما هو قائم أي الأداء الفعلي، وتعني الثانية بقياس ما يجب أن يكون أي الأداء النمطي، وهو الأداء المطلوب ولهذا الأداء مقاييس تتمثل في:

❖ مقاييس فعالية الأداء للأفراد: دراسة هذه المقاييس والاتجاهات يشير إلى جوانب القوة والضعف في أداء الموظفين، وإلى

التغيرات التي طرأت على مستويات الأداء في جوانب مختلفة.

- مكونات ومتطلبات الأداء: تتم دراسة مكونات الأداء بهدف التعرف على العمليات التي يحتويها الأداء وأية تغييرات تكون قد طرأت على مكوناته بفعل مكونات تغيير طرق وأساليب العمل أو إدخال الآلات والأجهزة الجديدة أو لأي سبب آخر، وفي هذه الدراسة يحدث أيضا التغيير في متطلبات الأعمال التي اتسم فيها أداء الموظفين بالانخفاض من واقع دراسة المقاييس الفعالة.

- دراسات العمل: تعني هذه الدراسة بتحليل العمل إلى مكوناته وأجزائه، ثم دراسة كل جزء وفقا لكمية الوقت المناسبة التي يتطلبها الأداء الجيد، كما أن الأمر يؤدي إلى إجراء بعض التعديلات في طريقة أداء العمل ذاتها حتى يمكن التخلص من الجزئيات والحركات الزائدة عن الحاجة. (حنفي محمود سليمان)

إجمالاً فإن دراسات العمل هي تطبيق مفهوم دراسة الحركة والزمن، ولكي تتم هذه الدراسة بنجاح وجب توفير عدة شروط:

- أن يكون الأفراد المدروسين من ذوي القدرات والمهارات المتوسطة؛
 - أن يكون عدد الأفراد المدروسين مناسب، فكلما قلت نسبة الأفراد صعب التأكد من صدق النتائج؛
 - أن تمتد الدراسة على فترات زمنية طويلة نسبياً حتى يمكن تلخيص النتائج؛ أن تتم دراسة تحت نفس ظروف العمل المادية؛
 - أن تعمل الإدارة على وضع أنظمة حوافز عادلة ترتبط بالأداء وتؤكد هذه الحقيقة للموظفين.
- الإحصاءات الداخلية: تختص بالدراسة الجانب الكمي تعرف بالدراسة الإحصائية الداخلية والتي يجب أن تراعي عند دراستها المقومات التالية:

- جمع البيانات عن فترات طويلة؛ تخلص البيانات من الشوائب المتعلقة بظروف العمل غير العادية؛
 - تحليل البيانات تحليلاً سلمياً باستخدام الأدوات الإحصائية المناسبة؛ تقييم النتائج تقييماً موضوعياً قبل استخدامها.
- الإحصاءات الخارجية: إذا لم تتوفر لدى الإدارة الإحصاءات الداخلية المطلوبة الحديثة أو عدم توفر أنظمة دقيقة تخص المعلومات المتعلقة بها، في هذه الحالة يمكن الاعتماد على بعض المؤشرات الإحصائية الخارجية والمتعلقة بالتنظيمات المماثلة بحيث انه حتى في حالة وجود وتوفير الإحصاءات الداخلية قد تلجأ الإدارة إلى مقارنتها بالإحصاءات الخارجية للمنظمات الأخرى الرائدة في مجال النشاط الاقتصادي المحدد، حتى تكون مقاييس الأداء أكثر جدية وفعالية.
10. ريادة الأعمال وتطوير الأداء:

إن الأداء من وجهة نظر الرياديين يعد احد الأهداف الرئيسية لدراسة ريادة الأعمال ونظراً لطبيعة الأداء المتعدد الإبعاد فهناك عدة مقاييس مثل المقاييس المالية والرضا عن الأداء الكلي، ودعم أصحاب المصالح بالإضافة إلى أن هناك العديد من الدراسات أشارت إلى مقاييس غير مالية لقياس ريادة الأعمال في الأداء، فمثلاً: إن الممارسات الإدارية المثالية والابتكار لا تنتج أداء مالي مباشراً يمكن قياسه إلا أنها على الرغم من ذلك تحدد معنى للمنظمة وتعطي قيمة لها، ومن مقاييس الغير مالية أيضاً القدرة على الاحتفاظ بالعاملين الموهوبين وجمع المعرفة واستخدامها، وخلق قيمة مضافة لأصحاب المصالح. (سمية يوسف محمد، 2022)

كما أن المكونات التنظيمية الداخلية لريادة الأعمال تؤدي إلى تحسين الأداء وتطويره بشكل مباشر، وانه من الأهمية فهم هذه العناصر والمكونات وتعزيز واستغلال السلوكيات الريادية لدى العاملين، فريادة الأعمال ومكوناتها التنظيمية الداخلية هامة ليس فقط في مجال التصنيع، ولكن أيضاً في مجال الخدمات بشكل كبير، وأضاف أن العاملين الذين يتلقون دعم من الإدارة وتخصيص وقت مناسب للعمل، وكذلك تخصيص الموارد اللازمة للأنشطة الريادية يزيد من الابتكار والإبداع مما يسهم في تحسين الأداء.

11. خاتمة:

تعتبر ريادة الأعمال المحرك للازدهار الاقتصادي لأي دولة ولهذا لا بد أن يكون رواد الأعمال مؤهلين لتغيير الأسواق والخدمات والتكنولوجيا واحد أبرز العوامل التي لعب دورا مهما في إعداد الشباب بشكل جيد. وتعتبر المخاطرة من العناصر الأساسية في ريادة الأعمال، ونظرا للدور الحيوي لريادة الأعمال فان غالبية الدول والحكومات تعمل على سن قوانين والتشريعات الداعمة والراعية لقطاع المشاريع الصغيرة باعتبارها تمثل التجسيد الحقيقي للعمل الريادي.

12. قائمة المراجع:

1. عبد المللك مزهود، الاداء بين الكفاءة والفعالية، مجلة العلوم الاجنسانية عدد1 جامعة بسكرة، جزتئر، 2001.
2. محمد سعيد أنور سلطان: إدارة الموارد البشرية، قسم إدارة الأعمال كلية التجارة، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، 2003، ص368.
3. سمية يوسف محمد: اثر ريادة الأعمال في الأداء الابتكاري للعاملين، كلية التجارة، جامعة الأزهر، القاهرة، 2022.
4. شامي صليحة، "رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية،" المناخ التنظيمي وتأثيره على الأداء الوظيفي للعاملين " جامعة بومرداس، 2010، ص65.
5. حنفي محمود سليمان: لسلوك التنظيمي والأداء، دار الجامعة المصرية، مصر، دون سنة.
6. احمد صقر عاشور: السلوك الإنساني في المنظمات.
7. عبد المللك مزهود: "الأداء بين الكفاءة والفعالية، مجلة العلوم الإنسانية"، العدد1، جامعة بسكرة، الجزائر، 2001.
8. (إسماعيل السيد: الإدارة الإستراتيجية، مركز التنمية الإدارية، الإسكندرية، 1998.
9. التشميري، احمد عبد الرحمان المبيرك ريادة الأعمال، الرياض، 2010.
10. النجار، فايز جمعة صالح العلي، عبد الستار محمد، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
11. Hall.R.andS.wodward. the burden of the Nondiversable-risk of Entrepreneurship .American economic review.2009

اقتصاد المعرفة التوجه الجديد لريادة الأعمال في الوطن العربي - الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية أنموذجا -

The knowledge economy, the new direction for entrepreneurship in the Arab world - the United Arab Emirates and the Kingdom of Saudi Arabia as an example-

عبد القادر شيباني¹، منير لواج²، محمد الأمين دلهوم³

¹ المركز الجامعي صالحى أحمد النعام (الجزائر)

² جامعة الصديق بن يحيى جيجل (الجزائر)

³ جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية الاقتصاد المعرفي ومدى مساهمته في تطوير وتحسين الأوضاع الاقتصادية سواء بالنسبة للمؤسسات أو الدول، فهو ذلك الاقتصاد الذي تمثل فيه المعرفة عنصر الإنتاج الأساسي والقوة الدافعة لتكوين الثروة، وقد تم التطرق لتجربة الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية، توصلت هذه الدراسة إلى أن اقتصاد المعرفة ذو أهمية بالغة في الحياة الاقتصادية، فهو يساعد في الاستفادة من جميع التطورات والممارسات الجديدة المتعلقة بالعمل ويخطط سير العمل في مختلف المجالات، كما أن الاقتصاد المبني على المعرفة يعد عاملا من العوامل الرئيسية التي ساهمت في البناء والنهوض بالعديد من الدول النامية إلى مصاف الدول المتقدمة.

الكلمات المفتاحية: اقتصاد المعرفة؛ ريادة الأعمال؛ الإمارات العربية المتحدة؛ المملكة العربية السعودية.

Abstract: This study aims to identify the importance of the knowledge economy and the extent of its contribution to the development and improvement of economic conditions, whether for institutions or countries. It is an economy in which knowledge is the main production element and the driving force for wealth creation, and the experience of the United Arab Emirates has been discussed And Kingdom Of Saudi Arabia. This study found that the knowledge economy is critical to economic life. It helps to take advantage of all new developments and practices related to work and the line of work in various fields. A knowledge-based economy is one of the key factors contributing to the construction and advancement of many developing countries as developed countries.

Keywords: Knowledge economy; leading businesses; The United Arab Emirates; Kingdom of Saudi Arabia.

لقد أدى التطور الكبير الذي شهده العالم في الميدان العلمي والتكنولوجي والثورة المعلوماتية الهائلة، إلى بروز نمط اقتصادي جديد يتمثل في اقتصاد المعرفة، والذي يعتبر فرعاً أساسياً من فروع العلوم الاقتصادية والذي يدرس دور المعرفة في النمو الاقتصادي وتقدم المجتمعات، حيث عملت تكنولوجيا المعلومات على نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر ثورة المعلومات وبروز المعرفة الجديدة خاصة فيما يتعلق بالخدمات الإلكترونية، ومما لا شك فيه أن الاقتصاد المبني على المعرفة يعد عاملاً من العوامل الرئيسية التي ساهمت في البناء والنهوض بالعديد من الدول النامية إلى مصاف الدول المتقدمة اقتصادياً الأمر الذي انعكس فيما بعد على التجارة الدولية والاستثمار العالمي.

1.1. إشكالية الدراسة: تسعى مختلف الدول العربية إلى تبني اقتصاد المعرفة على غرار دول مجلس التعاون الخليجي ومن بينها الإمارات العربية المتحدة، حيث أصبحت هذه الدول تحظى بمكانة مقبولة في مجال اقتصاد المعرفة مما ساهم بشكل كبير في النهوض باقتصاديات هذه الدول والدفع بعجلة التنمية وترقية المجتمع. وفي ضوء هذا ارتأينا طرح إشكالية الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما هو واقع و آفاق تطبيق اقتصاد المعرفة في الإمارات العربية المتحدة؟

وللإجابة على الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة طرحنا مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي تتمثل فيما يلي:

- ما المقصود باقتصاد المعرفة؟ وما هي أهميته؟

- كيف استطاعت الإمارات العربية المتحدة النهوض باقتصادها في ظل اقتصاد المعرفة؟

2.1. أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في تسليط الضوء على موضوع في غاية الأهمية وهو اقتصاد المعرفة، وما يلعبه من دور كبير في حياة المجتمعات بصفة عامة وتطور منظمات الأعمال بصفة خاصة، خاصة في ظل التطور الكبير الذي يشهده العالم في المجال المعرفي والتكنولوجي، مما يعزز من فرص منظمات الأعمال لمواكبة هذا التطور الذي بلا يشك يساهم بشكل كبير في زيادة هذه المنظمات.

3.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى ما يلي:

• التطرق لبعض المفاهيم المتعلقة باقتصاد المعرفة.

• تسليط الضوء على تجربة الإمارات العربية المتحدة في مجال اقتصاد المعرفة وآفاق تطبيقه.

وللإجابة على السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية المنبثقة كانت منهجيتنا تقسيم هذا البحث إلى محورين:

- المحور الأول: مفاهيم أساسية حول اقتصاد المعرفة.

- المحور الثاني: عرض تجربة الإمارات العربية المتحدة في مجال اقتصاد المعرفة.

2. مفاهيم أساسية حول اقتصاد المعرفة:

1.2. نشأة اقتصاد المعرفة:

في القرن الثامن عشر برز النظام الرأسمالي في الاقتصاد الذي اعتمد على تطبيق المعرفة في الأدوات والعمليات والمنتجات كمرحلة أولى، ثم ممارستها في المصانع. ثم جاءت المرحلة الثانية لتطبيق المعرفة في عمل الإنسان في خطوط الإنتاج والمكينه في المؤسسة، هذا التطور في تطبيق المعرفة كان مدفوعاً بدرجة كبيرة بالرغبة في زيادة القدرة الإنتاجية الاقتصادية وبالتالي، جاء متأثراً بالبيئة الاجتماعية والسياسية السائدة آنذاك، ومنذ منتصف الثمانينيات من القرن العشرين ومع السير في اتجاه العولمة تحرك اقتصاد المعرفة بسرعة كبيرة في علم الاقتصاد، حيث يتحرك رأس المال وتتاح الموارد والطاقة وهو الأمر الذي جعل من

الكيفية الفنية ممثلة في جودة العمالة الماهرة ومستوى التكنولوجيا كعوامل هامة في تحديد حالة الاقتصاد القومي. (حناش ودبي، 2015، 127)

2.2. مفهوم اقتصاد المعرفة: ا

اقتصاد المعرفة هو ذلك الاقتصاد الذي تمثل فيه المعرفة عنصر الإنتاج الأساسي والقوة الدافعة لتكوين الثروة حيث ينتقل فيه مركز الثقل من التركيز على المواد الأولية والمعدات الرأسمالية إلى التركيز على المعرفة والمعلومات ومراكز البحث العلمي والتطوير وتنمية عمليات الإبداع والابتكار، والجدير بالذكر أن مفهوم المعرفة ليس بالمفهوم الجديد في النشاط الاقتصادي، ولكن الجديد حجم تأثيرها الراهن على مختلف نواحي الحياة الاقتصادية، حيث أصبحت المعرفة موردا أساسيا من الموارد الاقتصادية يتم إنتاجها والاستثمار فيها وتداولها بما يحقق النمو الاقتصادي. (كنيدة وقموم، 2018، 509)

يعرف Barclay اقتصاد المعرفة بأنه "دراسة وفهم تراكم المعرفة وتحفيز الأفراد لاكتشاف وتعلم والحصول على ما يعرفه الآخرون، فهذا التعريف يميل إلى وجهة نظر الابتكار ودوره في التطور الاقتصادي وزيادة الإنتاجية وتحسين دخل الفرد. (بلقوم، 2012، 160)

ويرى دراكر أن العالم صار يتعامل فعلا مع صناعات معرفية تعد البيانات موادها الأولية والعقل البشري أدواتها والأفكار منتجاتها، في حين يرى آخرون أن اقتصاد المعرفة هو الاقتصاد الذي أصبح فيه المعرفة العامل المهم لحياة الاقتصاد، وهي المكون الرئيسي في خلق الثروة. (إبراهيم، 2015، 402)

يعرف أيضا اقتصاد المعرفة على أنه: "الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة، بمعنى أن المعرفة تشكل موردا أساسيا في العملية الإنتاجية كما في التسويق، وأن النمو يزداد بازدياد هذا المكون القائم على تقنية المعلومات والاتصالات باعتبارها قاعدة انطلاق هذا الاقتصاد". (كنيدة وبوقموم، 2018، 514)

من خلال التعاريف السابقة يمكننا القول بأن اقتصاد المعرفة هو ذلك الاقتصاد الذي يعتمد بشكل أساسي على المعرفة في مختلف الأنشطة الإنتاجية من أجل خلق الثروة وتحسين دخل الفرد وبالتالي تحقيق النمو الاقتصادي للبلاد. إذن فاقتصاد المعرفة هو اقتصاد مبني على الأفكار الابتكارية والقدرات الفكرية التي يتميز بها الإنسان ممثلة في رأس المال البشري الذي يعتبر موردا أساسيا في الحياة الاقتصادية.

2.3. أهمية اقتصاد المعرفة:

يعتبر اقتصاد المعرفة ذا أهمية كبيرة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتتجلى هذه الأهمية فيما يلي: (الجميلي وعلوان، 2019، 61)

- يساعد اقتصاد المعرفة على نشر المعرفة وتوظيفها وإنتاجها، وإحداث تغييرات هيكلية واضحة وملموسة في الاقتصاد الجديد، والمساهمة في تحسين الأداء الاقتصادي، ورفع الكفاءة الإنتاجية؛
- يساهم اقتصاد المعرفة في حث الدول على التجديد والابتكار، ويعطي المستهلك خيارات واسعة؛
- المساهمة في ظهور أنماط جديدة للتخصص وتقسيم العمل الدولي لكونها مرتبطة بالثورة العلمية والتكنولوجية، التي تؤدي إلى قيام الدول المتقدمة؛
- الزيادة النسبية للإنتاج المعرفي بالمقارنة مع الإنتاج المادي في الاقتصاد التقليدي، وزيادة الاستثمار في المعرفة، وبالتالي المساهمة في تكوين رأس المال المعرفي؛
- المساهمة الفعلية في زيادة الصادرات من المنتجات المعرفية واكتساب القدرة التنافسية في الأسواق العالمية الخارجية.

يتسم اقتصاد المعرفة بالقدرة على توليد واستخدام المعرفة، أو بمعنى آخر القدرة على الابتكار، إذ لا يمثل فقط المصدر الأساسي للثروة، وإنما يعد أساس الميزة النسبية المكتسبة في الاقتصاد الجديد، فالمعرفة هي الوسيلة الأساسية لتحقيق كفاءة عمليات الإنتاج والتوزيع وتحسين نوعية وكمية الإنتاج وفرص الاختيار بين السلع والخدمات المختلفة سواء بالنسبة للمستهلكين أو المنتجين، وبشكل عام يتميز الاقتصاد المعرفي بـ: (تربش، قادري، ومير، 2018، 63)

- لا يعترف بالبعد الجغرافي أو العذر عن الاتصال أو التعليم؛
- الاعتماد والاستخدام الكثيف للمعرفة العلمية والعملية عالية المستوى في نشاطاته؛
- اقتصاد المعرفة لا يعترف بالعشوائية والارتجالية فكل شئ فيه مخطط ومنظم وموجه ومراقب؛
- إن المعرفة متوفرة بالكمية والنوعية الكافية في كافة مجالات الحياة؛
- إن اقتصاد المعرفة اقتصاد منفتح على العالم؛
- يهتم بالاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس المال المعرفي والفكري؛
- يركز على اليد العاملة المدربة والمتخصصة في التقنيات الجديدة ويعتمد على التعلم والتدريب المستمرين؛
- توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- انتقال النشاط الاقتصادي من الإنتاج المادي إلى الإنتاج المعرفي؛
- الاعتماد على نشاطي البحث والتطوير؛
- يتسم بالمرونة والسرعة والقدرة على الابتكار.

2.5. الفرق بين الاقتصاد الصناعي واقتصاد المعرفة:

يختلف اقتصاد المعرفة عن الاقتصاد الصناعي، والجدول التالي يبين أهم الاختلافات بينهما:

الشكل 1: الفرق بين الاقتصاد الصناعي واقتصاد المعرفة

اقتصاد المعرفة	الاقتصاد الصناعي
-اقتصاد ديناميكي	-اقتصاد مستقر
-اقتصاد عالمي	-اقتصاد إقليمي
-الوصول الفوري والدائم	-اقتصاد دوري
-إنتاج مرن	-إنتاج كمي
-اللاملموسات	-الملموسات
-إحصاءات الابتكار	-إحصاءات الإنتاج
-القيمة	-تكلفة أقل
-الابتكار دائماً	-الابتكار عند الضرورة
-المعرفة والتكنولوجيا	-رأس مال، عمال ومواد أولية

المصدر: (الزيادات، 2000، 198، 197)

3. عرض واقع تطبيق اقتصاد المعرفة في الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية:

لقد أدركت دولة الإمارات العربية والمملكة العربية السعودية أهمية تحويل اقتصادها من اقتصاد ريعي إلى اقتصاد قائم على المعرفة، لما لذلك من أهمية في زيادة تنافسياتها وتعزيز موقعها كمركز إقليمي وعالمي رائد في الأعمال، وبالتالي جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية إليها، حيث تقوم دولة الإمارات ببناء قواعد راسخة تتيح نمو وازدهار قطاعات اقتصاد المستقبل القائم

على المعرفة، وتتطلع لتعزيز موقعها كوجهة عالمية لتأسيس الأعمال القائمة على الابتكار والذكاء الاصطناعي وزيادة الأعمال فأطلقت الاستراتيجيات التي من شأنها الدفع باتجاه اقتصاد المستقبل الأكثر ذكاءً، وتحقيق نمو اقتصادي مستدام قائم على العلوم والتكنولوجيا المتقدمة، ويعتمد القدرات والكفاءات العالية والمواهب المميزة. (وزارة الاقتصاد، 2022)

1.3. الإمارات العربية ومؤشر المعرفة العالمي:

بات مؤشر المعرفة العالمي التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة والذي يصدر سنوياً وأطلق في العام 2017 بمحاوره السبعة وتغطيته الشاملة لنحو 154 دولة حول العالم لحد الآن، مرجعية معرفية متكاملة تغطي سبعة قطاعات رئيسة ثلاثة منها في مجال التعليم بفروعه المختلفة، من تعليم مدرسي، وجامعي، وتدريب مهني وتعليم تقني، وأربعة قطاعات أخرى تشمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والبحث والتطوير والابتكار، والاقتصاد، والبيئات التمكينية. (العربية، 2022)

ومن بين دول المنطقة جاءت دولة الإمارات العربية المتحدة في المركز الـ 11 على القائمة عالمياً، والأولى عربياً، حيث تبعها قطر في المركز الـ 38 عالمياً، والثانية عربياً، والسعودية في المركز الـ 42 عالمياً والثالث عربياً، والشكل التالي يمثل ترتيب الدول العربية وفق مؤشر المعرفة العالمي:

الشكل 1: الدول العربية وفق مؤشر المعرفة العالمي



المصدر: (العين الإخبارية، 2021)

1.1.3. مؤشرات الاقتصاد المعرفي في الإمارات العربية: احتلت دولة الإمارات المركز الـ 25 عالمياً في مؤشر المعرفة للعام 2017 بيد أنها وبجهد وتوجهات القيادة، عملت بشكل جاد على تحسين مستويات المتغيرات المختلفة في القطاعات السبعة: التعليم قبل الجامعي، والتعليم الجامعي، والتدريب المهني والتعليم التقني، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والبحث والتطوير والابتكار والاقتصاد، والبيئات التمكينية. وقد تكلفت تلك الجهود بشكل واضح في القفزة النوعية التي شهدتها الدولة في المؤشر، لتتبوأ المركز الـ 11 عالمياً وتحافظ على المركز الأول عربياً جعلتها أيضاً الدولة الأكثر تطوراً في مؤشرات المعرفة، فهي الدولة الوحيدة بين 133 التي قفزت هذه القفزة النوعية المميزة. وهي تتساوى في قيمة مؤشر المعرفة مع كل من كوريا الجنوبية، وفرنسا، وتقل بدرجة أو درجتين فقط عن ألمانيا، والنرويج. أما في تحليل نتائج المؤشر في القطاعات السبعة، فإن دولة الإمارات احتلت المركز الثاني عالمياً في مؤشر قطاع الاقتصاد لا يسبقها عالمياً سوى دولة سنغافورة، وهو مركز حافظت عليه منذ العام الماضي، بيد أن

المهم الإشارة هنا إلى أنه عند الحديث عن مؤشرات مكونات قطاع الاقتصاد، فإن دولة الإمارات جاءت في المركز الأول عالمياً في متغير الانفتاح الاقتصادي، والذي يغطي مستوى الانفتاح في التبادل التجاري، ويغطي أيضاً متغيرات الاقتصاد الإبداعي، وقد احتلت دولة الإمارات فيه المركز الثاني عالمياً ما يعزز توجهات الدولة في مجالات الإبداع والابتكار، والذكاء الاصطناعي ومعطيات الثورة الصناعية الرابعة. (الوزاني، 2019)

يعتبر تطوير اقتصاد معرفي تنافسي مبني على الابتكار إحدى ركائز الأجندة الوطنية لرؤية الإمارات 2021. وتهدف الأجندة الوطنية إلى أن تكون دولة الإمارات العاصمة الاقتصادية، والسياحية، والتجارية لأكثر من 2 مليار نسمة. لذا تواصل الحكومة جهودها في الانتقال إلى اقتصاد قائم على المعرفة عبر تشجيع الابتكار، وتعزيز الإطار التنظيمي للقطاعات الرئيسية، وتشجيع القطاعات ذات القيمة المضافة العالية، ولهذا الغرض وضعت 12 مؤشراً للأداء (KPIs) وفق التالي: (الإمارات العربية المتحدة، 2021)

- نسبة نمو الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي؛ نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي؛
 - نسبة صافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر من الناتج المحلي الإجمالي؛ مؤشر التنافسية العالمي؛
 - نسبة المواطنين العاملين من إجمالي القوى العاملة؛ مؤشر سهولة ممارسة الأعمال؛
 - نسبة التوطين في القطاع الخاص؛ نسبة مساهمة الشركات الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي؛
 - المؤشر العالمي لريادة الأعمال والتنمية؛ مؤشر الابتكار العالمي؛
 - نسبة "عاملي المعرفة" من إجمالي العاملين في الدولة؛ نسبة الإنفاق على البحث والتطوير من الناتج المحلي الإجمالي.
- نستعرض بعض المؤشرات المتعلقة باقتصاد المعرفة للإمارات خلال السنوات السابقة: (الوزاني، 2019)

- مؤشر التعليم: إن اللافت للنظر تطور مؤشرات التعليم، وهو ما لم تشهده أي دولة أخرى على مستوى المنطقة والعالم. فقد تحسن مستوى مؤشر التعليم قبل الجامعي في دولة الإمارات من المركز الـ 16 عالمياً للعام 2017 إلى المركز الـ 13 في العام 2018، كما تحسن مستوى التعليم التقني والتدريب المهني بنحو 10 مراكز دفعة واحدة، حيث أصبحت الدولة في المركز الـ 14 عالمياً في العام 2018، مقابل المركز الـ 24 في العام 2017، وهي قفزة نوعية تشير إلى اهتمام كبير في الدولة بهذا القطاع، ما جعلها الدولة الأولى عالمياً في حجم وزخم التطوير في هذا القطاع المهم الذي يغذي بناء قدرات الشباب، ويرفد سوق العمل بالمهارات المهنية والتقنية التي يتطلبها ذلك السوق.

-مؤشر التعليم الجامعي: تقدمت دولة الإمارات على مستوى التعليم الجامعي عالمياً تحتل المركز الـ 20 في العام 2018، مقابل المركز الـ 27 في العام السابق، وهي قفزة نوعية مميزة، تشير بدلالة واضحة إلى الاهتمام الكبير بمستويات التعليم المختلفة في الدولة. ولعل التطوير والتحسين الواضحين في مؤشرات قطاع التعليم الثلاثة أسهما بشكل جوهري وواضح في نقل دولة الإمارات في مؤشر المعرفة العالمي ستة مراكز إلى الأمام. أما على مستوى ما تبقى من قطاعات، فقد تحسن مستوى دولة الإمارات في مؤشر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بقفزة نوعية نحو المركز الـ 16 عالمياً مقابل المركز الـ 23 في العام 2017، وهذه إشارة واضحة إلى أن التوجهات التي تقودها حكومة الدولة نحو التطوير التكنولوجي، وتوفير التطبيقات الذكية، ونشر ثقافة الثورة الصناعية الرابعة، وتشجيع الاستخدام الأمثل لقطاعات التكنولوجيا، قد آتت أكلها وانعكست بشكل واضح على مفاصل الدولة المختلفة، وجعلتها تقفز عالمياً سبعة مراكز مهمة في هذا القطاع في مؤشر المعرفة العالمي.

-مؤشر البحث والتطوير والابتكار: لقد تحسن موقع الدولة في مؤشر البحث والتطوير والابتكار لتتبعوا المركز الـ 36 عالمياً مقابل المركز الـ 37 في العام السابق، وبالرغم من التحسن الطفيف، إلا أن ذلك يشير إلى الحاجة إلى استجابة مراكز البحث العلمي والجامعات، وداعمي البحث والتطوير في الدولة، إلى توجهات الحكومة في هذا المجال بشكل أكبر، وقد يكون هذا القطاع هو

القطاع الذي سيلقى الرعاية الكبرى في الوقت القريب، خاصة أن التوجهات الحكومية اليوم تدعم بشكل واضح التوجه نحو مزيد من الاهتمام بقضايا البحث العلمي والتطوير والابتكار، وقد خصصت الدولة عامًا للابتكار في 2016، وجعلت من شهر فبراير شهرًا دائمًا للابتكار تقدم فيه جميع قطاعات الدولة منجزاتها ومشاريعها المبتكرة.

- مؤشر البيئات التمكينية: إن دولة الإمارات تحسنت بشكل واضح في قطاع ومتغيرات مؤشر البيئات التمكينية لتقفز ستة مراكز في هذا القطاع وتتبعاً المركز الـ 41 مقابل المركز الـ 46 في العام الماضي، ومن الواضح أن مؤشر فاعلية الحكومة، الذي يضع الإمارات في المركز الـ 19 عالمياً ومؤشر التمكين، الذي يضع الدولة في المركز الـ 9 عالمياً ومؤشر نصيب الفرد من الدخل، المتربع على المركز الـ 6 عالمياً ومؤشر معدل البطالة، الذي يجعل الدولة في المركز الـ 10 عالمياً والجدير بالذكر أن الحكومة تقود بشكل كبير قضايا تنويع مصادر الطاقة، مع الاعتماد بشكل محوري على الطاقة المتجددة، وتعد تجارب دولة الإمارات بشكل عام، وتجربة دبي بشكل خاص، في توفير الطاقة النظيفة من التجارب العالمية والتطبيقات المبتكرة، ثلثى في عالم اليوم، كما تحسن ترتيب الإمارات العربية في مختلف المؤشرات الأخرى المتعلقة بالاقتصاد المعرفي في سنة 2021، حيث تبوأ المرتبة 6 عالمياً في مؤشر التعليم قبل الجامعي، والـ 8 في مؤشر التعليم التقني والتدريب المهني، والـ 16 في مؤشر التعليم العالي، والـ 28 في مؤشر البحث والتطوير والابتكار، والـ 14 في مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والمرتبة الثانية في مؤشر الاقتصاد، والـ 27 عالمياً في مؤشر البيئة التمكينية. (الخبر بين ليلة وضحاها، 2022)

2.1.3. الاتجاه نحو الاقتصاد الرقمي: تنفذ الدولة خططا طموحة لتعزيز الاقتصاد الرقمي من خلال تبني استراتيجية الإمارات للثورة الصناعية الرابعة كون أحد أهدافها هو تعزيز الأمن الرقمي الذي يتحقق بتبني سياسات الاقتصاد الرقمي وتقنيات المعاملات الرقمية "البلوك تشين" في الخدمات والمعاملات المالية. واعتمد مجلس الوزراء مؤخرا الاستراتيجية الوطنية للاقتصاد الرقمي حيث تسعى الاستراتيجية إلى مضاعفة نسبة مساهمة الاقتصاد الرقمي في الناتج المحلي الإجمالي من 9.7% إلى 19.4% خلال العشر سنوات القادمة. ويدعم إنشاء مجلس الإمارات للاقتصاد الرقمي، توجهات الدولة لمضاعفة مساهمة الاقتصاد الرقمي في الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات في العام 2031 كما ويعزز تنفيذ مبادرات استراتيجية الاقتصاد الرقمي على كافة القطاعات الاقتصادية حيث تبلغ مساهمة الاقتصاد الرقمي في القطاعات الاقتصادية للناتج المحلي الإجمالي للدولة 9.7% وفي الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي 11.7% وتعد الدولة ضمن أفضل 25% من الدول على مستوى أهم المؤشرات العالمية الرقمية. (الإمارات اليوم، 2022)

وكشفت وزارة الاقتصاد عن تحقيق طلبات براءات الاختراع وشهادات المنفعة المقدمة إلى الوزارة بين عامي 2020 و2021، نموًا بنسبة 26.7%، فيما حققت خلال الربع الأول من عام 2022 نموًا قدره 17.8%، مقارنة بالفترة ذاتها من العام 2021، وأفادت الوزارة بأن أهم المجالات والأنشطة التي تغطيها هذه الطلبات تمثلت في: النقل، البناء والتعدين، الكهرباء، المنسوجات والورق، وغيرها من المجالات الحيوية. كما قطعت الإمارات شوطًا كبيرًا في تعظيم دور الابتكار وتعزيز مناخ الملكية الفكرية، وتشجيع المبتكرين والمخترعين، كما حققت نقلة جوهرية مع صدور قانون الملكية الصناعية الجديد نوفمبر الماضي. (الإمارات اليوم، 2022)

- استراتيجيات مئوية الإمارات 2071: أطلق صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة، رئيس مجلس الوزراء، حاكم دبي، «مئوية الإمارات 2071» في عام 2017، كخريطة طريق لتصبح دولة الإمارات أفضل دولة في العالم بحلول الذكرى المئوية لقيام دولة الإمارات؛ وذلك في عام 2071. وتستند المئوية إلى أربعة محاور رئيسية هي: حكومة تستشرف المستقبل، تعليم للمستقبل، اقتصاد معرفي متنوع ومجتمع أكثر تماسكًا حيث يهدف محور «أفضل اقتصاد في العالم» إلى جعل

الدولة مركزاً عالمياً في استقطاب أفضل العقول والأفكار والمواهب، وتوافر أفضل الفرص الاقتصادية وبيئة الأعمال المستقرة والبنية التحتية المتقدمة، ويرتكز اقتصاد المستقبل على الصناعات المتقدمة القائمة على العلوم والتكنولوجيا، من خلال الاستثمار بشكل متزايد في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الحيوية وتكنولوجيا النانو والعلوم الإدراكية والتصنيع التراكمي المتعدد الأبعاد، مما يسهم في الارتقاء بمكانة الدولة لتحقيق الريادة العالمية.

- اقتصاد الخمسين: أطلقت وزارة الاقتصاد «خطة اقتصاد الخمسين» لبناء اقتصاد المستقبل في الإمارات ضمن استراتيجية «عام الاستعداد للخمسين» في ديسمبر/ كانون أول 2019، وتمثل خريطة طريق للعمل الاقتصادي للسنوات العشر المقبلة، وتتضمن خمسة محاور رئيسية هي: الاقتصاد التكاملي، ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة، السياحة، الاستثمار الأجنبي المباشر ومضاعفة الصادرات، واستقطاب واستبقاء المواهب والكفاءات، تستهدف الخطة تحقيق قفزة نوعية في نمو الاقتصاد الوطني بحلول عام 2030، ودعم نمو الناتج المحلي الإجمالي وازدهار بيئة الأعمال المحلية وتفوق الشركات الإماراتية عالمياً. مرتكزات الاقتصاد المستقبلي هي القطاعات الرائدة (مثل تكنولوجيا الفضاء وصناعة الترفيه الرقمي)، فتح أسواق جديدة، صياغة بيئة تشريعية متطورة تخدم التطلعات الاقتصادية، وترتكز على سهولة ممارسة الأعمال، ودعم الشركات العائلية وحماية وتحفيز الاستثمار.

- استراتيجية "البلوك تشين": تم إطلاق استراتيجية الإمارات للتعاملات الرقمية (بلوك تشين) في عام 2018 بهدف تسخير التقنيات المتقدمة والاستفادة منها وتوظيفها في خدمة المجتمع وتعزيز كفاءة الأداء الحكومي؛ وذلك من خلال تحويل التعاملات الحكومية على المستوى الاتحادي إلى منصات بلوك تشين. وترتكز هذه الاستراتيجية على أربعة محاور أساسية هي: سعادة المواطن والمقيم، رفع مستوى الكفاءة الحكومية، التشريع المتقدم لإحداث نقلة نوعية في العمل الحكومي الاتحادي، والموقع الريادي لدولة الإمارات عالمياً في مجال أمن ونقل المعلومات، وستعمل هذه الاستراتيجية على بناء قدرات الأفراد والقيادات الحكومية وتوفير الوقت والجهد والموارد، إضافة إلى تعزيز موقع دولة الإمارات لتكون من الدول الأكثر تقدماً وجاهزية لمواجهة تغيرات المستقبل.

- التنمية الخضراء: تبنت الدولة منهجية الاقتصاد الأخضر وأطلقت «استراتيجية الإمارات للتنمية الخضراء» بهدف تحقيق الاستدامة في القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية بعيداً عن الاعتماد على الموارد النفطية، وتسعى دولة الإمارات بأن تكون رائدة عالمياً في مجال الاقتصاد الأخضر، وأن تصبح مركزاً للتصدير وإعادة تصدير المنتجات والتقنيات الخضراء، والمحافظة على بيئة مستدامة تدعم نمو اقتصادياً طويل المدى، تضم المبادرة مجموعة من البرامج والسياسات في مجالات الطاقة والزراعة والاستثمار والنقل المستدام، إضافة إلى سياسات بيئية وعمرانية جديدة من شأنها الارتقاء بجودة الحياة في الدولة، وتشتمل على ستة مسارات رئيسية هي: الطاقة الخضراء، السياسات الحكومية الهادفة لتشجيع الاستثمارات في مجالات الاقتصاد الأخضر، المدينة الخضراء، التعامل مع آثار التغير المناخي، الحياة الخضراء، التكنولوجيا والتقنية الخضراء.

- الثورة الصناعية الرابعة: يكمن الهدف من إطلاق استراتيجية الإمارات للثورة الصناعية الرابعة في تعزيز مكانة الإمارات كمركز عالمي للثورة الصناعية الرابعة، والمساهمة في تحقيق اقتصاد وطني تنافسي قائم على التطبيقات التكنولوجية المستقبلية التي تدمج التقنيات المادية والرقمية والحيوية، وتسخير التقنيات والأدوات التي توفرها الثورة الصناعية الرابعة لخدمة أفراد المجتمع وتحقيق سعادتهم، تركز هذه الاستراتيجية على عدة محاور أساسية منها تبني الخطط والاستراتيجيات في مجال الطب الجينومي والسياحة الطبية الجينومية وتعزيز الأمن الاقتصادي عبر تبني الاقتصاد الرقمي. وتطوير وتطويع التقنيات المتقدمة

بدءاً من الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا النانو وصولاً إلى حلول إنترنت الأشياء والطباعة ثلاثية الأبعاد بهدف تعزيز الاستفادة منها في دعم النمو الاقتصادي.

- الاقتصاد الدائري: تحدد سياسة الاقتصاد الدائري اتجاهات دولة الإمارات في تحقيق الإدارة المستدامة للاقتصاد والاستخدام الأمثل والفعال للموارد الطبيعية والبيئية من خلال تبني أفضل الأساليب وتقنيات الاستهلاك والإنتاج المستدامة بما يضمن أسلوب حياة فائق الجودة للأجيال الحالية والمستقبلية، وتعزيز كفاءة استهلاك الموارد الطبيعية وتقليل الهدر، تهدف هذه السياسة أيضاً إلى تعزيز الصحة البيئية، وتشجيع القطاع الخاص على تبني أساليب وتقنيات الإنتاج الصناعي الأنظف ودعم دولة الإمارات لتحقيق رؤيتها؛ المتمثلة في أن تكون أحد الرواد العالميين في مجال التنمية الخضراء، وتتمثل أبرز مخرجات سياسة الاقتصاد الدائري في: تحقيق عوائد اقتصادية كبيرة للدولة، تخفيف الضغط البيئي، تأمين توريد المواد الخام، زيادة القدرة التنافسية، تحفيز الابتكار، تعزيز النمو الاقتصادي، توفير فرص العمل.

- الذكاء الاصطناعي: تعد دولة الإمارات من أكثر الدول استعداداً لمواجهة المتغيرات التكنولوجية لاسيما في ظل جهودها المكثفة لتوفير بنية تحتية مستقبلية فائقة التطور ترتقي بأسلوب حياة أفراد المجتمع وتعزز مكانة دولة الإمارات على الخريطة العالمية في كافة المجالات، بما يتوافق مع مئوية الإمارات 2071، وتعد هذه الاستراتيجية الأولى من نوعها في المنطقة والعالم، وتشتمل على ثمانية أهداف استراتيجية وخمسة محاور ومجموعة من المبادرات والتوجهات الهادفة إلى توظيف الذكاء الاصطناعي وإسهامه في تطوير المجالات الحيوية في الدولة مثل التعليم والاقتصاد وتطوير الحكومة وسعادة المجتمع، وخلق سوق جديدة واعدة في المنطقة ذات قيمة اقتصادية عالية إضافة إلى دعم مبادرات القطاع الخاص وزيادة الإنتاجية. القطاعات المستهدفة: النقل، الصحة، الفضاء، الطاقة المتجددة، المياه، التكنولوجيا، التعليم، البيئة، المرور.

- الطاقة 2050: أطلقت دولة الإمارات في عام 2017 استراتيجيتها للطاقة 2050 وتعد الخطة الموحدة للطاقة في الدولة؛ حيث توازن بين جانبي الإنتاج والاستهلاك، والالتزامات البيئية العالمية، وتضمن بيئة اقتصادية جاذبة وداعمة للنمو في كافة القطاعات. وتهدف إلى رفع كفاءة الاستهلاك الفردي والمؤسسي بنسبة 40%، ورفع مساهمة الطاقة النظيفة في إجمالي مزيج الطاقة المنتجة في الدولة من 25% إلى 50%، وتحقيق توفير يعادل 700 مليار درهم حتى عام 2050. وتستثمر الدولة 600 مليار درهم حتى عام 2050 لضمان تلبية الطلب على الطاقة، واستدامة النمو في اقتصاد دولة الإمارات. خليط الطاقة حسب الاستراتيجية: 44% من الطاقة النظيفة، 38% من الغاز، 12% من الفحم النظيف، 6% من الطاقة النووية.

- صناديق تمويل: تسعى دولة الإمارات إلى الارتقاء بمستقبل قطاع التمويل من خلال إطلاق المشاريع والبرامج المبتكرة التي من شأنها تسريع تبني اقتصاد المعرفة والابتكار لتحقيق النمو المستدام ومواكبة التغيرات العالمية المتسارعة والتحديات المستقبلية.

- صندوق محمد بن راشد للابتكار: صندوق محمد بن راشد للابتكار عبارة عن مبادرة من الحكومة الاتحادية برأسمال بملياري درهم، لدعم المبتكرين ومساعدتهم في الحصول على التمويل اللازم لمشاريعهم؛ حيث يمكن للأفراد والشركات المقيمة أو المسجلة في الدولة على اختلاف أحجامها الاستفادة من هذا الصندوق على أن يتم تقديم أفكار فريدة ومبتكرة. ويهدف الصندوق إلى سد ثغرة التمويل على صعيد مشاريع الابتكار، وتحسين المستويات التنافسية الاقتصادية لدولة الإمارات وتوسعة إمكانات النمو الوطنية.

- حي دبي للمستقبل: تم إطلاق مشروع «حي دبي للمستقبل» ليكون أكبر منطقة لصناعة اقتصاد المستقبل في المنطقة، وحاضنة للأفكار المستقبلية الواعدة، وتوفير الحلول والتسهيلات التمويلية والتشريعية اللازمة للشركات الناشئة ورواد الأعمال، بما

يسهم بتعزيز جاهزية اقتصاد دبي لتحديات المستقبل، وسيضم المشروع مركز الأبحاث اقتصاد المستقبل، وحاضنات أعمال، وصندوق تمويل، ومرافق سكنية لرواد شركات الاقتصاد الجديد، وفعاليات عالمية للاقتصاد الجديد.

2.3. المملكة العربية السعودية و اقتصاد المعرفة: تمثل رؤية المملكة 2030 خطة اقتصادية سياسية اجتماعية متكاملة هادفة إلى إحداث تحول وطني على المستويات السالفة الذكر، وفي هذا السياق فإن التحول والتوجه نحو اقتصاد المعرفة يعدان من أولويات تلك الرؤية ومهندسها ولي العهد محمد بن سلمان -حفظه الله-؛ فعلى الصعيد العلمي ساهمت المملكة في 2020 على سبيل المثال بنسبة 22.7% من إجمالي عدد الأبحاث العلمية في الوطن العربي، وبنسبة 23% من إجمالي عدد الاستشهادات، وبنسبة 61% على مستوى دول منطقة الخليج العربي، حيث كان إنتاج المملكة في مؤشرات البحث والتطوير يساوي إنتاج قرابة 12 دولة عربية مجتمعة "قطر، اليمن، ليبيا، سورية، الصومال، موريتانيا، لبنان، جيبوتي، المغرب، الأردن، السودان، الكويت"، وبترتيب 27 عالمياً، وكذلك أحدثت المملكة تقدماً ملحوظاً في مؤشر التعليم والتدريب، فقد بلغ عدد الجامعات الحكومية السعودية 25 جامعة، وأكثر من 157 مركزاً للأبحاث، إلى جانب إنشاء أول مركز للاقتصاد المعرفي في الوطن العربي، والذي دشّن مطلع 2019 في جامعة المؤسس بمدينة جدة، حيث تضمن عدة وحدات تخصصية، كوحدة الاقتصاد والتنمية، ووحدة المعرفة، ووحدة التميز المعرفي، ووحدة العلاقات العامة والإعلام وغيرها.

أما على الصعيد المعلوماتي "البياناتي" عصب الثورة الاقتصادية الحالية فقد بنت المملكة خطة متكاملة لخلق بيئة نموذجية تؤمن بعصر البيانات والذكاء الاصطناعي؛ وذلك بالارتكاز على ثلاثة محاور تعتمد أولها على تطوير وابتكار وتبني تقنيات البيانات والذكاء الاصطناعي في جميع أنحاء المملكة، فيما يركز المحور الثاني على ضمان أن تكون هذه التطبيقات مبتكرة ومستدامة ومفيدة وأخلاقية خاصة بالبيانات والذكاء الاصطناعي، ويرتكز المحور الأخير على ضمان وجود بيئة جاذبة وبنية تحتية عالمية المستوى ومنظومة للتجريب وحوكمة للبيانات ومجموعات بيانات مميزة. وفي التقدم الذي أنجزته المملكة بهذا المجال صرحت الدكتورة دلال الحارثي المهندسة في مجال أمن المعلومات بغرفة الرياض أن 66% من أهداف رؤية 2030 تم تحقيقها بمساعدة علم البيانات، مشيرة إلى التوسع الكبير في استخدامه، مؤكدة أن الربط الإلكتروني بين عدد كبير من الجهات يسمح بتوافر المعلومات وتبادلها في سهولة ويسر، وهو فعلاً ما رصده أحد التقارير الاقتصادية الحديثة في أميركا الذي تحدث عن أن رؤية المملكة 2030 بقيادة ولي العهد -حماه الله- تمثل خارطة طريق حقيقية ومتكاملة هادفة لتطوير وبناء عدة قطاعات اقتصادية وحكومية تعتمد النمط الرقمي المعرفي والاستثماري، وهو ما أكدت عليه عدة تقارير صادرة عن الخارجية الأمريكية ناقشت نزاهة هذه السياسات وقدرتها على إيجاد تنوع اقتصادي حقيقي يرتقي بالمملكة لتكون أهم مركز لوجستي واقتصادي في المنطقة. (المعجل، 2023)

ونتيجة لجهود وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات كان لهذه المنصات الباع الأطول في ترسيخ قواعد الاقتصاد المعرفي، حيث أسست الوزارة منصة المعرفة الرقمية "ثينك تك" لتكون المظلة الآمنة لمشاريع التوعوية واستشراف التطورات التقنية الجديدة التي تهدف إلى رفع الوعي الرقمي، ولتساهم في خدمة أكثر من 3 ملايين مستفيد من المحتوى الرقمي، و100 ألف مستفيد من الفعاليات. كما أطلقت هذه المنصة مبادرات "قوافل المستقبل" و"المعمل الافتراضي" لزيادة الوعي بتقنيات الثورة الصناعية الرابعة، حيث بلغ عدد المستفيدين 31800 مستفيد. كما تم تنظيم أولمبياد الروبوت العالمي لأول مرة في المملكة، حيث تم تدريب أكثر من 800 فريق سعودي وأكثر من 2000 طالب على تقنيات الثورة الصناعية الرابعة، ونتج عنها إطلاق منصة "الرحلات التعليمية" لاستشراف التطورات التقنية الجديدة لتحقيق التنمية المستدامة.

كما أطلقت المملكة برنامج "رواد التقنية" الذي ساعد في تطوير 4 معسكرات و3 مسرعات أعمال و3000 حاضنة و350 مشاويرا في المعسكرات التدريبية و60 مستفيدا من مسرعات الأعمال و50 نموذج عمل رقمي جديد و20 رائد أعمال محتضن في نسخته الأولى. وساهم البرنامج في دعم استمرار رواد الأعمال وتحفيز دخول منشآت جديدة إلى السوق. (العلمي، 2023)

وفي خطوة ستعمل على النهوض باقتصاد المعرفة، أعلن الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز، ولي العهد السعودي رئيس مجلس الوزراء رئيس مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، أمس الخميس، تدشين الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية، التي تعد أحد مكمات تحقيق مستهدفات «رؤية المملكة 2030»، مؤكداً أن هدف الاستراتيجية يقوم على بناء منظومة تدعم الاقتصاد القائم على الابتكار والإبداع، وأوضح ولي العهد السعودي أن بناء هذه المنظومة يأتي من خلال إنشاء سلسلة قيمة للملكية الفكرية تحفز تنافسية الابتكار والإبداع وتدعم النمو الاقتصادي لتصبح المملكة رائدة في مجال الملكية الفكرية.

وقال، في بيان صدر أمس: «لدينا عقول وطاقات شغوفة بالابتكار والإبداع، وبتمكينها ستكون المملكة بيئة خصبة للاقتصاد المعرفي، من خلال منظومة متكاملة للملكية الفكرية تدعم تطوير التقنيات والصناعات المبتكرة وتساهم في نمو المنشآت». واستطرد: «ستمكن الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية تحفيز الاستثمار وخلق وظائف عالية الجودة ورفع مستوى الوعي بحقوق المبدعين والمبتكرين"، وترتكز الاستراتيجية من أجل ضمان نمو الابتكار وتحفيز الإبداع، على 4 ركائز أساسية هي: توليد الملكية الفكرية وإدارتها والاستثمار التجاري للملكية الفكرية وحمايتها.

وأكد البيان أنه لتحقيق هذه الركائز، سيجري العمل على تعزيز التعاون والتكامل بين الجهات الوطنية بوصفها شريكا أساسيا لدعم الابتكارات والإبداعات ونمو الاستثمارات على مستوى العالم. (الشرق الأوسط، 2023)

وفي الأخير فإن المملكة العربية السعودية مع رؤيتها 2030 تطمح للوصول باقتصادها الوطني إلى مصاف الدول الاقتصادية الكبرى من خلال تنويع الاقتصاد والتركيز على النمط المعرفي بدلا من النمط التقليدي، وإن مجمل التقارير الاقتصادية العربية والغربية بما فيها مؤشرات المعرفة العالمية في برنامج الأمم المتحدة الإنمائي قد رصدت في السنوات العشر السابقة خطى ثابتة ومتسارعة للمملكة في هذا الاتجاه، ويرى مراقبون أن المملكة يمكن أن تحقق مستويات أعلى بكثير من المستويات الحالية في الأعوام المقبلة خصوصاً مع توافر الكم الهائل من البيانات الضخمة والتطور العلمي في مجال الذكاء الاصطناعي والتحليل المعلوماتي، وفي الوقت نفسه فإني أرى ضرورة تفعيل الذكاء الاصطناعي ولغة الآلة لتصبح ثقافة عمل وعطاء بناء على الاحتياج العلمي المتنوع في عدة مجالات طبية وطقسية وزراعية وغيرها، ولا تقتصر على الجانب التجاري فقط؛ فولاية فيرجينيا الأمريكية -مثلاً- اعتمدت نظام (AIS) عبر طائرة درون لتطوف على الحقول يوميا وتعطي تنبؤا عن الحشرات المهددة للمحاصيل الزراعية بأبسط جهد وأقل تكلفة وأتمن نتيجة. (المعجل، 2023)

4. خاتمة:

من خلال ما تطرقنا إليه في هذه الدراسة تبين لنا أن مؤشر المعرفة العالمي والذي بات من الواضح أن العمل على متغيراته التي تتجاوز 131 متغيرا في القطاعات السبعة، هو بمثابة خارطة طريق للدول التي تريد أن تحسن من وضعيتها الاقتصادية وتعمل على تطوير مختلف المؤشرات التي تساهم في نمو اقتصادها والرفي نحو مصاف الدول المتقدمة، وكذا العمل على تطوير مستوى الأداء في مختلف القطاعات. ولقد حققت الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية قفزة نوعية في مجال المعرفة في مختلف القطاعات، كما أن الطريق مهيأ لدول العالم للاستفادة من مخرجات مؤشر المعرفة لتطوير قطاعات التعليم، والتقنية، والإبداع والابتكار، والبحث العلمي والتطوير، والاقتصاد، والبيئات التمكينية.

ولقد توصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج والتوصيات تمثلت فيما يلي:

- ✓ يعتبر اقتصاد المعرفة ذا أهمية بالغة في الحياة الاقتصادية بالنسبة للمؤسسات وكذا الدول، فمن خلال الاقتصاد المعرفي يتم الابتكار في جميع المجالات العلمية والمهنية المتعلقة بالمنتجات وصنعها والإبداع بها.
- ✓ يساهم الاقتصاد المعرفي في التوسع في العلوم بمختلف فروعها، وكذلك يتم الاستفادة من جميع التطورات والممارسات الجديدة المتعلقة بالعمل وبخط سير العمل في مختلف المجالات.
- ✓ يساهم الاقتصاد المعرفي في توفير الوقت والجهد والمال.
- ✓ يساهم اقتصاد المعرفة في جعل المعرفة عبارة عن مورد اقتصادي متجدد بما ساهم في التقليل من ندرة الموارد وضمان التوسع في الأنشطة الاقتصادية.
- ✓ التركيز على عمليات الإبداع والابتكار باعتبارها من السمات الأساسية في اقتصاد المعرفة.
- ✓ تدريب وتأهيل الكفاءات البشرية حتى تكون قادرة على التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ✓ ضرورة الاهتمام بالاقتصاد المعرفي من خلال التمويل اللازم لمختلف بحوث تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ✓ ضرورة استفادة الجزائر من تجربة الإمارات والسعودية في مجال اقتصاد المعرفة والعمل على تحسين مختلف المؤشرات المتعلقة بالاقتصاد المعرفي مما يساهم في تحسين الأوضاع الاقتصادية والسير في ركب الدول المتقدمة.

5. قائمة المراجع المراجع:

1. حناش إلياس، دبي علي، اقتصاد المعرفة في دول مجلس التعاون الخليج العربي بين الواقع والمأمول، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية-العدد الاقتصادي-، المجلد 30 (العدد2)، الجزائر.
2. كنيذة زليخة، بوقوم محمد، (2018)، الاندماج في اقتصاد المعرفة: بين المتطلبات ومؤشرات القياس، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، العدد 6، الجزائر.
3. بلقوم فريد، (2012)، اقتصاد المعرفة في العالم وواقعه في الدول العربية، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 3 (العدد2)، الجزائر.
4. إبراهيم محمد علي، (2015)، اقتصاد المعرفة والمحاسبة الدولية في تحقيق التنمية المستدامة دور تكامل اقتصاد المعرفة والمحاسبة الدولية في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 21 (العدد 81)، بغداد.
5. سامي حميد عباس الجميلي، عبد الرحمن حسين علوان، (2019)، البرامج المقترحة للتحويل إلى اقتصاد المعرفة من أجل تفعيل التنمية الاقتصادية وتنشيطها في العراق، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 11 (العدد25)، العراق.
6. تربش محمد، قادري رياض، مير أحمد، (2018)، أهمية اقتصاد المعرفة في تحسين تنافسية المؤسسات الاقتصادية دراسة ميدانية في مؤسسة محمد عواد الزيادات، (2000)، اتجاهات معاصرة في إدارة المعرفة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، تحويل الذرة بمغنية، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 3. الجزائر.
8. اقتصاد المستقبل، وزارة الاقتصاد، الإمارات العربية المتحدة، تم الاسترداد يوم 2022/05/17 على الموقع: <https://www.moec.gov.ae/future-economy>
8. العربية، (2022)، الإمارات الأولى عربيا في مؤشر المعرفة العالمي لعام 2021، تم الاسترداد يوم 2022/05/17 على الموقع: <https://arabic.cnn.com/business/article/2022/01/16/global-knowledge-index-2021-infographic>
9. العين الإخبارية، (2021)، تم الاسترداد في 2022/05/17 على الموقع: <https://al-ain.com/article/uae-arab-global-knowledge-index>
10. خالد الوزني، (2019)، اقتصاد المعرفة في دولة الإمارات، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة، تم الاسترداد في 2022/05/18 على الموقع: <https://mbrf.ae/ar/read/mhmd-bn-rashd-ytkbl-thany-mhmd-bn-zayd-ohkam-alemarat-oalshyokh-bzfaf-anjalh/12>
11. الاقتصاد ورؤية الإمارات، (2021)، تم الاسترداد في 2022/05/18 على الموقع: <https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/economy/economy-and-vision-2021>
12. الخبر بين لحظة وضحاها، (2022)، تم الاسترداد في 2022/05/18 على الموقع: <https://2u.pw/dnON4>
13. الإمارات اليوم، (2022)، تم الاسترداد في 2022/05/18 على الموقع: https://www.emaratayoum.com/business/local/2022-04-13-1.1621174?itm_source=parsely-api

استراتيجيات ريادة الأعمال وتحديات أهداف التنمية الشاملة

Entrepreneurship strategy and the challenges of comprehensive development goals.

سمية دندوقي¹

¹ جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)

ملخص: هدفت الدراسة في تحديد والتعرف على التحديات التي تعترض طريق رواد الأعمال، خاصة في ظل تسارع معدلات التغيير في بيئة الأعمال واشتداد المنافسة بين المنظمات ازدادت أهمية هذا الموضوع بوصفه أحد الخيارات التي تلجأ إليها المنظمة للتكيف والتلاؤم مع متطلبات المنافسة والتغيير، كما تختلف استراتيجيات الريادة بحسب نوع عمل المنظمات الناشئة، ومع التقدم الذي يشهده عالم التكنولوجيا وتأثيره على بيئة إدارة الأعمال شكل تحديا كبيرا للدول، لذا ستحاول الدراسة التطرق لجل المفاهيم المتعلقة بريادة الأعمال إلى جانب الاستراتيجيات التي تقوم عليها، من ثم التعرف لأهم التحديات التي تواجه رواد الأعمال خاصة الفئة الشبابية مع اقتراح في الأخير سبل التخلص من العوائق التي تعترض رواد الأعمال من أجل بلوغ أهداف التنمية الاقتصادية الشاملة والمستدامة.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ الميزة التنافسية؛ التنمية المستدامة؛ الابتكار؛ مستوى الأداء.

Abstract: The study aimed to identify the most important challenges that hinder entrepreneurs, particularly given the accelerated rates of change in the economic environment and the development of rivalries among firms. The advancement of technology and its impact on the business management environment have posed a significant challenge to countries, so the study will attempt to address most of the concepts related to entrepreneurship. As well as the strategies on which they can be found, then identify the most significant challenges facing entrepreneurs, particularly the youth group, with a proposal in the end to eliminate obstacles faced by entrepreneurs to achieve the goals of competitiveness.

Keywords: entrepreneurship; competitive advantage; sustainable development; innovation; level of performance.

يعد موضوع ريادة الأعمال من الموضوعات المهمة خاصة في ظل تسارع معدلات التغيير في بيئة الأعمال واشتداد المنافسة بين المنظمات ازدادت أهمية هذا الموضوع بوصفه أحد الخيارات التي تلجأ إليها المنظمة للتكيف والتلاؤم مع متطلبات المنافسة والتغيير والريادة في الأعمال وتختلف استراتيجيات الريادة بحسب نوع عمل المنظمات الناشئة، ومع التقدم الذي يشهده عالم التكنولوجيا وتأثيره على بيئة إدارة الأعمال شكل تحدياً كبيراً للدول.

لقد ازداد في السنوات الأخيرة الاهتمام العالمي بموضوع ريادة المنظمات وريادة الأعمال، بمنحها النسبة الأكبر على المواضيع الأخرى من اهتمام، نظراً لما له من دور مؤثر على تشجيع الابتكار والابداع وبلوغ مستويات الأداء، إلى جانب المساهمة في نمو الاقتصاد البلد ونمو المنظمات وذلك باعتبارها أهم أجنحة التنمية 2030 التي باتت من الضروري تحقيق هذه الأجنحة لبلوغ أولويات لجميع الدول.

ومع التقدم التكنولوجي وظهور العولمة والخصخصة التي كان لها الأثر الكبير في بيئة إدارة الأعمال، والبيئة التنافسية للمنظمات (محلياً- أو وطنياً)، والدولية (العالمية)، أصبح موضوع ريادة الأعمال من الموضوعات الشائكة إذ يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول، ومع تسارع معدلات التغيير في بيئة الأعمال ازدادت أهمية هذا الموضوع بوصفه أحد الخيارات الاستراتيجية التي تلجأ إليها المنظمة للتكيف والتلاؤم مع متطلبات المنافسة والتغيير، وسيتناول البحث نشأة مفهوم الريادة في المنظمات، وأهميتها، واستراتيجياتها، مع التطرق إلى أهمية العولمة وتأثيرها على ريادة الأعمال كما سنتطرق إلى أهم التحديات التي تعترض ريادة الأعمال في تحقيق وبلوغ أهداف التنمية خاصة في الدول النامية، وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح التساؤل التالي: أين تكمن تحديات ريادة الأعمال من أجل بلوغ أهداف التنمية وتحسين من أداء المنظمات؟

وعلى ضوء هذا التساؤل تم اعتماد الفرضية التالية: "بما أن الريادة الإيجابية تؤثر في مستوى التنمية الاقتصادية، فإن تحقيق التنمية مرهون بتجاوز كل العقبات التي تشكل عائقاً في طريق رائدي الأعمال في بيئة الأعمال محفزة وداعمة"، وحاولنا من خلال هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف تلخصت في:

- تقديم مفاهيم شاملة حول مصطلحات الدراسة بالأخص ريادة الأعمال والريادة الاستراتيجية؛
- التعريف بريادة الأعمال وخصائصها وأهدافها؛
- توضيح ريادة الأعمال الاستراتيجية وأهم مضامينها المختلفة؛
- التعرف على تأثير العولمة على مجال ريادة الأعمال؛
- إبراز المظاهر المعيقة التي تعترض ريادة الأعمال لبلوغ أهداف التنمية المستدامة.

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة ومعالجة الإشكالية المطروحة والإجابة عليها، فقد تم توظيف المنهج الوصفي التحليلي وذلك بالاستعانة بجملة من المراجع لوصف واعطاء مفاهيم أساسية حول عناصر البحث من أجل فهم مضامين الأعمال الاستراتيجية وما ينتج عنها لمفهوم نموذج ريادة الأعمال، ومن هذا المنطلق أم تقسيم الورقة البحثية إلى ثلاث محاور تمثلت في:

- مفاهيم ومصطلحات الدراسة؛
- استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وأهداف التنمية؛
- أهم التحديات التي تعترض وتواجه رواد الأعمال في سبيل تحقيق التنمية الشاملة.

2. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

من خلال هذا المحور والمتضمن بالمفاهيم سنستهل الدراسة بمحاولة الإلمام بمختلف المفاهيم المتعلقة بالمصطلحات التالية.

1.2. الريادة الاستراتيجية (ريادة الأعمال)، المفهوم والأهمية:

لقد استخدم مصطلح الريادة (Entrepreneurship) قبل أكثر من مائتي عام، لكنه لا يزال موضع غموض بعض الشيء، كون الأعمال الصغيرة اليوم بمثابة المحرك الرئيسي ومصدر مهم لغرض العمل والانتاج (بن موسى ، 2019، صفحة 3) ، إذ يعتمد النجاح في بيئة الأعمال اليوم، إلى حد كبير، على رواد الأعمال الذين يمكنهم تحويل الأفكار إلى أعمال ناجحة إلى جانب الابتكار وتطوير المنتجات وتطبيق ممارسات الإدارة الجيدة وتلبية توقعات العملاء ومتطلبات السوق (Alawamleh, Hanna Francis, & Jama, 2023, p. 2).

ومن بين التعاريف لإدارة ريادة الأعمال وفقاً لاستيفنسون فقد ذكر أن ريادة الأعمال باعتبارها حالياً منهجاً للإدارة من خلال السعي وراء الفرصة دون اعتبار للسيطرة على الموارد. إدارة ريادة الأعمال هي استراتيجية مجربة للحصول على مزيد من المساءلة المتغيرة من حيث الخدمات الداخلية مما يؤدي إلى حصول العملاء على قيمة أفضل مقابل أموالهم وسيتم تحقيقها من خلال الهياكل والحوافز والتمويل المختلفة (Azlina Ab Rahman & Ramli, 2014, p. 132).

في حين قد عرف (Drucker Peter) الريادة تعني قدرة المنظمات على تحصيل الأرباح من خلال الاستغلال الأمثل للفرص، والمنظمات الرائدة في محيط عملها وذلك في اكتساحها موقعا مهيمناً في السوق وتحقق بذلك ميزة تنافسية بينها وبين المنافسين على السلع (عبد الراق، 2017، صفحة 74)، بالتالي فإن المنظمات الريادة التي تمتلك القدرة على الإبداع في خلق منتجات جديدة وطرق في الانتاج في الأسواق كذلك جديدة خاصة في التركيز على ادارة الاستراتيجية في تحسين الأداء (السكرانه ، 2008، صفحة 87)، مع تبني المنظمات لاستراتيجيات للنهوض بأعمالها الأساسية الخمسة، مع التركيز على المنتجات والخدمات (Nowicka-skowron & stachowicz, 2020, p. 101).

وهو في الأخير يقف على كل ماله علاقة بمفهوم الإبداع وإيجاد منتجات جديدة لم تتواجد من قبل منتجات موجودة، فالريادة هي عملية ديناميكية للتغيير والابتكار وتقتضي وجود طاقة وعاطفة في سبيل تنفيذ أفكار جديدة ومبتكرة، وكذلك استغلال الموارد والفرص المتاحة وبناء خطة عمل واضحة واستحداث طرائق عمل جديدة تقود تؤدي إلى بناء اقتصادي جديد (بن موسى، صفحة 4).

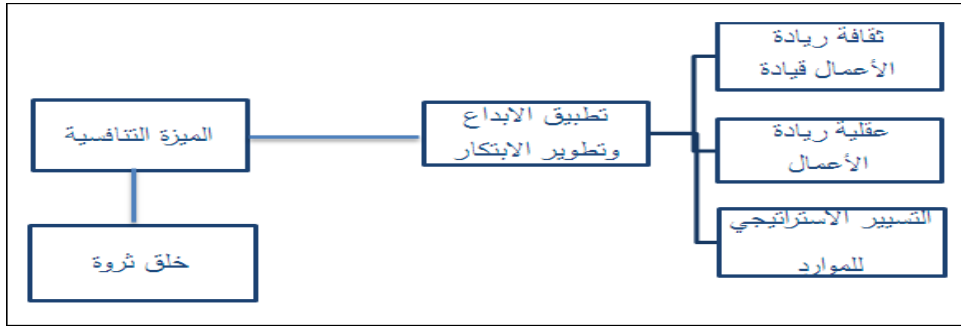
وفيما يتعلق بمفهوم رائد الأعمال فإن هذا اللقب يمنح لمن ينشأ مشروعاً جديداً أو يقوم بتقديم فعالية مضافة للاقتصاد، والريادة الإدارية كذلك هي الأخرى تشمل من يدير الموارد المختلفة لتقديم إضافة جديد أو ابتكار مشروع ما (شيلي، 2015، صفحة 45)، كما أن رائد الأعمال ليس مجرد رجل أعمال يقدم منتجاً أو خدمة جديدة إلى السوق بل يعتبر قائد فعال يمكنه تعزيز الإبداع والابتكار لدى فريقه (Jae Shin, 2019, p. 27)، يتخذ رائد الأعمال ، بمساعدة شبكة صنع القرار جملة من الإجراءات (يتخذ القرارات ويتحمل المخاطر ، ينظم عوامل الإنتاج بأكثر الطرق فعالية بهدف تحقيق أفضل نتيجة ممكنة يستخدم الابتكارات ويراقب مبادرات ريادة الأعمال الرائدة من أجل استخلاص الأفكار، كما يبحث عن فرص الريح ويتبنى استراتيجيات ذكية (Carayanni, T. Samara, & L. B, 2015, p. 139).

أما بخصوص ريادة الأعمال الرقمية فقد عرفتها المفوضية الأوروبية بأنها محاولة خلق وظائف جديدة من خلال تطوير تقنيات رقمية جديدة ومجالات جديدة لاستخدام هذه التقنيات أو تمكين رقمته الشركات، التي تقوم على الأعمال التجارية على

شبيكات الإنترنت تنشئ وتدار من قبل الأفراد، وهي مصدر للدخل أو مواقع نشطة لبيع السلع وتقديم الخدمات، كما يعتمد هذا النشاط الريادي على تكنولوجيا المعلومات لإنشاء السوق. (حناشي ، قاطر ، و محرز ، 2023، صفحة 323).

وفي مفهوم ريادة الاستراتيجية تطور مفهومها بالتزامن مع تطور مفاهيم ريادة الأعمال (Soltanifar & Smailhodžić , 2021, p. 5)، فنجد أن استراتيجية ريادة الأعمال تم تعريفها على أنها "عملية تتوقع المؤسسة من خلالها إحداث تغييرات من شأنها التأثير في مكانتها التنافسية، فتحدد الأهداف و تخصص الموارد اللازمة لتلك التغييرات، ومع دمج ريادة الأعمال بالإدارة الاستراتيجية يتبين بأن هذا الدمج يساعد المؤسسة على حل التعقيدات التي يقع فيها المسيرين من جهة وتطور المؤسسة من جهة أخرى (صكوشي و مجدل، 2019، صفحة 42)، كما يتم تعريفها على أنها: "النشاط الريادي من منظور استراتيجي والذي يعزز من أهمية إدارة الأدوار الريادية والأنشطة الاستراتيجية؛ حتى تتمكن من تحقيق الميزة التنافسية التنافسية" (Tantau , 2008, p. 73)، ويعد النشاط الريادي هو الآخر بمثابة أعمال استراتيجية يتم تحقيقها من خلال العقلية الريادية (Dogan, 2015, p. 1291)، ولا يمكن بأي حال أن تتحقق ضمن بيئة تنعدم للاستقرار، واليقين من النجاح، وتكون عرضة للتحديات المختلفة كوجود اضطراب سياسي واقتصادي، بالمقابل أنه يمكن أن تتحقق عندما يتوافر وعي استراتيجي ومزايا كاريومية وقدرات بإمكانها ان تحقق افضل أداء مستقبلي وفق استغلال جيد للموارد المتاحة والعمل على توظيف القدرات (Abdulhussein Kzar, Mohammed,2023, p.13)، ومن خلال ما تم ذكره سنحاول التطرق الى نموذج ريادة الأعمال الاستراتيجية.

الشكل 1: نموذج ريادة الأعمال الاستراتيجية.



Resource: R. Duane Ireland, "A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions", Journal of Management, (Vol. 29, n.6, 2009), p.967.

ولعل أبرز الخصائص المتعلقة بمنظمات الأعمال الريادة تتحدد ضمن ما يلي: أولاً الرؤية والماخ التنظيمي، بحيث على المنظمة أن تمتلك رؤية واضحة الاهداف والمعالم، والخاصية الثانية تتحدد في التوجه نحو السوق فمعرفة السوق هي مهمة لقيادة الابداع، أما الخاصية الثالثة تكمن في أن تكون المنظمة صغيرة وذات هيكل مبسط، فكلما اتسمت المنظمة بالتنظيم المنبسط فإنه يسهل عليها السيطرة كخلق مشاريع متفرعة من المنظمة الأم، والخاصية الأخيرة اتسمت في جماعات العمل الغير تقليدية فاستعمال مجاميع وظيفية خارج خطوط السلطة التقليدية يشجع على انجاز العمل والتخلص من الرتابة والروتين في ممارسة العمل (علي حسين ، 2013، صفحة 393). بعد أن أخطنا بمختلف المفاهيم المتعلقة بالريادة والريادة الاستراتيجية سنحاول ضبط مفهوم الميزة التنافسية ومستوى تحسين الأداء.

2.2. مفهوم الميزة التنافسية وأنواعها:

ويقصد بها ايجاد ميزة تنافسية تميز المؤسسة عن غيرها من المؤسسات الأخرى التي تجعلها فريدة ومميزة عن غيرها (ميلاد صالح و مسعود صالح، 2023، صفحة 40)، فالشركات المتنافسة في الصناعات العالمية التي تستثمر أكثر في الميزة التنافسية تحقق أيضاً أكبر العائدات، وغالبا ما يتفاعل المستثمرون بشكل إيجابي مع إدخال منتج جديد وبالتالي زيادة سعر أسهم

الشركة، ويعد الابتكار السمة الأولى للشركات عالية الأداء، "قد يكون الابتكار مطلوباً للحفاظ على التكافؤ التنافسي أو تحقيقه (Djordjevic, 2013, p. 156)، كما تتسم الميزة التنافسية بالاستمرار والتجديد مما يتيح لها خلق فرصة للعملاء وتلبية احتياجاتهم وتضمن ولائهم لتحسين صورة المؤسسة بالسوق المنافس (ميلاد صالح و مسعود صالح ، صفحة 42)، وتنشأ هذه الميزة بوجود مجموعة من العوامل منها ما هو داخلي وآخر خارجي، فالعوامل الخارجية تظهر من خلال وجود التغيرات الاقتصادية والقانونية والتكنولوجية، مثال على ذلك كإدخال تقنية أو تكنولوجيا حديثة على سوق العمل قد تحصل على ميزة تنافسية تنفرد بها المؤسسة في توفير الحاجيات في السوق بطرق أفضل، من خلال القدرة على سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية يدل على قدرة المؤسسة على المرونة والتأقلم مع المتغيرات الطارئة، بالتالي القدرة على التنافسية العالية يعود على نسبة الكفاءة في الأداء في البحث الدائم عن اشباع متطلبات وحاجيات الزبائن...، وكثيراً ما تشير إليه بعضاً من الدراسات حول الميزة التنافسية لمؤسسات ذات صناعة صغيرة تغلب عن مؤسسات ذات صناعات كبيرة وأقرب مثال على ذلك، الصناعات الصغيرة الأمريكية ساهمت بنسبة معتبرة من إجمالي التصدير للخارج بـ33% في سنة 2000 (العامري، الغالي، 2008، صفحة 179).

وفيما يخص العوامل الداخلية، فيجب أن تتوافر المؤسسة القدرة على امتلاك موارد أو البحث على مكامن لا لا يمتلكها أحد غيرها من المؤسسات أو الشركات المنافسة، على الموارد والقدرات كالابتكار والإبداع لأن لهم دور بارز في تطوير المنتج لكي يكون أكثر مستوى فعالية للمنافسة مع المؤسسات الأخرى (صفحة 42).

كما للميزة التنافسية أهمية بالغة من خلال أفضلية للمنافسين، مما يعطيها نتائج عالية، كما ينتج عنها تفوقاً نوعياً، كما تساهم الميزة التنافسية في التأثير الإيجابي لإدراك للمتعاملين معها، وكذلك العملاء والذي بدوره يقود المؤسسة إلى التطوير وتقديمها على غيرها من المؤسسات. (السكرانه، صفحة 91).

نستخلص من خلال ما تم الإشارة إليه حول مفهوم الميزة التنافسية، والعوامل المؤثرة فيها وأهم الدور الذي تلعبه للمؤسسة نستنتج بوضوح أن المؤسسة عندما تمتلك القدرة على التفوق على منافسيها في السوق فتتولد الميزة التنافسية للشركة مما تمنح قيمة أكبر لأصحاب المصلحة ويسمح للمؤسسة بتحقيق أرباح حتى لو كانت هامشية مقارنة بالمؤسسات الأخرى مما يولد قيمة أكبر للمؤسسة ومساهمها، وتسمح العوامل الداخلية والخارجية ان توفرت بالشكل المطلوب للمؤسسة بإنتاج خدمات أو سلع بشكل أفضل وتكلفة أقل وجهد أقل، مما يتيح من تحقيق مزيد من المبيعات.

3.2. مفهوم تحسين الأداء:

ويعني به التطور في العنصر البشري الذي يعد عاملاً في مقايسة جوانب الربحية والعائد للمؤسسة (صفحة 92)، وبالتالي هي مفاهيم على المؤسسات أن لا تغفل علمياً نظراً لكونها تقوم على قياس النتائج للتعرف عليه يتم وضع الخطط اللازمة لتحسين الأداء واتخاذ كل الاجراءات على نقاط القوة والضعف في عمل المؤسسة، إلا انه تعتبره الكثير من التحديات من بينها المعوقات على مستوى الدولة هذا النوع يتأثر بشكل مباشر من اللوائح والقوانين التي تحكم الدولة التي تقع فيها المؤسسة ومن أهم هذه المعوقات هو تحديد الأسعار وسلم الأجور للعاملين بالمؤسسة (ميلاد صالح و مسعود صالح ، الصفحات 46-47).

3. استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وأهداف التنمية:

من خلال هذا المحور سنحاول التعرف لأهم الاستراتيجيات التي تقوم عليها الريادة الأعمال من ثم التطرق للدور الذي توليه ريادة الأعمال في تحقيق وبلوغ أهداف التنمية.

1.3. استراتيجيات الريادة في الأعمال:

هناك خمس استراتيجيات مختلفة للريادة الأعمال وذلك لإنشاء ميزة تنافسية، وفيما يلي نتعرف عليهم بالتفصيل إذ تعددت استراتيجيات الريادة الأعمال وفق القطاع الذي تنشط به وعليه سنحاول التطرق لأهم الاستراتيجيات التي تناولها الباحثين بخصوص هذا الشأن.

- استراتيجيات الإبداع: **Innovation** تكمن هذه الاستراتيجية من خلال اعتبارها أحد الوظائف المحددة للريادة سواء تعلق الأمر بمشروع أو بمنظمة، كما يخلق موارد وثروة جديدة وهو بالتالي أحد مخرجات الرئيسية للمنظمات (علالي و علالي، 2021، صفحة 466)، وذلك من خلال تطوير الأفكار الابتكارية والاستجابة للفرص في المنظمة، ويعد كقوة أولية لمراحل الابتكار مما يضمن نجاح المنظمة على المدى البعيد (السكرانه، صفحة 89)، ورواد الأعمال الذين يسعون جاهدين لتحقيق أهداف طويلة الأجل بتفان قوي، واتخاذ المبادرات وامتلاك موقف ريادي، يميلون إلى امتلاك كفاءة الالتزام، يحتاج رائد الأعمال إلى الالتزام الكامل عند القيام بعمل لشخص ما لتلبية طلب العملاء ومتطلباتهم. سيدزل رواد الأعمال جهداً أكبر لضمان رضا الشخص عن عملهم ونتائجه، وبالتالي فإن رواد الأعمال الذين يمتلكون هذه الكفاءة يقدمون تضحيات شخصية كبيرة إذا كان عليهم ذلك، بما في ذلك العمل لساعات طويلة، والحفاظ على مستوى عالٍ من الطاقة والتحفيز (Zainol & Al Mamun, 2018, p. 305)، وتمثل إحدى الفوائد الرئيسية للإبداع في تحفيز سلوك ريادة الأعمال، وعلى وجه الخصوص، الابتكار والاستباقية والمخاطرة (Hisrich & Soltanifar, 2021, p. 28). كما أن الإبداع مجال لا مفر منه في عالم الأعمال... دتجد أن الإبداع ليس مجرد حالة ذهنية ولكنه أيضاً العمل والتدريب والإرادة لخلق شيء ذي قيمة لنفسك وللآخرين. رواد الأعمال هم المحركون للتغيير وهم مستمرون في الإتيان التقنيات والمهارات في مجال تخصصهم (Hisrich, Soltanifar, p.28).
- إستراتيجية تبني المخاطرة: بتعريف رواد الأعمال بأنهم أفراد يستغلون فرص السوق من خلال الابتكار التقني والتنظيمي والمخاطرة، ومع ذلك، فإن مجموعة من السلوكيات المبتكرة والاستباقية والمخاطرة، التي يمكن أن تخلق قيمة في المؤسسات (Azlina Ab Rahman & Ramli, p. 132)، وهي استراتيجية تتبناها المنظمات أو الأشخاص أو الإدارة بصفة عامة في قدرة هذه الأخيرة على تحمل المجازفة والمخاطرة في سبيل بلوغ النجاح وتحقيق الأداء (السيد علي حسن، 2020، صفحة 7)، للحصول على فرص لأن المنظمات تعمل وفق البحث عن البدائل وسط المخاطر (علالي و علالي، صفحة 466)، وأقرب مثال على ذلك كأن يقوم الريادي بأخذ المجازفة في طرح منتجات جديدة بالأسواق أخذاً بعين الاعتبار ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض (السكرانه، صفحة 89).
- إستراتيجية الابتكار: **Creativity** وتعني هذه الاستراتيجية أن يتم تبني الحلول ذات إبداع أم يكن معروفاً من قبل أي أنه غير مألوف قصد مواجهة وتحدي المشاكل وتلبية الحاجات، كما يعد عنصرًا مهمًا للريادة (السيد علي حسن، صفحة 98)، في الوصول إلى فكرة جديدة ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر في المؤسسات المجتمعية، فهو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة، والمنظمة الابتكارية هي تلك المنظمة التي تبتكر أشياء ذات قيمة (السكرانه، صفحة 89)، كما يعد الابتكار الأداة المحددة لرواد الأعمال وهي الوسيلة التي يستغلون من خلالها التغيير كفرصة لعمل مختلف أو خدمة مختلفة. إنه قادر على تقديمه كنظام، قادر على التعلم، وقادر على الممارسة. يحتاج رواد الأعمال إلى البحث بشكل هادف عن مصادر الابتكار والتغيرات وأعراضها التي تشير إلى فرص الابتكار الناجح. وهم بحاجة إلى معرفة مبادئ الابتكار الناجح وتطبيقها. (Drucker, 2007, p. 28).

- استراتيجية التفرد: **Uniqueness** وتكمن هذه الاستراتيجية من خلال إدخال طرق جديدة سواء أكانت تكنولوجية أو منتجات جديدة، أو طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة أو في إدارة التنظيم وهيكلته، مع الانفراد بمنتج معين أو خدمة ما في مجال المنافسة في قطاع الأعمال (السكرانه، صفحة 89)، بالتالي تحديد الفرص وتلبية الطموح من خلال اعتماد رؤية استشرافية ثاقبة (السيد علي حسن، صفحة 98).

- استراتيجية المبادرة **Proactiveness**: تقوم هذه الاستراتيجية على المشاركة في مشاكل المستقبل والحاجات والتغيرات، ومدى تقديم منتجات جديدة وتكنولوجية وتقنيات إدارية (السكرانه، صفحة 90).

2.3. دور زيادة الأعمال في التنمية الاقتصادية الشاملة:

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.

بالتالي لا أحد يستطيع أن ينكر أن أهداف التنمية المستدامة تمثل قدرا كبيرا من الطموح والتحدى في الوقت نفسه أمام جميع الدول دون استثناء، ان كانت دول تنتمي ضمن المتقدمة أو النامية؛ فالأهداف لها دورا كبيرا للابتكار وريادة الأعمال، ليس فقط في تخصيص هدف مستقل لتنمية الابتكار، بل أيضا في إقامة بنى تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع والمستخدم (ابو علي، 2019)، كما يعد الرأس المال البشري أساس التقدم والنمو، كون عناصر التنمية الشاملة تقتضي الدمج بين مختلف عناصر التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية، إذ لا يمكن أن تنشأ مشروعات في معزل عن المجتمع وعن السلطات المحلية. (عبد الهادي محمد وسعدون محمد، 2011، صفحة 9)، كون أهم عوامل ومن أهم عوامل رأس المال البشري تتحدد في الكفاءة والتدريب والتطوير إلى جانب التنظيم والمسار الوظيفي، والتعويضات (السيد، 2023).

وكثيرا ما تتطلب ريادة الأعمال ميزة في تحقيق التنمية الاقتصادية وعائدتها تعود بالمنفعة للفرد والمجتمع على حد سواء، ومن بين المميزات التي تنجر على نشاطات ريادة الأعمال على سبيل الحصر التوظيف الذاتي، والتحرر والاستقلال من الاعتماد على وظائف الآخرين، توظيف الآخرين في وظائف غالبا ما تكون أفضل لهم، تطوير المنتجات أو توفير خدمات أكثر وخلق أسواق جديدة وبديلة، تصنيع المواد المحلية في شكل منتجات نهائية توجه للاستهلاك أو التصدير، إلى جانب زيادة الدخل وزيادة النمو الاقتصادي، تقليل هجرة المواهب من خلال توفير مناخ ملائم لريادة الأعمال (ضيف، قهيري، و ضيف، 2020، الصفحات 41-42)، من جانب آخر أن للتنمية المستدامة دورا بالغ الأهمية ويكمن في تطوير المدن والمجتمعات بالإضافة إلى الأعمال التجارية مما يتطلب استخدام الموارد الطبيعية لتحسين الظروف المعيشية للأفراد دون اسراف كما في حال التلوث البيئي مثلا أو ما يحصل من ندرة المياه الصالحة للشرب كما أن التنمية المستدامة تشمل مجالات كثيرة مثل النمو الاقتصادي والتنمية الاجتماعية بالإضافة الى الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية وهنا يكمن دور ريادة الأعمال في ابتكار طرق جديدة وليست الطرق المعتادة التي تسبب التلوث وذلك من أجل استثمار الطاقات البشرية وموارد الطبيعة بحيث تنعكس نتائجها إيجابا على كل أفراد المجتمعات حاليا ومستقبليا، مثل الابتكار من أجل استثمار وسائل الطاقة البديلة (كابتكار سيارات الكهرباء التي تحد من التلوث الهوائي،..) وبالتالي فإن ريادة الأعمال هي أداة أساسية للتنمية المستدامة وتطوير ريادة الأعمال له دور كبير في تحقيق وتفعيل التنمية المستدامة (غازي والسيد الجزائر، 2021، صفحة 115).

كثيرا ما تصنع العمولة بشقها الإيجابي على اعادة التغيير والتنظيم في مستويات البيئات الدولية (وطنيا أو محليا) فالعمولة بات من شأنها أن تخلق فرص جديدة من ريادة الاعمال والشركات على المستوى الدولي تمكنها من خوض المنافسة (Markova, Akaiso, 2023, p.3)

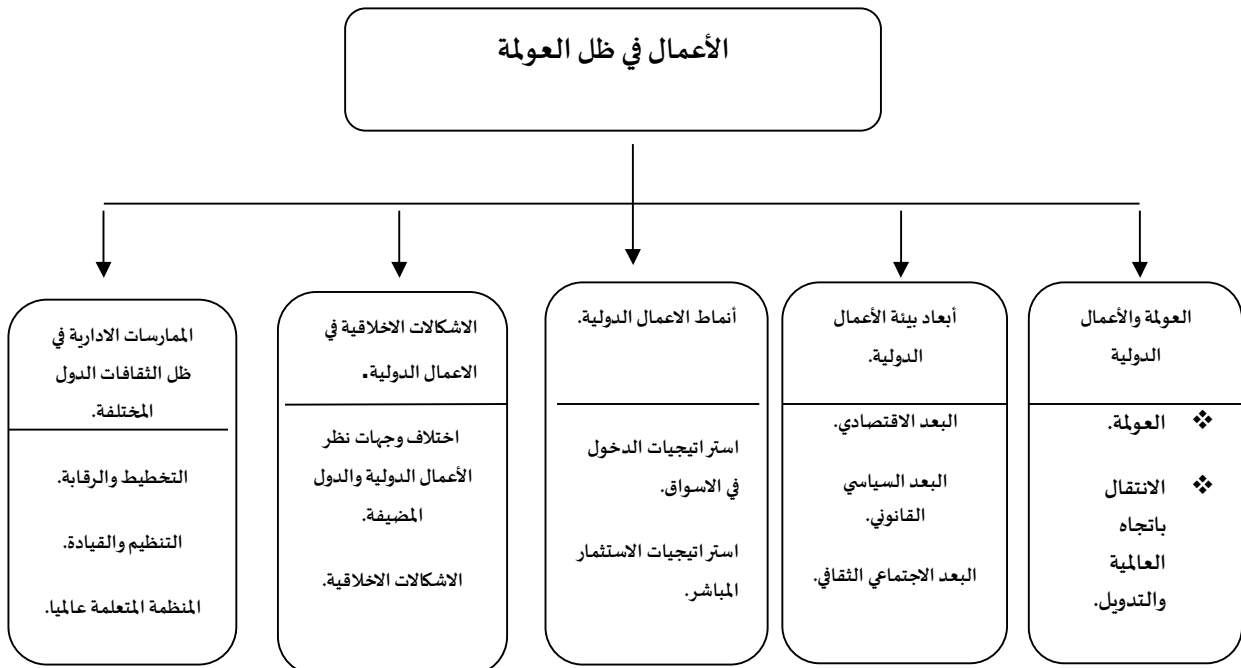
ومن أهم نماذج ريادة الأعمال ضمن بيئة معوملة، نلاحظ ان الرواد المعاصرون قاموا بإنشاء ديناميكيات جديدة في الاستخدامات التي تتيحها الانترنت مما أدى الى ظهور نماذج، من بينها النموذج القائم على العمولة: كأن يوفر عمولة خدمة مخصصة، ومن مزايا هذا النموذج أن يسهل المعاملات مع العمولة ومن امثلة على ذلك شركات دوت كوم، وبائعي الوجبات السريعة، ووكلاء الحجز تندرج ضمن هذا النموذج.

وينحصر النموذج الثاني أن يكون قائم على الاعلانات: تكمن مهمته في توفير خدمات بالمجان للزوار، ونموذج الثالث ويطلق عليه نموذج الأعمال التجارية: القائم على استخدام الانترنت لتوسيع السوق في تمثيل الشركات الافتراضية، مع ضرورة تخفيض التكاليف من بينها شركات عالمية كشركة Amazon و Aliexpress .

بالإضافة الى نموذج اعمال التصنيع في هذا النموذج يتم اعتماد ريادة الاعمال على استخدام فكرة انتاج السلع الوسيطة والمواد الخام مع تخفيض في تكاليف التسويق (Kalyani, p.53). كما قد لعب رواد الاعمال دورا رئيسيا في هذه النماذج خاصة عند مشاركة الدول النامية في عملية العمولة مما خلق فرصة للاستفادة من الرسمال الاجنبي وتعزز عملية التنافسية داخل السوق (Incekara,Savrul, 2013 , p.15).

بالتالي مسألة عمولة الاعمال في عالم اليوم أتاح للجميع دون استثناء في خلق فرص في تعزيز التنافسية، والابداع، وحتى الابتكار واكتساح الأسواق، وهو ما يوضحه الشكل التالي عن تأثير العمولة في ريادة الاعمال.

الشكل2: إدارة الأعمال في ظل العمولة.



المصدر: صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالي، الادارة والأعمال، عمان: درا وائل للنشر، 2008، ص.147.

4. أهم التحديات التي تعترى وتواجه رواد الأعمال في سبيل تحقيق التنمية الشاملة:

تواجه الكثير من المجتمعات ومنها مجتمعاتنا العربية، تحديات كبيرة في جهودها المبذولة لدفع عجلة التنمية بأبعادها المختلفة، اجتماعية كانت أم الاقتصادية وحتى السياسية منها، وعلى نحو مزيد من تحقيق النمو المستدام، كما تؤثر الريادة إيجابيا في التنمية الاقتصادية من خلال انشاء منظمات أعمال محلية فاعلة مما يساهم في التطور المحلي عن طريق توفير فرص العمل وزيادة العوائد، إذ تلعب المشروعات الريادة دورا هاما في الاقتصاديات العالمية كونها من أبرز محركات النشاط والنمو الاقتصادي ومن ثم المساهم الأكبر في فرص عمل، ذلك أن ابراز ما يميز المشروعات الريادية قدرتها الاستيعابية للأيدي العاملة وكونها تعد ذات كثافة في عنصر العمل وميدان لتطوير القدرات والامكانيات البشرية مما يجعلها مكانا مناسباً لاستثمار الطاقات البشرية وساهم مساهمة فاعلة في الحد من ظاهرتي الفقر والبطالة (عبد الهادي محمد وسعدون محمد، 2011، صفحة 10)، ونظرا لاتساع الفجوة بين الغرب المتطور في الدول الصناعية والدول النامية في ظل تأثير تكنولوجيا المعلومات ومخلفات العوالة في انعكاسها على الأعمال (العامري، الغالي، صفحة 42).

ومن خلال ما توليه الاعمال الريادية من بلوغ أهداف التنمية إلا أنها في الكفة الثانية تعترضها جملة من التحديات ومن أبرز هذه التحديات والتي تؤثر على الابتكار والريادة من منظور أهداف التنمية 2030، تنحصر بقوة في التزايد السكاني 8.5 بليون مع 2030، شباب مقابل كهول، الموارد الطبيعية والطاقة، كزيادة الطلب على الطاقة، والطاقة المتجددة، تضخم المدن، كذلك عامل آخر البيئة وتغير المناخ، الى جانب العوالة وقضايا التجارة وتحريرها، والتهرب الضريبي، دور الحكومات من ناحية الدين العام، مصاريف الدفاع والأمن، الاقتصادي وفرص العمل الانتاجية، عدالة الدخل، ومستوى المعيشة (الايسكوا، 2020)، إن بلوغ اهداف التنمية لا شك أنه سيمنح دورا كبيرا للمبتكرين ورواد الأعمال في تنفيذ أهداف التنمية المستدامة، من جهة أخرى تعمل الحكومات على تشجيع الابتكار والريادة، إلا أن أمبر تحدي يواجه مجتمعات الدول النامية اليوم هي ضرورة فهم عائدات هذا الابتكار على المجتمعات بالأخص الدول النامية، مع منح الثقة في سبيل دعم المشاريع الصغيرة، وهو ما يقع على عاتق حكومات هذه الدول في العمل على تشجيع المؤسسات الحكومية على احتضان المشروعات الصغيرة، والعمل على دمج أفضل التكنولوجيات والابتكارات في برامجها، وإتاحة الفرص أمام أصحاب هذه المشاريع في المناقصات الحكومية (ابو علي).

فلكل عمل وله بالمقابل تحديات، خاصة من ناحية بدء عمل تجاري وإدارته ليس بالمهمة السهلة، فمن الطبيعي أن يواجه أي رواد أعمال جدد في الميدان تحديات أو عقبات خلال المرحلة المبكرة من إنشاء مشاريع جديدة، لذلك، يجب أن يكون رواد الأعمال على استعداد لمواجهة تلك التحديات أو العقبات بعقل متفتح، ولعل أبرز هذه التحديات التي تبرز في وجوههم كنقص المساعدة المالية، ونقص المعلومات حول مختلف جوانب الأعمال، والضرائب المرتفعة، وارتفاع معدل التضخم.

كما أن "صعوبات التمويل أعاقَت التحسين التكنولوجي وتجميع الموارد" للعديد من أصحاب الأعمال الصغيرة. يواجه رواد الأعمال الشباب نفس المواقف. وجدت دراسة أجراها كل من Lorrain & Laferté أن التحديات أو المشاكل التي يواجهها رواد الأعمال خاصة فئة الشباب تشمل الموارد المالية وإدارة الأعمال، لأن توافر الموارد المالية والحصول على الأموال لتكون بمثابة رأس مال لأعمالهم من المؤسسات المالية، يفتقرون إليها، إلى جانب التوثيق التجاري المناسب، بالتالي يحتاج رواد الأعمال، وخاصة من فئة الشباب إلى القوة المالية السليمة من بل الحكومات الدول التي ينتمون إليها لبدء أعمالهم التجارية واستدامتها (Yuhanis & Abu Hanifah , 2021, p. 2).

كذلك ومن أبرز التحديات التي تواجه رائدي الأعمال في الدول النامية يكمن في عدم توفير التشريعات والقوانين التي تكون بمثابة صمام أمان حول تفعيل آليات واستراتيجيات الريادة الأعمال، مما يخلق أزمة في تفسير وتحوير القوانين خاصة عند البدء في مباشرة مشاريع مما يوقع رواد الأعمال في جملة من العوائق خاصة منها البيروقراطية، من جانب آخر تفقد حكومات الدول النامية رهان خوض الغمار في منح الثقة في التجارب الاقتصادية لرواد الاعمال خاصة حول إمكانات تلك المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وكونها قوة تهيؤ إلى التأثير الفعال على الصعيد الاقتصادي المحلي والدولي، وبالتالي لم تمنح كامل الثقة لهؤلاء المبادرين. (السيد عمر، 2018).

6. خاتمة:

من خلال ما سبق يمكن القول أن بالرغم من وجود تنوع في استراتيجيات الريادة إلا أنها في الأخير تهدف الى هدف واحد ومشترك يكمن في تدعيم القدرة الابتكارية لمنظمات الأعمال من خلال زيادة مبادراتها واستعدادها لتبني المخاطر، لتقديم منتجات وخدمات جديدة للأفراد وللمجتمع بصفة عامة وحتى سلعا توجه للتصدير، كما أن لريادة الأعمال الأثر الإيجابي الذي يطرأ على الاقتصاد والمجتمع كون هذا الأخير يساهم في استقرار المجتمع وتحقيق النمو بالتالي النهوض بالقطاع الاقتصادي في الدول ليس على المستوى المحلي فقط بل يشمل حتى المستوى الدولي من حيث التجارة والتنوع في التصدير.

كذلك نستخلص من البحث أن لريادة الأعمال سمة تكمن في استراتيجية الميزة التنافسية، خاصة من ناحية تحقيق الابداع وادخال مفاهيم الريادة الاستراتيجية التي من شأنها أن تجابه مخرجات البيروقراطية.

أما من ناحية أهداف التنمية في الدول النامية كي تحقق الابتكار والنهوض بالقطاع الصناعي وتحقيق قفزات مهمة في النمو الاقتصادي، ورفع معدلات الدخل القومي لابد من توفير البيئة المحفزة للأعمال سواء قانونيا من خلال تبني تشريعات حديثة داعمة وبرامج جديدة، والعمل على توفير بنية تحتية للتكنولوجيا، في ظل التطورات المتسارعة والتقدم التكنولوجي التي تشهده منظمات الأعمال المتابعة المستمرة للمنظمات الدولية والإقليمية والمحلية والتعرف على آخر المستجدات في هذا القطاع للاستفادة من خبراتها، في ظل عام معولم، مع محاولة قدر الامكان في منح فرص في استغلال الطاقات البشرية(الرأسمال البشري)، بالأخص رواد الأعمال الفئة الشبابية بإمداد هؤلاء بالدعم المالي المختلف، مثل الائتمان قليل التكلفة، وكل هذه التحديات تحتاج في الأخير لما يسمى بأدوات ريادة الأعمال.

كما يتوجب على رواد الأعمال تبني استراتيجيات من اجل تجاوز كل المعيقات التي تقف حائلا في بلوغ التنمية، كون ان بيئة الاعمال الايجابية هي طريق ممهّد لبلوغ التنمية الاقتصادية، والتي من أهمها تجاوز مسالة التوظيف مثلا، اذ ان توظيف العمال يشكل تحديا لدى رواد الاعمال، كالخوف من احتمالية عدم اختيار الاشخاص الكفاء المناسبين، زد على ذلك عدم امكانية رواد الاعمال اختيار الوقت والمجال المناسب لاكتساح الاسواق وترويج المنتج، او البضائع المراد بيعها، الى جانب تحدي آخر يجب تجاوزه والمتمثل بمشاكل الدفع النقدي فكثيرا من أصحاب المشاريع خاصة الناشئة والصغيرة كثيرا ما يجدون صعوبة في ادارة مسألة التدفق النقدي، مما يثير أزمة دفع وتسديد الفواتير، وكل هاته المشاكل تندرج ضمن المسائل الادارية أما بخصوص ادارة الاداء في العمل وهي الاخرى تشكل تحديا في طريق ريادة الاعمال خاصة عند القيام بمهمة ما أو عند الاستعانة بمصدر آخر فانه يصعب دائما ضبط ادار الاداء في ريادة الاعمال، وتحدي آخر يظهر في استراتيجيات المتعلقة بالتسويق المواد للزبائن، فكثيرا لا يعرف رائد الاعمال ماهي افضل طريقة مناسبة لعرض منتوجاته سواء كان عن طريق الاعلانات أو عبر الانترنت أو غيرها من الوسائل.

7. قائمة المراجع:

1. ابو علي، حمد. (19 ديسمبر، 2019). ريادة الأعمال والتنمية المستدامة. مصر. تاريخ الاسترداد 4 افريل، 2023، من <https://www.youm7.com>
2. الأمير غازي، عبد الحميد سمر. السيد الجزائر، فاروق فتح. (2021). دور ريادة الأعمال في تحقيق أهداف التنمية المستدامة مع الاشارة الى الواقع المصري. مؤتمر الكلية 2020. كلية التجارة جامعة طنطا، مصر.
3. الايسكوا. (2020). منظور للتكنولوجيا والابتكار 2030 والحاجة لتخطيط جديد لتحقيق أهداف التنمية المستدامة (SDGs) في المنطقة العربية. منظمة الايسكوا. الأمم المتحدة. تاريخ الاسترداد 25 افريل، 2023، من <http://www.unescwa.org>.
4. بن موسى، م. (2019). السياق العام للعلاقة التفاعلية بين ريادة الأعمال والبيئة الاقتصادية والاجتماعية المحيطة الابداع، ريادة الأعمال والتنمية الإقليمية المحلية المستدامة. الجزائر.
5. حناشي، توفيق. قاطر، فارس. صالح، محرز. (2023). دور ريادة الأعمال في تحسين الخدمات شركتي علي بابا وأمازون نموذجاً. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والادارية، 7(1)، الجزائر.
6. خليفة. عبد الرحمن، ميلاد، صالح، خليفة، ابراهيم مسعود صالح. (2023). أثر الميزة التنافسية في تحسين اداء ريادة الأعمال دراسة ميدانية، المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية. المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية، 24(1).
7. السكرانه، خلف بلال. (2008). استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية على شركات الاتصال في الاردن. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، 1(7)، الاردن.
8. السيد عمر، يحي. (23 ديسمبر، 2018). تحديات "ريادة الأعمال" في النهوض باقتصاديات الدول النامية. مصر. تاريخ الاسترداد 29 افريل، 2023، من <https://www.ammonnews.net/article/423107>
9. السيد، شيرين. (27 افريل، 2023). استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية. مصر. تاريخ الاسترداد 23 ماي، 2023، من <https://www.almrsal.com>
10. شبلي، نبيل محمد. (2015). دور حاضنات المشروعات الصغيرة في دعم الابداع العربي. مجلة افاق اقتصادية، 25(97)، مصر.
11. صكوشي، أحمد، الخنساء، مجدل. (2019). ريادة الأعمال كأحد تطبيقات الإدارة المعاصرة دراسة تحليلية. مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات، 8(1)، الجزائر.
12. ضيف، سعيدة. قهيري، فاطنة. ضيف، أحمد. (2020). نحو تحقيق تنمية اقتصادية من خلال تعزيز دور ريادة منظمات الأعمال: مع الاشارة لتجربة الجزائر. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، 5(2)، الجزائر.
13. العامري، صالح مهدي محسن، الغالي، طاهر محسن منصور. (2008). الادارة والأعمال، ط2، درا وائل للنشر، عمان.
14. عبد الهادي محمد، إيثار. سعدون محمد، سلمان. (2011). دور ريادة منظمات الأعمال في التنمية الاقتصادية. ملتقى الدولي نمو المؤسسات والاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي وتحديات الأداء البيئي. ورقلة: جامعة قاصدي مرباح ورقلة. تاريخ الاسترداد 27 افريل، 2023.
15. علاي. الزهراء، علاي. فتيحة. (2021). مخطط الأعمال وتحقيق ريادة الأعمال. مجلة التكامل الاقتصادي، 9(2)، الجزائر.
16. علي حسن، نادية السيد. (2020). الريادة الاستراتيجية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات التعليمية. مجلة مستقبل التربية العربية، 27(125)، مصر.
17. علي حسين، ميسون. (2013). ريادة الأعمال، الريادة في منظمات الأعمال مع الاشارة لتجربة بعض الدول. مجلة بابل للعلوم الانسانية، 21(6)، بغداد.
18. Alawamleh, M., Hanna Francis, Y., & Jama, K. (2023). Entrepreneurship challenges: the case of Jordanian start-ups. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 1-16.
19. Azlina Ab Rahman, N., & Ramli, A. (2014). Entrepreneurship management, competitive advantage and firm performances in the craft industry: concepts and framework. Elsevier, 130-145.
20. Carayanni, E., T. Samara, E., & L. B. Y. (2015). Innovation and Entrepreneurship Theory, Policy and Practice. Switzerland: Springer International Publishing,.
21. Djordjevic, B. (2013). Strategic Entrepreneurship: Issues and Challenges. Mediterranean Journal of Social Sciences, 4(7).
22. Drucker , P. (2007). Innovation and Entrepreneurship Paperback. New Zealand: Harper Collins Publisher.
23. Duane Ireland, R.(2009). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions, Journal of Management, 29(6).

24. Hisric, R. D, Soltanifar, M. (2021). Unleashing the Creativity of Entrepreneurs with Digital Technologies, Mariusz Soltanifar Mathew Hughes, Lutz Göcke, Digital Entrepreneurship Impact on Business and Society ,Springer, Switzerland.
25. Incekara, A. Savrul, M. Impact of Globalization on Entrepreneurship in Developing Countries. Conference Paper in International conference on eurasian economies, September 2013. Incekara.
26. Jae Shin, S. (2019). Leadership and creativity: The mechanism respective. In The Oxford handbook of creativity, innovation, and entrepreneurship . New York: Oxford University Press.
27. Kalyani, P. Impact of Globalization on Entrepreneurship. (05/05/2023), in <https://inspirajournals.com>
28. Kzar, A.A. Mohammed, A.J. (2023). strategic entrepreneurship under the chaos theory, Revista de Gestão Sociale Ambiental. 17(7).
29. Markova, M. V., Akaiso, A. (2023). Does Globalization Impact Entrepreneurship? A Comparative Study of Dynamic Development Based on Changing Economic, Cultural and Business Environments, International Journal of Entrepreneurship and Business Development, 6(1).
30. Nowicka-skowron, M., & stachowicz, J. (2020). Strategic management processes in organization challenges during the pandemic. Scientific Quarterly, 4(52).
31. Soltanifar, M., & Smailhodžić, E. (2021). Developing a Digital Entrepreneurial Mindset for Data-Driven Cloud-Enabled, and Platform-Centric Business Activities. In: Digital Entrepreneurship Impact on Business and Society. Springer, Switzerland.
32. Tantau, A. (2008). Common dimensions for entrepreneurship and strategy: the need for strategic entrepreneurship. Journal of Management & Marketing-Buchares, 1(1).
33. Yuhanis, M., & Abu Hanifah, A. (2021). THE CHALLENGES AND STRATEGIES IN SUSTAINING A BUSINESS AMONG YOUNG ENTREPRENEURS. jurnal busines, 27(6), Malaysia .
34. Zainol, N., & Al Mamun, A. (2018). Entrepreneurial competency, competitive advantage and performance of informal women micro-entrepreneurs in Kelantan Malaysia jurnal of Enterprising Communities: People and Places , Global Economy, 12(3).

مستقبل المورد البشري في عصر الذكاء الاصطناعي: دراسة حالة مؤسسات تسيير النفايات

the future of human resources in the era of artificial intelligence: a case study of waste management organizations

حداد أمينة¹، حقاين فوزية²

¹ جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان (الجزائر).

² جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان (الجزائر).

ملخص: تهدف الدراسة إلى معرفة مستقبل المورد البشري في ظل التحولات السريعة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، فضلت الدراسة اختيار مؤسسات تميمين وتسيير النفايات لما تكتسيه هذه المؤسسات من أهمية محلية ووطنية في تحقيق التنافسية والريادة المستدامة وكذا تنشيط الاقتصاد الوطني، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لوصف متغيرات الدراسة بشكل مفصل ودقيق من خلال استقراء الدراسات السابقة، وقد سمحت لنا بعض الإحصائيات الوقوف على مستقبل المورد البشري في هذا النشاط الحيوي والمتطور بشكل كبير، أظهرت النتائج أن الذكاء الاصطناعي رافعة للأداء ومساعد للعمليات المتعلقة بتسيير النفايات (الجمع، الفرز، الفصل، تميمين..... وغيرها) بشكل يسير، ويساعد على المحافظة على صحة الفرد وتجنب احتكاكه المباشر مع المخلفات، وكذا من أجل السماح له بتطوير أفكاره وابتكار طرق جديدة لتسيير هذه الثروات المهدورة.

الكلمات المفتاحية: مورد بشري؛ تسيير النفايات؛ الذكاء الاصطناعي؛ مؤسسات تسيير النفايات

Abstract: The study aims to know the future of the human resource in the light of the rapid transformations towards the use of artificial intelligence. we choose institutions that value and manage waste because of the importance in achieving competitiveness, sustainable leadership, and economic value. The study adopted the descriptive approach to describe the variables of the study in detail and accurately through the extrapolation of previous studies. Some statistics have allowed us to stand on the future of the human resource in this vital and rapidly developing activity. The results showed that artificial intelligence is a performance driver and an assistant for operations related to waste management (collection, sorting, separation, valuation, etc.) in a simple way, and helps to preserve the health of the individual and avoid direct contact with waste, as well as to allow him to develop his ideas and invent new ways to manage these wasted wealth.

Keywords: Human resources; waste management; artificial intelligence; waste management organizations.

1. مقدمة.

تعتبر المشاكل المعاصرة للألفية متعلقة بالبيئة، وخاصة بتزايد الاستهلاك وارتفاع حجم النفايات بمختلف أنواعها في معظم دول العالم سواء متقدمة أو متخلفة، والتي انتهجت عدة إستراتيجيات لتحقيق التنمية المستدامة وتسيير النفايات بشكل فعال، مع البحث عن حلول إبتكارية في مجال تدوير واسترجاع النفايات، وخاصة في ظل الثورة الصناعية الرابعة عموماً والذكاء الاصطناعي خصوصاً.

لا تقتصر المشاكل البيئية فقط على الإنبعاثات الغازية الكربونية، بل تتعدى إلى انتشار الأوبئة والأمراض المعدية وعدم جمالية المناطق السياحية، فهي بمثابة مشكل رئيسي يضرب عدة قطاعات منها الاقتصادية والسياحية والصحية والاجتماعية لذلك ومن أجل تسيير هذه المخلفات أو بالأحرى المدخلات لعمليات إنتاجية أخرى والاقتصاد في المنتج الخام، وكذا التقليل من الضغط على مراكز الدفن والردم، بإعادة تدويرها واستغلالها بشكل ذكي يسمح لمتخذي القرار من استخدام التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي في أكثر من مجال في سلسلة القيمة للتدوير النفايات، والحماية النهائية للمورد البشري من التفاعل المباشر مع الملوثات.

من خلال ماسبق ذكره يمكن صياغة الإشكالية البحثية التالية: هل يمكن للذكاء الاصطناعي في مؤسسات تسيير واسترجاع النفايات أن يكون تهديداً على المورد البشري؟

من أجل الإجابة على التساؤل الرئيسي السابق يمكن طرح بعض الأسئلة الفرعية والمساعدة على بناء هيكل الدراسة وهي

كما يلي:

- ماهو تاريخ تدوير النفايات بدأ من الثورة الصناعية الأولى إلى غاية الثورة الصناعية الرابعة؟

- ماهو الذكاء الاصطناعي في مؤسسات تسيير وإسترجاع النفايات؟

- لماذا اللجوء للذكاء الاصطناعي في عملية تسيير النفايات وهل الجزائر وصلت لهذا التطور؟

- هل سيتم الإستغناء عن المورد البشري في عملية تسيير وإسترجاع النفايات في المستقبل القادم؟

1.1. فرضية الدراسة: من أجل الوصول إلى نتائج وهي إجابات مبدئية للأسئلة الفرعية لابد من صياغة الفرضية البحثية وإختبارها علمياً للحصول على حلول وافية للدراسة الحالية وستكون فرضيتنا كما يلي: لن يحل الذكاء الاصطناعي محل المورد البشري في مؤسسات تسيير وإسترجاع النفايات ولا يشكل تهديداً للتوظيف المورد البشري في المدى القصير.

2.1. الأهمية والأهداف: تكمن أهمية الدراسة من خلال أهمية الثورة الصناعية الرابعة أو تطبيقات و مجالات الذكاء الاصطناعي المتعدد الأوجه والمجالات، فقد أصبحت جل القطاعات تستعمل الذكاء الاصطناعي من أجل ربح الوقت وأداء المهام بشكل فعال، و تجدر الإشارة إلى أن تطبيق هذه التقنيات في تسيير النفايات تعتبر ذات أهمية بالغة لتقليل عمليات التلوث ونقل الأمراض في جميع مراحل العمليات، وهي الأهمية الجوهرية لموضوع بحثنا، والتي من خلاله سيتم تحقيق بعض الأهداف البحثية وخاصة المتعلقة بمعرفة ماضي، حاضر ومستقبل تسيير النفايات وإسترجاعها، كذا الوقوف على أهمية الذكاء الاصطناعي وقدرته على تعويض المورد البشري، بالإضافة إلى معرفة مخاطر هذه التقنيات العالية الدقة والجودة على المورد البشري.

3.1. حدود الدراسة: نظراً لحدثة الموضوع في الجزائر فإن هذه الإستراتيجيات الجديدة تعتبر مكلفة على مديريات البيئة، ولا يمكن إيجاد دراسة تطبيقية لمعرفة نجاعة إستعمال الذكاء الاصطناعي ميدانياً لتسيير النفايات، لذلك سوف تكون الدراسة وصفية وتحليلية لبعض المراجع والتقارير الوزارية.

4.1. منهج الدراسة: بالنظر إلى الدراسة التي يصعب إيجاد مؤسسات جزائرية تستعمل الذكاء الإصطناعي في تسيير النفايات، لجأنا إلى مراجعة الأدبيات السابقة وتحليلها لوصف متغيرات الدراسة ومعرفة أبرز المخرجات الفكرية والمعرفية لهذه الدراسة، لذلك قمنا بإنتهاج المنهج من أجل إستنتاج وصف دقيق للظاهرة المدروسة، وذلك من خلال إستقراء المراجع والتقارير الوزارية التي عالجت الموضوع.

5.1. التعريف الإجرائي لعناصر البحث

- المورد البشري: الموظفون أو الموارد البشرية هم الأفراد الذين يقومون بأداء المهام داخل المنظمة، وعادة ما يكونون المورد الأعلى من بين جميع موارد المنظمة، (Itika, 2011) فهم الثروة الحقيقية خاصة وأن هذه الموارد شهدت تغييرا ملحوظا منذ بدايات الإهتمام بهذا المورد بدءا من إعتبره كعنصر من عناصر الإنتاج عند الكلاسيكيين، (Nations, 2013) إلى أن أصبح حاليا ينظر إليه على أنه رأس مال كغيره من رؤوس الأموال، نظرا لإكتسابه معرفة مختزنة في أذهانه، (Arrow, et al., SUMMER 2004) لذلك على متخذي القرارات في المنظمة أو المسؤولين عن تسيير هذه الموارد تحديد استراتيجيات واضحة في عملية تحديد وإختيار وتلبية إحتياجات المنظمة، فنجاح المنظمة مرهون بنجاح وتطوير المورد البشري والعلاقة التي تربطه مع إستراتيجية المنظمة (Errida & Lotfi, 2021) ولا بد على المنظمة توفير التدريب ومتابعة المسار المهني وكذا تحفيز هذا المورد من أجل المحافظة عليه الإستثمار في العناصر البشرية واحد من أهم الخطط البعيدة المدى والتي ترجع على المنظمة بالقيمة والعائد المادي وكذا تعتبر المنظمات المتعلمة والتي تحوز على موارد بشرية كفؤة تعتبر منظمات ذات تنافسية عالية. (ilo, 2010)

- الذكاء الإصطناعي: نعرف أولا ماهو الذكاء و نظرا لأنه مقتن بال عقل البشري فهو القدرة على التفكير و القدرة على الإدراك والتحليل و التخيل وحل المشاكل و كذا إدراك الآخرين من أجل التصرف بشكل سريع، (mhalla, 2023) وإبقتانها بمصطلح الإصطناعي يصبح التعريف على أنها تلك التكنولوجيا الناشئة التي تستعمل البرامج الذكية والتي تحاكي العقل البشري وتتعداه في بعض الأعمال، والتي تساعد على كفاءة الأداء بفعالية (Shchitova, 2020) كما يمكن تعريفها على أنها تلك التقنيات المتطورة والمطورة من طرف علماء الرياضيات والتي تسمح بالتحكم والعمل وفق ماهو مطلوب ومحدد بدقة لا متناهية من طرف صانع التكنولوجيا والتقنية صانعها، (Hwang & Chien, 2022) أو يمكن تعريفه على أنه ذلك المجال من علم الكمبيوتر، الذي يهتم بتطوير أجهزة قادرة على مشاركة في عمليات التفكير البشرية مثل التعلم والتفكير وتحسين الأداء وإيجاد الحلول والتصحيح الذاتي. (Kok, Boers, Koster, & van der Putten, 2009).

- تسيير النفايات: قبل الخوض في تعريف إدارة النفايات لا بد من معرفة ماهي النفايات بشكل خاص، انفايات تتعلق أساسا بخسارة القيمة لسلعة ما وهو فقد جان الشئ لقيمتة، أو كل ما يتخلص منه الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين في شكل سلع خسرت قيمتها، (Thürer, Tomašević, & Stevenson, 2017) أو بعبارة أخرى فإن النفايات هي تلك المخلفات التي تنتج عن إستخدام المفرط للموارد وتؤدي إلى تلوث الهواء والماء والتربة وتشكل خطرا على الصحة العامة والبيئة، (Arroyo & Gonzalez, 2016) تنقسم النفايات إلى عدة مخلفات وفق مجموعة عوامل سواء الحالة الفيزيائية (صلبة، سائلة، غازية) أو المصدر (منزلية، صناعية، زراعية، تجارية، طبية، مناجم) أو درجة خطورة المخلفات (خطرة، غير خطرة).. (Amasuomo & Baird, 2016)

هو نظام متكامل ودقيق يشمل مجموعة من الوحدات أو العناصر المتفاعلة بشكل متكامل لأداء بعض الوظائف، التي تساعد في حل المشكلات متعددة الأبعاد والأوجه، فهو بالتالي إيجاد الحلول للمشاكل في قطاعات عديدة منها إقتصادية وبيئية وإجتماعية.. إلخ (Seadon, 2006) كما تعرف عملية تسيير النفايات بانها تلك العملية التي يتم فيها جمع ونقل و معالجة وإعادة تدوير كل ماهو مخلفات منزلية أو صناعية أو عضوية، و تعتبر هذه الإدارة مهمة للغاية للحفاظ على الصحة العمومية والبيئة

والنظام البيئي ككل. (Iemann & Iemann, 2008) ومن أجل الحصول على إدارة فعالة وذات جودة في تسيير النفايات لابد من تطبيق ما يعرف باللغة الإنجليزية 7rs والتي تحقق التنمية المحلية ورافعة للقطاعات المحلية في كل الجوانب وهي كما يلي: regulation وتهدف هذه الإستراتيجية السياسات و القوانين الداعمة للرسكلة، Reducing التقليل من رمي النفايات قدر المستطاع، Reusing إعادة إستغلال السلع مرات عديدة، recycling رسكلة النفايات إلى أشياء جديدة، recovering إسترجاع النفايات وتحويلها إلى غاز أو سلع جديدة، rethinking التفكير جيدا قبل الشراء وإقتناء الأشياء ووضع البيئة في الإعتبار الأول، Renovation السعي دائما للبحث و التطوير لتجديد طرق جديدة لتسيير النفايات. (Al-Ansary & El-Haggar, 2005)

2. تاريخ تسيير النفايات

تعتبر عملية تسيير النفايات ولا تزال جزءا من حياة الأفراد، فبتزايد عدد السكان أصبحت عملية صعبة وخاصة في المراحل الأولى للفرج والجمع، وخاصة وأن الجزائر حاولت جاهدة من وضع قمامات ملونة لتصنيفها من المصدر لكن لا تزال هذه العملية الأولية والمهمة صعبة للغاية، نستعرض فيما يلي المراحل التي مرت بها رسكلة النفايات أو بالأحرى تسيير النفايات عبر مر الأزمنة والعصور ونلتمس تطويرها عبر الحقب الزمنية، كما نستعرض حالة الجزائر وكيف تطورت عملية الرسكلة والنفايات.

1.2. تسيير النفايات في العالم

بالرغم من إتفاق الباحثين على أن أول عملية لتسيير النفايات كانت على يد اليابانيين سنة 1031 بعد الميلاد غير أن العرب إهتموا بالتدوير قديما سواء بإستغلال جلود الحيوانات و الأسمدة من المخلفات المنزلية وكذا لتغذية الحيوانات لكن بشكل بسيط وتقليدي، على غرار ذلك فإن اليابانيين إشتهرو بتدوير الجلود لصنع الورق، (Yang, Park, Park, & Seo, 2015) وبظهور الثورة الصناعية أين تم تخصيص حاويات للمواد العضوية وإعادة إستغلالها و إستخدامها مرة أخرى القفزة في مجال التدوير، لكن بعد إرتفاع النفايات بسبب عمليات التصنيع أصبحت هذه الأخيرة تتردم و تغطى بالتراب أو تلقى في الأودية والشوارع، (Barles, 2014) ما أدى إلى إنتشار الأوبئة والأمراض، وبحلول عام 1864 م أصبحت الصحة العمومية مهددة أين تم حث الأفراد على رمي القمامة خارج اسوار المدينة خاصة في لندن، ويعود الفضل للولايات المتحدة الأمريكية في القيام بأول عملية تدوير النفايات في مدينة نيويورك سنة 1897 م وكانت أغلب الموارد المسترجعة هي عضوية، (Oldenziel & Weber, 2013) وبحلول أوائل القرن العشرين (20) ظهرت إستراتيجيات لرسكلة وإسترجاع زجاجات المشروبات مقابل دفع مبالغ مالية، وهذا ما شجع وعزز ترشيد المواد الخام وإستغلال المواد القديمة لتوفير الوقت والمال والطاقة، وبحلول الحرب العالمية الثانية أصبح التركيز أكثر على المواضيع البيئية أين تم التركيز لى مواد أخرى كالعلب المعدنية والمطاط، (Herbert, 2007) ويعتبر أول برنامج للتدوير الذي فرضته مدينة waterloo الكندية في سنة 1983 م وكذا ظهور الصندوق الأزرق لجمع النفايات القابلة للإسترجاع في أنتاريو، (Louis, 2004) وحاليا أصبح موضوع النفايات مسؤولية إجتماعية عالمية، ويعنى بالموارد غير المتجددة وعنصر ندرة الموارد، فمن المهم الحد من إستغلال الموارد من المصدر والإعتماد على إعادة تدوير وإستعادة النفايات للحد منها، وذلك بالتقليل من الإستهلاك الذي يستوجب إصلاحا عميقا في المجتمع و طريقة نظره لبيئته. (Agnoletti & Serner, 2014)

2.2. تسيير النفايات في الجزائر

إهتمام الجزائر بتسيير النفايات كان محتشما إلى حد ما فقد تم إنشاء وكالة خاصة بتسيير النفايات وهي الوكالة الوطنية للنفايات وهي تابعة لوزارة البيئة، بموجب المرسوم التنفيذي 02-175 المؤرخ في 20 ماي 2002 (AND, 2002) غير أن تقاليد الجزائريين منذ القدم عرفت عمليات بدائية وبسيطة في رسكلة النفايات، فكان السكان القدامى يصنعون من الحليب الفاسد ما يعرف (الكليلة) ومن جلود الحيوانات قرب لشرب الماء أو قرب للبن، كما إستعملو جلود الحيوانات كأفرشة، ولم يكن هناك

أطر قانونية لحماية البيئة أو إدارة النفايات حتى سنة 1984، أين تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 84-378 المتعلق بشروط التنظيف و جمع النفايات الصلبة الحضرية ومعالجتها، و التي تبين من المسؤول عن التنظيم و تنظيف و جمع النفايات و الذي يقع على عاتق المجلس الشعبي البلدي بصفة دورية ومنتظمة، و نقلها إلى أماكنها المخصصة، غير أن هناك قصور في هذا القانون نظرا لعدم قدرة البلدية لوحدها من تسيير النفايات و ذلك راجع لعدم وعي الأفراد و ضعف الإمكانيات المادية، ما جعل المشرع الجزائري يلجأ إلى بديل قانوني آخر أكثر صرامة، (شريف، 2020) القانون 01-19 المتعلق بتسيير النفايات وهو أول قانون ينظم تسيير النفايات بتحديد أطر واضحة لمراقبة ومعالجة وتسيير النفايات، و العمل على تحقيق مبادئ الوقاية والتقليص و الفرز والتنظيم و الجمع و النقل، من طرف هيئات البلدية و كان أول قانون يبين كيفية إبرام عقود الإمتياز لإختيار المتعاملين الخواص في مجال تسيير النفايات، غير أن هذه العملية تقع على عاتق لجنة الصحة والنظافة و حماية البيئة ولم تحدد لحد الأن قانون يجعل من عملية تسيير النفايات سهلة وخاصة عند جمعها من المصدر وهذا يدل على عدم وعي الأفراد بالبيئة، (Textes, 2019) و بموجب هذا القانون تم إنتهاج برامج وطنية لتسيير النفايات لإنشاء عدة هيئات لرسكلة النفايات كمراكز الردم التقني ومفارز و محطات تجميع النفايات، كذا عملت الوزارة على تشجيع المؤسسات للإسترجاع (قاسمي، 2022) نجد منها 1438 أشخاص معنوين مسجلين بالمركز الوطني للسجل التجاري فيما يتعلق بإسترجاع ورسكلة المواد غير المعدنية، بالإضافة إلى الإستراتيجية الوطنية و مخطط العمل للتسيير المدمج للنفايات إلى غاية أفق سنة 2035، وهذا قصد توفير المادة الأولية للمتعاملين الاقتصاديين في مجال تسيير النفايات. والتي "تهدف إلى تعزيز مجالات تدوير النفايات من خلال الوصول إلى تثمان 30% من النفايات المنزلية، كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى تشجيع و تعميم الفرز الانتقائي. (المتجددة، 2023)

من الملاحظ أن الجزائر مهتمة لهذا المجال لكن تواجه العديد من التحديات من بينها عدم وعي الأفراد والإفراط في الإستهلاك و الرمي العشوائي و المفارز العشوائية، لذلك فلا بد من سن قوانين صارمة في هذا المجال أو تشجيع الأفراد من خلال تحفيزهم ماديا على رمي النفايات حسب مصدرها في الأماكن المخصصة لها لتسهيل عملية تسييرها، وكذا فرض ضرائب عالية على هذه الفئة كمدخل إضافي لخزينة الدولة وإستثماره في الحفاظ على البيئة.

3. أسباب التحول إلى إستغلال الذكاء الإصطناعي في تسيير النفايات

إيديولوجيا و جيوستاسيا فإن الذكاء الإصطناعي أو إقتصاديات البيانات حاليا في قلب القضايا المعاصرة، بهدف السلطة و النفوذ و السيطرة، فظهور هذه التكنولوجيات الحديثة ليس وليد الساعة لكن يرجع إلى ثلاثينيات القرن الماضي فظهور أول حاسوب في الولايات المتحدة الأمريكية يعبر عن بروز هذه التقنيات إلى الواجهة، وذلك لتموقعها على كقوة عالمية لكن بالمقابل نجد أن هناك كتلتين أو قطبين مستقلين من حيث المعلومات في العالم حاليا وهما الولايات المتحدة الأمريكية والصين، والتي تتسارع إلى خوض الحرب التكنولوجية في جميع المجالات الذكاء الإصطناعي لخدمة المصالح العسكرية ومدنية على حد سواء و الهدف الرئيسي لهذه المواجهة بين العملاقين التكنولوجيين هي المنافسة الإستراتيجية و تقسيم رقعة السوق الدولية على أوسع نطاق. (Mhalla, 2023)

في أمريكا تعتبر عملية تسيير النفايات وإعادة تدويرها عملية معقدة و تقع على عاتق المؤسسات الخاصة و تحصل على رسوم نتيجة جمع القمامة وإعادة تدويرها لكن وبما أن هناك العديد من النفايات المجمع في حاوية واحدة و يصعب فصلها فإن أغلب الشركات تفضل رميها في المحارق دون إعادة تدويرها، حيث أن 70 بالمائة من العائدات يعود على ذلك لكن عمليات التدوير تكون قليلة الأرباح إلى حد ما، (Moriarty, 2013)

وتعتبر شركة waste management الأمريكية من كبرى الشركات الشمال أمريكية في هذا المجال، فهي تعترف ان جمع القمامة هو العامل الرئيسي للربح إلا أن الشركة ملزمة بإعادة التدوير فهي تستثمر أكثر من 100 مليون دولار في هذه العملية بين سنتي 2017-2018، (Louis, 2004) أين كانت تتعامل مع المدينة مباشرة لكن تلك العقود كبدت الشركة خسائر نظرا لتغيير أسعار النفايات وعدم قدرة الشركة من تعديل بنود العقد، لذلك إنتهجت إستراتيجيات أخرى تعتمد على الحصول على ثمن الخدمة مباشرة من العملاء، لكن يبقى دائما عنصر تأكل النفايات عاملا حاسما في تخفيض قيمة التكلفة، وقاءت الصين بحل هذه المعضلة أين كانت بداية 2000 تستورد من الولايات المتحدة الأمريكية النفايات، بشكل منفصل أي كل مادة قابلة للتدوير مع باقي المخلفات، لكن بعد عام 2000 تم إستخدام سلة واحدة وبالتالي تدهور هذه الصناعة في أمريكا، (إبراهيم، 2021) وزادت الملوثات المتواجدة بالقمامة، وفي عام 2018 قامت الصين بحضر إستيراد النفايات التي تزيد نسبة الملوثات فيها أكثر من 0.5 بالمائة فإنخفضت صادرات أمريكا من البلاستيك بقيمة 92 بالمائة والمعادن بقيمة 53 بالمائة والورق 37 بالمائة لسنة 2017 (إبراهيم، 2021) ما دفع بالولايات المتحدة الأمريكية بالبحث عن أسواق جديدة مثل الهند وتايلاند وماليزيا، لسد فجوة الصين لكن سرعان ما تراجع ومنعت دخولها لأراضيها، لذلك إتخذت الولايات المتحدة موقفا إستراتيجيا في إستغلال التكنولوجيا في عمليات إعادة التدوير من أجل زيادة الأرباح، وهذا ماجعل الباحثين وشركات التكنولوجيا العمل على جعل العملية أكثر كفاءة (إبراهيم، 2021)

وكانت شركة AMP robotics هي شركة تكنولوجيا تعيد تصور وتطوير البنية التحتية العالمية لإعادة التدوير تفعل ذلك من خلال تطبيق الذكاء الاصطناعي والروبوتات لاستعادة السلع اقتصاديا كمواد خام للسلسلة العالمية للإمداد. يقع مقر الشركة وعمليات التصنيع في كولورادو، وتقوم ببناء ونشر تكنولوجيا تحل العديد من التحديات المركزية لإعادة التدوير وتغيير اقتصاديات الصناعة لجعلها أكثر كفاءة وفعالية من حيث التكلفة وقابلة للتوسع والاستدامة، مع مئات الأنظمة المثبتة في ثلاث قارات، فإن الشركة تزيد من القيمة التي يمكن استخراجها من المواد القابلة لإعادة التدوير من خلال الفصل الممتاز وتحسين النقاء وتحديد أسواق نهائية جديدة لإعادة التدوير وإعادة الاستخدام (AMP, 2019)

1.3. نظرة الجزائر لإستغلال الذكاء الاصطناعي في تسيير النفايات

تعتبر الجزائر الذكاء الاصطناعي رافعة إستراتيجية لكفاءة تسيير النفايات، ويشير تقرير صدر في عام 2020 إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يساعد الشركات في تصميم منتجات صديقة للبيئة وتطوير نماذج أعمال جديدة أكثر كفاءة في استخدام الموارد وتسهيل فرز النفايات.

يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد الشركات في تصميم منتجات صديقة للبيئة من خلال توفير تحليلات متعمقة لدورة حياة المنتج، يمكن أن يساعد هذا الشركات في تحديد المواد والعمليات التي لها أكبر تأثير بيئي، ويمكن أن يساعدها أيضا في تطوير منتجات أكثر كفاءة وقابلة لإعادة التدوير. (Gamberini, 2020)

يمكن للذكاء الاصطناعي أيضا أن يساعد الشركات في تطوير نماذج أعمال جديدة أكثر كفاءة في استخدام الموارد. على سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد الشركات في تحسين إدارة المخزون وتحديد الفرص لإعادة استخدام المواد، يمكن للذكاء الاصطناعي أيضا أن يساعد في تسهيل فرز النفايات. على سبيل المثال، يمكن للذكاء الاصطناعي أن يستخدم التعرف على الصور لتحديد أنواع النفايات المختلفة، ويمكن أن يساعد أيضا في إنشاء أنظمة الذكاء الاصطناعي لفرز النفايات تلقائيا. (و.و.ن، 2020).

- تحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة النفايات في الجزائر: يشير ذات التقرير إلى أن هناك بعض التحديات التي تواجه استخدام الذكاء الاصطناعي في إدارة النفايات. أحد التحديات الرئيسية هو إتاحة الوصول إلى كميات كبيرة من البيانات ذات الجودة اللازمة، والتي غالبا ما تكون خاصة، ولا سيما فيما يتعلق بخصائص المواد. يتطلب هذا التعاون بين الشركات والمؤسسات الحكومية والبحثية. (Gamberini, 2020)

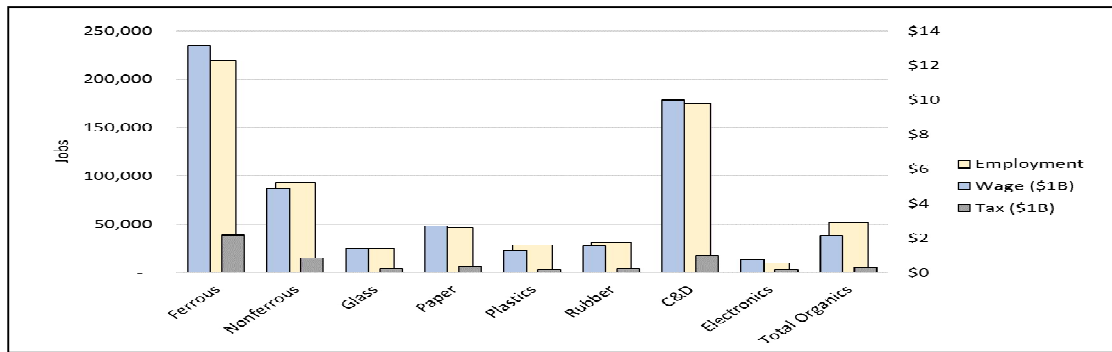
يمكن أن يكون التمويل عائقا كبيرا أمام الشركات الصغيرة، وخاصة صغار المزارعين، الذين هم في أمس الحاجة إلى الذكاء الاصطناعي لتحسين إنتاجيتهم، يقدر التقرير أن أشكال الذكاء الاصطناعي التي تتطلب شراء معدات محددة قد تكون غير متاحة للشركات الصغيرة، ومع ذلك، فإن خوارزميات تحليل البيانات أكثر بأسعار معقولة، ومن المرجح أن تنخفض أسعارها مع زيادة عدد المستخدمين.

2.3. المؤشرات الاقتصادية لتسيير النفايات بالأرقام

نستعرض بعض الإحصائيات والمعلومات فيما يخص تسيير النفايات وأهميتها في تحقيق التنمية الاقتصادية وكذا نستخلص تأثير تسيير النفايات على المورد البشري لمعرفة مدى تأثير التكنولوجيا المعاصرة على هذا المورد.

❖ على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية:

شكل رقم (01) المؤشرات الاقتصادية لتسيير النفايات في الولايات المتحدة الأمريكية



المصدر: https://www.epa.gov/sites/default/files/2020-11/documents/rei_report_508_compliant.pdf.

تسيير النفايات تثن وتحتفظ على الموارد الطبيعية، وتنمي الاقتصاد، وتخلق الوظائف، إعادة التدوير جزء أساسي من إدارة المواد المستدامة، وهي نهج يؤكد على الاستخدام الإنتاجي والمستدام للمواد طوال دورة حياتها بالكامل، مع تقليل أثارها البيئية، يعتمد تقرير المعلومات الاقتصادية عن إعادة التدوير REI 2020 على إطار تحليلي تم تطويره سنة 2016، والتي تركز على إدارة الموارد المستدامة، يغطي تقرير REI 2020 على الأنشطة الاقتصادية لتسع قطاعات: المعادن الحديدية، والمعادن غير الحديدية (الألومنيوم)، والزجاج، والورق، والبلاستيك، والمطاط، والبناء والهدم، والإلكترونيات، والمواد العضوية (بما في ذلك الطعام وقص الأشجار). (EPA, 2020)

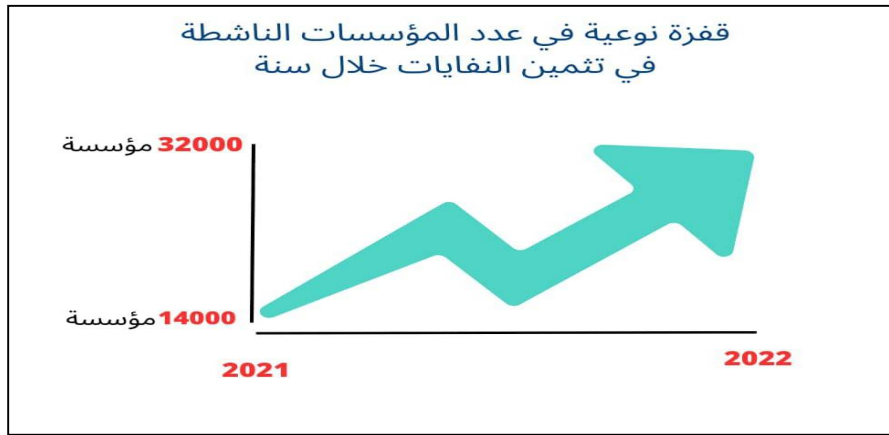
تقرير REI 2020 يتضمن معلومات محدثة حول عدد وظائف إعادة التدوير والأجور والإيرادات الضريبية، يوضح التقرير أن إعادة التدوير وإعادة استخدام المواد يخلق وظائف، بينما يولد أيضا إيرادات ضريبية محلية وولائية، في عام 2020، تمثل أنشطة إعادة التدوير وإعادة الاستخدام في الولايات المتحدة ما يلي:

- 681000 وظيفة؛
- 37.8 مليار دولار في الأجور؛
- 5.5 مليار دولار في الإيرادات الضريبية.

هذا يعادل 1.17 وظيفة لكل 1000 طن من المواد التي يتم إعادة تدويرها. يوفر قطاع معادن الحديد أكبر مساهمة في جميع الفئات الثلاث (الوظائف، والأجور، والإيرادات الضريبية)، يليه البناء والهدم والمعادن غير الحديدية مثل الألومنيوم.

❖ **على مستوى الجزائر:** نظرا لحرص الجزائر على ترميم النفايات وتنشيط الموارد البشرية في الإستثمار في مجالات عدة، على غرار قطاع ترميم وتسيير النفايات فنجد أن هناك تطور و نمو سريع للمؤسسات التي تنشط في مجال تسيير النفايات بين سنتي 2021-2022 فقد شهد القطاع الصناعي إرتفاع في نشاط المؤسسات التي تهتم بتدوير المخلفات بشتى أنواعها فمن الملاحظ أن هذا الإرتفاع راجع إلى سياسة الجزائر التحفيزية لخلق فرص العمل و تنشيط الإقتصاد، فشهدت سنة 2021 إنشاء 14000 مؤسسة ناشطة في مجال النفايات سواء منها أشخاص طبيعيين أو معنويين مسجلين بالسجل التجاري، أما سنة 2022 فقد شهد إرتفاع في عدد الشركات ليصل إلى 32000 مؤسسة و هذا مؤشر جيد على المدى البعيد في تحريك عجلة النمو وتحقيق إدارة سليمة للموارد المستدامة وكذا ترشيد إستغلال الموارد الطبيعية، بالإضافة إلى تشجيع الخريجين من كل التخصصات لدخول سوق العمل بإنشاء مؤسسات صديقة للبيئة، وخاصة مع فتح المجال لهذه الشريحة من خلق مؤسسات صغيرة ومتوسطة تدعمها مؤسسات المرافقة مثل اونساج وكناك وغيرها، و الشكل التالي يوضح الإرتفاع الملحوظ في عدد المؤسسات في مدة سنة. (و.و.ن، 2020)

الشكل رقم (02) عدد الشركات الناشطة في مجال النفايات بين سنتي 2021-2022



المصدر: الوكالة الوطنية للنفايات الموقع الرسمي

كما يعتبر سوق النفايات في الجزائر سوق فتي وناشئ فكل حامل لفكرة إبتكارية يمكنه ولوج القطاع من بابه الواسع، فقد قدرت نسبة إقتناص فرص الإستثمار في هذا المجال لسنة 2024 بنسبة 90.17 بالمائة، وفي الواقع فإن هذا القطاع متسارع بشكل كبير وفي نمو مستمر في الجزائر، وهذا مقارنة بنسبة النفايات المثممة في السنة التي قدرت بنسبة 9.83 بالمائة من مجمل النفايات وهي نسبة منخفضة من جانب تسيير النفايات، لكن فرصة لا بد من إقتناصها للدخول في عالم إدارة الأعمال وإستغلال هذه الثروة المهدورة لتحقيق التنمية المحلية والمحافظة على نظافة البيئة، وخاصة بعد إطلاق المشاركة في المنتدى الدولي للنفايات والذي سيتم عقده بين 23-25 من شهر جانفي لسنة 2024 بهدف منتدى النفايات العالمي (GWF) إلى جمع الفاعلين الاقتصاديين العاميين والخاصين لمناقشة الإجراءات الرئيسية والتحديات في قطاع إدارة النفايات. كما سيكون فرصة لعرض تجربة الجزائر على الصعيد الدولي وتحديد فرص التعاون بين الجنوب والجنوب والشمال والجنوب في مجال إدارة النفايات (و.و.ن، 2020)، والشكل التالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (03) فرص الإستثمار ونسبة الإستثمار لسنة 2024



المصدر: الوكالة الوطنية للنفائيات الموقع الرسمي

4. تحليل ومناقشة النتائج:

- نستعرض بعض النتائج المتحل عليها من خلال إستقراء الدراسات السابقة وكذا البيانات والمعلومات المقتبسة من المواقع الرسمية لمنظمات وهيئات ناشطة في مجال تسيير النفائيات، وكذا تحليلها للحصول على تفسير منطقي لإشكالية الدراسة وكذا الإجابة على الأسئلة الفرعة وكذا إختبار الفرضيات لتأكيداها أو نفيها وفيما يلي النتائج المتوصل إليها:
- ✓ تثمين النفائيات وتسييرها واحد من أهم الأنشطة المتعددة الإتجاهات والأهداف، فهي تساعد على الحفاظ على البيئة وتثمين المخلفات وتحافظ على الموارد.
 - ✓ تسيير النفائيات واحد من أبرز العمليات التي تعزز من إدارة الموارد المستدامة، وتحقق أبعاد التنمية المستدامة سواء إقتصادية من خلال المداخل الضريبية وإجتماعية من خلال تنشيط الشباب في خلق مؤسسات أو من خلال خلق فرص العمل، وكذا حماية المجتمع من التلوث، والجانب الأهم حماية البيئة والنظام البيئي.
 - ✓ تسيير النفائيات موجودة منذ خلق الإنسان سواء فكل الحضارات القديمة إهتمت بهذا المجال من المصريين القدامى الذين ابتكروا التحنيط وكذا اليابانيون الذين إبتكروا الورق من جلود الحيوانات وغيرها من الحضارات، فتعتبر هذه العملية من بين الثقافات القديمة والتي لا بد من تطويرها للتخلص من المخلفات والملوثات خاصة بتزايد عدد السكان.
 - ✓ الجزائر من بين الدول التي تهتم بهذا المجال وهو في تطور ملحوظ فكان حكرا على البلديات وكان يتم فقط بطريقة تقليدية وإعتمدت إجراءاته في الجمع والردم أو الحرق، لكن بإنشاء وكالة الوطنية للنفائيات أصبح هناك سوق لبيع وشراء النفائيات بشتى أنواعها وأصنافها، غير أن هذا السوق يعاني من بعض النقائص خاصة بوجود المفارز العشوائية وعدم دخول هذه المخلفات للمراكز المخصص لها، فتصبح هناك أسواق موازية لهذا النشاط وتصبح عشوائية في إتمام العمليات وكذا إنتشار الأوساخ في كل مكان ما يصعب تسييرها بالشكل المطلوب.
 - ✓ فتح المجال لمؤسسات خاصة ولأفراد حاملين للمشاريع لدخول مجال تسيير النفائيات بينما كانت في الماضي حكرا على الدولة ما يسمح بخلق تنافسية في إدارة وتسيير هذه المخلفات وكذا إكتساب خبرة من المؤسسات الحائزة على براءات الإختراع في تسييرها للنفائيات وكذا المؤسسات التي تعتمد على التكنولوجيا.
 - ✓ تعتبر التكنولوجيا أو الذكاء الإصطناعي من التقنيات المساعدة في تسهيل تسيير النفائيات في جميع مراحلها أو في سلاسل القيمة، بدءا من الفرز إلى غاية خلق منتج جديد.
 - ✓ التكنولوجيا موجودة منذ القرن الماضي فإختراع الحاسوب أصبح الإنسان ينجز الأعمال بشكل سهل وفعال وبسرعة هائلة نظرا لقدرة هذه التكنولوجيا في معالجة البيانات والمعلومات بشكل سريع.

- ✓ تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية والصين من بين الدول التي تتسارع وتتنافس في مجال الذكاء الاصطناعي، على غرار ألمانيا وفرنسا ودول الإتحاد الأوروبي التي كانت سباقة في إنتهاج هذه الإستراتيجيات لترشيد الموارد الطبيعية وإستغلال المخلفات بشتى أنواعها لإدارة تدويرها، فقد أصبحت التكنولوجيا تقوم بعمليات لا يمكن للإنسان القيام بها، فإختراع الشاحنات التي تقوم بالفرز المبدئي في المصدر وكذا الروبوتات التي تقوم بالفرز بواسطة المستشعرات وإمكانيتها العمل دون توقف.
- ✓ نظرا للكلم الهائل من النفايات، يقوم الأشخاص غير المهرة بفصل القمامة، وهو أمر أقل دقة ويستغرق وقتا أطول وليس عمليا تملما، تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي على تقليل التلوث، وكما أنها تساعد العمال على تفادي العدوى وهي سريعة مقارنة بالإنسان، ففي أغلب الأحيان تقوم الروبوتات بفرز النفايات في ظرف قياسي وقادرة على تعويض أربع عمال في هذه العملية.
- ✓ تطورت تقنيات الذكاء الاصطناعي ومعالجة الصور، وهما تقنيات حاسوبية قوية، وتقدم الآن مجموعة متنوعة من الحلول ومع ذلك، لا تزال نماذج تصنيف النفايات الحالية تواجه بعض المشكلات، مثل دقة التصنيف أوقات التشغيل الطويلة لأن النفايات المختلفة تتطلب طرقا مختلفة للتخلص منها، لا يسهل تحقيق النماذج الحالية لتصنيف النفايات التي تعتمد على التعلم العميق نتائج دقيقة، يمكن أن تلعب تقنيات الذكاء الاصطناعي دورا مهما في تصنيف النفايات، يمكن أن تساعد في تحسين كفاءة ودقة عملية التصنيف، مما يساهم في حماية البيئة وصحة الإنسان وخفض تكاليف إدارة النفايات.
- ✓ تحتاج إدارة الموارد إلى إستراتيجيات لتسييرها وإستقطابها خاصة الفئة المهرة والمبدعة وذات المهارة، يساعد الذكاء الاصطناعي في القطاع النفايات على مساعدة المورد البشري في الحفاظ على صحته وتقليل المجهودات المبذولة، كما يساعد في تجديد العمليات الأخرى وريج الوقت.
- ✓ المورد البشري في مؤسسات تسيير النفايات يحتاج إلى مثل هذه التقنيات لإعادة النظر في التوظيف، للإستفادة من المناصب في سلسلة القيمة واللوجستية.
- ✓ على الأغلب فإن الذكاء الاصطناعي مستوحى من الفكر البشري ويحاول محاكات الذكاء الإنساني، ولا يمكنه أن يجدد عملياته وأفكاره بنفسه، بل يحتاج إلى المعرفة الإنسانية المتجددة، فلا يمكن أن يحل محل الإنسان وخاصة في تلك المجالات الدقيقة.
- ✓ منذ عصور والإنسان يبحث عن الرفاه وتحسين ظروف المعيشة وتطويره لهذه التقنيات الحديثة وخاصة في مجال تسيير النفايات يعتبر قفزة نوعية في تحسين الأداء، لكن يعتبر في بداياته فعلية فصل النفايات بشكل دقيق يحتاج المزيد من الدراسات المعمة والتحالفات الإستراتيجية مع الأطراف افاعلة في ذلك، كمراكز البحث و الجامعات والقطاعات الصناعية وبألخص و عي المجتمع بأهمية هذه الثروات المهدورة، والملقاءة في الطبيعة.
- ✓ تبقى الجزائر بعيدة عن كل التصورات والمخاطر التي تهدد المورد البشري خاصة في عصر ثورة التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي، نظرا لإعتبارها سوقا ناشئا ويحتاج إلى الإستثمار، وتنشيط المورد البشري والإستثمار فيه في الجامعات لابد أن يكون من أولوياته، ومرافقته من خلال دور المقاولاتية والحاضنات وتحفيزه وتشجيعه لريادة الأعمال.

5. خاتمة.

الدراسة عالجت قطاع هام وهو تسيير النفايات المعزز للتنمية المستدامة ومحرك للإقتصاد المحلي والوطني، فقد حاولت معرفة تأثير الذكاء الإصطناعي على المورد البشري، توصلنا إلى نتائج هامة وأن الذكاء الإصطناعي في الجزائر هو مشروع مستقبلي ولا بد من الوصول إليه سواء بشراء تكنولوجيا جديدة، أو إستغلال الخريجين من شتى المجالات، وأن الخوض في إنشاء مؤسسات تسيير النفايات أصبح ضرورة للقضاء على التلوث و بناء مجتمع حضاري و إعادة جمالية الطبيعة والمدينة والغابة وغيرها، كما أن هذه التقنيات كانت ولا تزال تعمل جنبا لجنب مع المورد البشري ليس لشيء لكن من أجل تحسين الإنتاج والإنتاجية وتحسين الأداء وتحقيق المنافسة وكذا فعالية العمليات، ففي الوقت الراهن تعتبر الثورة الحقيقية في مجال تسيير النفايات بعد إنتشارها في 2018.

توصي الدراسة بجملة من التوصيات وهي:

- ضرورة إنشاء مراكز بحث متعددة التخصصات للإستفادة أكثر من المخرجات.
- توعية الأفراد والمجتمع بضرورة المحافظة على البيئة وذلك بتحسيس المدارس والمساجد وتقييم دروس في هذا المجال، وكذا تشجيع الأسرة بتصنيف النفايات في السلة المخصصة لها.
- زيادة تمويل مخبر البحث من أجل إبتكار تكنولوجيات تساعد على تسيير النفايات وعدم اللجوء إلى إستيرادها.
- ضرورة تكيف القوانين مع التكنولوجيا وحماية حقوق الملكيات الفكرية، وسن قوانين ضريبية تساهم على الحفاظ على البيئة.

تقترح الدراسة بعض المقترحات

- إنشاء مؤسسة تساعد على تنظيم عمل تسيير النفايات في كل ولاية، تكون تحت وصاية لوزارة البيئة، للقضاء على المفاغ العشوائية والسوق الموازي وفوترة المعاملات.
- تقنين عدد المساهمين في قطاع تسيير النفايات، لخلق التوازن مثلا تكون كل مؤسسة فاعلة في سلسلة من سلاسل القيمة وكل مؤسسة تسهل عملية المؤسسات الأخرى، مداخلات -مخرجات.
- إستعمال الذكاء الإصطناعي وتعزيز القدرات البشرية من خلال الدعم الخارجي ومن خلال التدريب الموجه والإرتقاء لصالح موظفي التسيير في قطاع تسيير النفايات على المستوى المحلي.
- إختيار المشاريع الإبتكارية والتي تستخدم الذكاء الإصطناعي في تسيير النفايات كواحدة من الخصائص التي تساعد في تصنيف المتعاملين في الصفقات العمومية.

6. قائمة المراجع:

1. Agnoletti, M., & Serneri, S. N. (2014). The Basic Environmental History (Vol. 4). Mauro Agnoletti, Florence, Italy: Springer.
2. Al-Ansary, M. S., & El-Haggar, S. M. (2005). CONSTRUCTION WASTE MANAGEMENT: USING THE 7Rs GOLDEN RULE FOR INDUSTRIAL ECOLOGY. Proceedings of the International Conference Achieving Sustainability in Construction (p. 371). Scotland, UK: ICE Publishing.
3. Amasuomo, E., & Baird, J. (2016). The concept of waste and waste management. Journal of Management and , 6 (4), 88-96.
4. AMP. (2019). Origins Our story and where we are coming from. Consulté le 08 20, 2023, sur AMP robotics: <https://www.amprobotics.com/origins>
5. AND. (2002, 05 20). Consulté le 08 10, 2023, sur gence nationale des dechet: <https://and.dz/presentation/apropos/>
6. Arrow, K., Dasgupta, P., Goulder, L., Daily, G., Ehrlich, P., Heal, G., et al. (SUMMER 2004). Are We Consuming Too Much? JOURNAL OF ECONOMIC PERSPECTIVES , 18 (3), (pp. 147-172).

7. Arroyo, P., & Gonzalez, V. (2016). c. 24rdAnn. Conf. of the Int'l. Group for Lean Construction., RETHINKING WASTE DEFINITION TO ACCOUNT FOR ENVIRONMENTAL AND SOCIAL IMPACTS, (pp. 13-22). usa.
8. Barles,S.(2014).History of waste management and the social and cultural representations of waste. In The basic environmental history,199-226.
9. EPA. (2020). 2020 Recycling Economic Information (REI) Report. usa.
10. Errida, A., & Lotfi, B. (2021). The determinants of organizational change management success: Literature review and case study. International Journal of Engineering Business Management , 13.
11. Gamberini, G. (2020). waste is ressource. algerie: agence nationale des déchets.
12. Herbert, L. (2007). entenary history of waste and waste managers in London and South East England. Chartered institution of wastes management.
13. huihi. (45). jikji. iioio .
14. Hwang, G.-J., & Chien, S.-Y. (2022). Definition, roles, and potential research issues of the metaverse in education: An artificial intelligence perspective. Computers and Education: Artificial Intelligence , 3.
15. ilo. (2010). A Skilled Workforce for Strong, Sustainable and Balanced Growth. GENEVA: INTERNATIONAL LABOUR OFFICE.
16. Itika, J. S. (2011). Fundamentals of human resource management Emerging experiences from Africa. University of Groningen: African Studies Centre .
17. Kok, J. N., Boers, E. J., Koster, W. A., & van der Putten, P. (2019). ARTIFICIAL INTELLIGENCE: DEFINITION, TRENDS,TECHNIQUES, AND CASES . Encyclopedia of Life Support Systems (EOLSS) , 401.
18. lemann, d. m., & lemann, m. (2008). Waste management. switzerland: peter lang.
19. Louis, G. E. (2004). A historical context of municipal solid waste management in the United States. Waste management & research , 22 (4), 306-322.
20. Louis,G.E.(2004).A historical context of municipal solid waste management in the United States.Waste management&research,22(4),306-322.
21. Mhalla, A. (2023). Les Big Tech, de nouveaux États parallèles ? Pouvoirs , 2 (158), 69-81.
22. mhalla, a. (2023, mai 07). Penser l'intelligence artificielle, avec Asma Mhalla . Consulté le 08 20, 2023, sur Brut Philo: <https://www.youtube.com/watch?v=qrDk4puMCQk>
23. Moriarty, K. (2013). Feasibility Study of Anaerobic Digestion of Food Waste in St. Bernard, Louisiana. A Study Prepared in Partnership with the Environmental Protection Agency for the RE-Powering America's Land Initiative: Siting Renewable Energy on Potentially Contaminated L. National Renewable Energy Lab .
24. Nations, U. (2013). Human Resources Management and Training Compilation of good practices in statistical offices. UNITED NATIONS ECONOMIC COMMISSION FOR EUROPE: New York and Geneva.
25. Oldenzel, R., & Weber, H. (2013). Introduction: reconsidering recycling. Contemporary European History , 22 (3), 347-370.
26. Seadon, J. (2006). Integrated waste management – Looking beyond the solid waste horizon. Waste management , 26 (12), 1327-1336.
27. Shchitova, A. (2020). Definition of Artificial Intelligence for Legal Regulation. Dans A. P. SARL (Éd.), 2nd International Scientific and Practical Conference on Digital Economy (ISCDE 2020). 156, pp. 616-620. Advances in Economics, Business and Management Research.
28. Textes législatifs.(2019).Consulté le 08 10,2023, sur agence nationale des dechets: <https://and.dz/site/wp-content/uploads/Loi-n%C2%B001-19.pdf>
29. Thüerer, M,Tomašević, I,& Stevenson, M. (2017). On the Meaning of 'Waste': Review and Definition. Production Planning & Control , 28 (3), 244-255.
30. Yang, W.-S., Park, J.-K., Park, S.-W., & Seo, Y.-C. (2015). Past, present and future of waste management in Korea. Journal of Material Cycles and Waste Management , 17, 207-217.

31. آسيا قاسمي. (2022). إستثمار رسكلة النفايات في الجزائر في ظل مبادرات الإستدامة البيئية. مجلة العلوم الإدارية والمالية ، 6 (2)، 273-287.

32. المتجددة. و. ا. (2023, 01 29). تسطير استراتيجية وطنية في مجال التسيير المدمج للنفايات لتوفير المادة الأولية للمتعاملين الاقتصاديين, Retrieved 08 10, 2023, from

2023, وزارة البيئة والطاقة المتجددة :

<https://www.me.gov.dz/%d8%aa%d8%b3%d8%b7%d9%8a%d8%b1-%d8%a7%d8%b3%d8%aa%d8%b1%d8%a7%d8%aa%d9%8a%d8%ac%d9%8a%d8%a9-%d9%88%d8%b7%d9%86%d9%8a%d8%a9-%d9%81%d9%8a-%d9%85%d8%ac%d8%a7%d9%84-%d8%a7%d9%84%d8%aa%d8%b3%d9%8a%d9%8a/>

33. رشيد إبراهيم. (2021, 08 26). استخدام الذكاء الصناعي في صناعة إعادة تدوير النفايات والمخلفات. تاريخ الاسترداد 08 20, 2023, من اقتصاد الطاقة:

<https://www.youtube.com/watch?v=AWljK9LltVQ>

34. هنية شريف. (2020). التنظيم القانوني لتسيير النفايات في الجزائر. مجلة الإجته للدراسات القانونية والإقتصادية ، 9 (1)، 110-129.

35. و.ون. (2020). تقرير حول تسيير النفايات في الجزائر. الجزائر: الوكالة الوطنية للنفايات.

دور الجامعة الريادية في تبني ونشر ثقافة ريادة الأعمال - مع الإشارة إلى بعض التجارب الدولية الناجحة -

The role of the university in adopting and spreading the culture of entrepreneurship - with reference to some successful international experiences

جمال غوار¹ ، بوصبيع العائش ربيع²

¹ جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

² جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية الجامعة الريادية ودورها في نشر ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلبة والخريجين، ما يؤدي إلى تنشئة رواد أعمال يتمتعون بالشغف وروح المبادرة والاستقلالية والمخاطرة، ويتبنون أفكار مبتكرة ومبدعة من شأنها نقل المجتمع إلى وضع اقتصادي أفضل، حيث تم عرض بعض التجارب الدولية الناجحة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها: للجامعة الريادية دور مهم في تحقيق مهارات ومعارف جديدة تسمح للأفراد بالاندماج في سوق العمل المحلي والعالمي، كما أن ريادة الأعمال توفر فرصاً حقيقية لتحقيق عوائد مالية ممتازة عكس الوظائف التقليدية، ولتسهيل دور الجامعة الريادية يجب توفير تعليم ريادي وبيئة داعمة تساعد على نشر ثقافة ريادة الأعمال، وتوفير حاضنات أعمال تدعم مشاريع رواد الأعمال.

الكلمات المفتاحية: الجامعة الريادية؛ ريادة الأعمال.

Abstract: This study aims to identify the importance of the pioneering university and its role in spreading the culture of entrepreneurship among students and graduates, which leads to the formation of entrepreneurs who enjoy passion, initiative, independence and risk-taking, and who adopt innovative and creative ideas that will move society to a better economic situation. Where some successful international experiences were presented, and the study reached a set of results, the most prominent of which are: The entrepreneurial university has an important role in achieving new skills and knowledge that allow individuals to integrate into the local and global labor market, and entrepreneurship provides real opportunities to achieve excellent financial returns, unlike traditional jobs. In order to facilitate the pioneering role of the university, entrepreneurial education and a supportive environment must be provided that help spread the culture of entrepreneurship, and provide business incubators that support entrepreneurs' projects.

Keywords: Pioneering University; Entrepreneurship.

1. مقدمة:

شهد القرن الحادي والعشرين تقدماً مذهلاً في المجال التقني والتكنولوجي، وذلك بفضل الثورة الصناعية الرابعة، أدى هذا التقدم إلى ابتكارات في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، أصبحت البرامج البحثية محل اهتمام كبير في جميع القطاعات، وترتب على ذلك تأثيرات واضحة في التعليم الجامعي، حيث ظهرت جامعات جديدة تركز على البحث والريادة والإنتاجية والاستثمار، وتحتاج الجامعات التقليدية إلى إعادة النظر في تعاملها مع هذه التغيرات المعاصرة. يتميز العصر الحالي بتحوّله الرقمي وقدرة الموارد البشرية على الإبداع والابتكار، ومن الضروري أن يرافق هذا التحول تغيير في السياسات الاقتصادية والاجتماعية، وتوجيه اهتمام أكبر لثقافة الإبداع واستثمارها في مختلف المجالات، قد فرضت هذه المتطلبات على الجامعات أن تتبنى أنماطاً وصيغاً جديدة، وتطبق أساليب مبتكرة تتوافق مع حاجات التنمية العملية وتعالج المشكلات والقضايا المتعددة التي تواجهها، وبالتالي، يتطلب ذلك التحول من الجامعات التقليدية إلى جامعات ريادية، ومن أجل تحقيق ذلك، لا يمكن الاكتفاء بالإمكانات المالية والمادية الحالية، بل يتطلب إنشاء بنية تحتية وإمكانيات جديدة تتناسب مع متطلبات هذه الجامعات.

وفي ظل التغيرات المستمرة، أولت الجامعات الريادية اهتماماً كبيراً لدمج ريادة الأعمال في استراتيجياتها ومبادراتها التعليمية، تهدف هذه الجهود إلى تحقيق التوافق بين التعليم الجامعي وتوقعات واحتياجات المجتمع، حيث تسعى إلى تخريج طلاب قادرين على خلق فرص العمل في السوق، وترسيخ ثقافة العمل الحر لديهم.

ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية: ما هو الدور الذي تقوم به الجامعة الريادية في نشر ثقافة ريادة

الأعمال بين طلابها؟

1.1. هدف الدراسة: تهدف الدراسة إلى إبراز دور الجامعة الريادي في تبني ونشر ثقافة ريادة الأعمال بين طلبتها، مما يؤدي إلى تكوين رأس مال بشري مبتكر ورواد أعمال مبتكرين، وهذا ما سيكون له انعكاس إيجابي على المستوى الاجتماعي والاقتصادي وكذلك على المستوى الفردي.

2.1. محاور الدراسة: سوف نحاول تقسيم الدراسة إلى مجموعة من المحاور كالتالي:

- المحور الأول: المفاهيم الأساسية للجامعة الريادية.

- المحور الثاني: ريادة الأعمال.

- المحور الثالث: بعض التجارب الدولية الناجحة.

المحور الأول: المفاهيم الأساسية للجامعة الريادية

1.2. مفهوم الجامعة الريادية:

مر مفهوم "الجامعة الريادية" وفقاً للتطور التاريخي بسلسلة من التغيرات، وفقاً لـ (Etzkowitz) فالجامعة الريادية هي التي تفكر في مصادر تمويل جديدة، مثل براءات الاختراع والدخول في شراكات خاصة، أما (Clark) فقد عرفها بأنها مؤسسة نشطة تسعى إلى الابتكار في طريقة إدارتها لأعمالها بهدف الوصول إلى وضع أفضل في المستقبل، ويرى كل من (Guenther & Wagner) بأن الجامعة الريادية تقوم بالربط المباشر وغير المباشر بين البيئة الأكاديمية وعالم الأعمال، مثل حاضنات الأعمال والمجمعات العلمية.. (Maria & Ruiz, 2020, p. 708)

ومن جهة أخرى فقد وضع كل من (Guerrero & Urbano) بأنها منظمة قابلة للتكيف مع البيئات التنافسية من خلال استراتيجية مشتركة لتكون متميزة في جميع أنشطتها (على سبيل المثال: لديها موارد مالية جيدة، اختيار طلاب وأساتذة جيدين إنتاج أبحاث بجودة عالية) (Guerrero & Urbano, 2012, p. 45)، في حين يرى (Mets) بأنها الجامعة التي تقوم بإنشاء وتنفيذ معارف جديدة قابلة للنقل من خلال سلوكها مع الجهات الفاعلة في هذه العملية (Mets, 2010, p. 81).

ويمكن تعريف الجامعة الريادية بأنها تلك المنظمة التي لها قدرة على الانتقال من النموذج التقليدي للتعليم إلى النموذج الحديث القائم على ريادة الأعمال من خلال دفع مندسبها إلى التعلم والابداع والابتكار والانفتاح على بيئتها الخارجية، وإقامة تحالفات لإحداث التغيير على المستوى الفردي والاقتصادي والاجتماعي.

2.2. سمات الجامعة الريادية:

هناك العديد السمات التي تتميز بها الجامعة الريادية عن غيرها، ونوردها في الآتي: (السامرائي ، 2011)

- الإبداع: يتعلق بتجديد الخدمات التعليمية التي تقدم للمجتمع من خلال البحث والتطوير؛
 - التمايز: يشير إلى تميز الخدمات التعليمية المقدمة؛
 - التكلفة: أي تقديم الخدمات التعليمية بتكلفة مناسبة مع الحفاظ على جودة وأصالة التعليم.؛
 - التحالفات: يتضمن إقامة اتفاقيات مع مؤسسات تعليمية أخرى لتحقيق أهداف مشتركة؛
 - الاستباقية: يعني استيعاب التغيرات المختلفة والبدء في العمل قبل المنافسين ببناء على التنبؤات.
- وأضاف أن الجامعة الريادية تركز على ربط العلاقات بين الجامعة نفسها والحكومة والصناعات، والسوق.

3.2. مبررات التحول من الجامعة التقليدية إلى الجامعة الريادية:

يعتبر التعليم الريادي ذو أهمية بالغة في الوقت الحاضر، حيث يشهد اهتماما كبيرا من قبل الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، يهدف التعليم الريادي إلى تمكين الخريجين من اكتساب المهارات الضرورية التي تمكنهم من الاندماج في الحياة الاقتصادية في المجتمع. أظهرت بعض الدراسات وجود عدة مبررات تدفع الجامعات إلى تضمين التعليم الريادي في مناهجها التعليمية، وحتى الانتقال نحو نموذج الجامعات الريادية، ومن بين تلك المبررات: (عبد اللطيف وأمين، 2021، الصفحات 163-164)

- تطورات نظم الاقتصاد تفرض على الجامعات التحول إلى التعليم الريادي كوسيلة لتحقيق الاستقرار الاقتصادي للمجتمعات؛
- غلبة التقليدية على الجامعات الحالية مما يؤدي إلى ضعف خصائص ومهارات خريجي التعليم العالي وعدم توافقها مع متطلبات سوق العمل المتطورة والمتغيرة، ما لا يخدم مصالح الخريجين؛
- توظيف المعرفة والخبرة العلمية المنتجة في الجامعات لتطوير المجتمع، وحل مشكلاته الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية؛
- انجذاب الطلاب للعمل المستقل، هناك اهتمام متزايد من الطلاب في الوقت الحاضر بالعمل المستقل والابتعاد عن الأعمال التقليدية في المؤسسات الكبيرة، مما يزيد من جاذبية المشروعات الريادية بالنسبة لهم؛
- اهتمام الكثير من الدول بدمج ريادة الأعمال في الاستراتيجيات والمبادرات التعليمية الوطنية، واعتبارها من متطلبات العمل في الوقت الحاضر مما جعل الكثير من الدول تقوم بإصلاح أنظمتها التعليمية تماشياً مع متغيرات السوق المحلي والعالمي؛

- ما يحققه تعلم ريادة الأعمال من زيادة معارف ومهارات الأفراد بما يزيد من رأس المال البشري وقدرته على الاندماج في سوق العمل المحلي والعالمي.

4.2. الإطار الإرشادي للجامعات الريادية:

يعتبر الإطار الإرشادي للجامعات الريادية دليلاً توجيهياً يهدف إلى دعم الجامعات التي تسعى للانتقال من الإطار التقليدي إلى الإطار الريادي، من خلال تسليط الضوء على أبعاد الجامعات الريادية، تم إصداره في عام 2012 بالتعاون بين المديرية العامة للتعليم والثقافة التابعة للمفوضية الأوروبية ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCED)، ويمكن استخدام سبعة أبعاد كمعايير للتقييم الذاتي على مقياس من 0 إلى 10 لممارسات الجامعات في مجال الريادة، من خلال تشخيص وضع الجامعة الحالي وتحديد المجالات المحتملة للتحسين، مع مراعاة البيئة المحلية والوطنية للجامعة، يمكن توضيح الأبعاد السبعة على النحو التالي: (الشيخة والرقابي، 2023، صفحة 315)

- القيادة والحوكمة: يتعامل البعد الأول مع العوامل المرتبطة بتعزيز التحول نحو الريادة، ومن هذه العوامل: تضمين ريادة الأعمال كجزء أساسي من استراتيجية الجامعة، ووجود هيكل متخصص لتنسيق ودمج أنشطة ريادة الأعمال داخل الجامعة وخارجها، وتعزيز وجود الجامعة في المجتمع من خلال دعم الأنشطة الثقافية والفنية والمحلية.
- التنظيمية (الأفراد والحوافز): يسلط هذا البعد الضوء على عدد من النقاط التي تساهم في تخفيف القيود التنظيمية ومن بينها: وجود استراتيجية مالية مستدامة لدعم وتطوير ريادة الأعمال، تنوع مصادر التمويل والاستثمار، واعتماد السلوكيات والخبرات الريادية كمعايير في عمليات التوظيف.
- تنمية ريادة الأعمال في التعليم والتعلم: يتناول هذا البعد عدداً من مجالات التنمية الريادية، مثل تنظيم هيكل الجامعة بشكل داعم ومحفز لتطوير العقلية والمهارات الريادية، واعتماد المنهج الريادي للتدريس في جميع أقسام الجامعة، ودعم السلوك الريادي طوال فترة التعليم الجامعي، بالإضافة إلى التحقق من مخرجات التعلم الريادي.
- مسارات رواد الأعمال: يقدم هذا البعد للجامعات الراغبة في دعم أصحاب المشاريع لتطوير حياتهم المهنية أو الأفراد المغامرين في طريقهم إلى أن يصبحوا رواد أعمال، من خلال: زيادة الوعي لدى الموظفين والطلاب بأهمية تنمية القدرات الريادية، توفير فرص لتجربة ريادة الأعمال، إتاحة التوجيه من قبل الأكاديميين وذوي الخبرة الريادية، توفير الوصول إلى مرافق حاضنة الأعمال.
- العلاقات الخارجية لتبادل المعرفة: يعالج هذا البعد أهمية بناء العلاقات مع الشركاء والمتعاونين مثل القطاع العام والشركات والخريجين والهيئات المهنية وغيرها، ويشمل الجوانب التالية: مشاركة فاعلة للجامعة في إقامة شراكات وعلاقات مع مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة مثل المنظمات المحلية والإقليمية والشركات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الاجتماعية والمدارس والخريجين ورجال الأعمال، وتوفير فرص لمشاركة الموظفين والطلاب في البيئة الخارجية.
- جامعة ريادة الأعمال كمؤسسة دولية: يناقش هذا البعد عدة متطلبات تتعلق بتأثير البيئة الدولية على جوانب ريادة الأعمال في التدريس والبحث وتطوير المواهب والفرص الجديدة والثقافة، مثل النقاط التالية: اعتبار التدويل جزءاً أساسياً من استراتيجية الجامعة، وتقديم دعم صريح للتنقل الدولي للموظفين والطلاب، وجذب الموظفين الدوليين ورجال الأعمال للتدريس والبحث وطلبة الدكتوراه)، ومشاركة الجامعة بفاعلية في الشبكات الدولية.

- تقييم الممارسات الريادية للجامعة: يحدد هذا البعد المجالات التي يمكن أن ترغب الجامعة في قياسها من خلال التقييم المنتظم، وتشمل: تأثير استراتيجية الجامعة الريادية ومدى استجابتها للتغيير، مستوى المشاركة في التعليم والتعلم الريادي، تأثير تعليم ريادة الأعمال وعمليات التعلم، مراقبة وتقييم أنشطة التبادل المعرفي.

المحور الثاني: ريادة الأعمال

ظهر مصطلح ريادة الأعمال (Entrepreneurship) لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، حيث كان يتعلق بفكرة المخاطرة والتحمل والصعوبات التي ترافق الأعمال الاستكشافية والحملات العسكرية، ومع بداية القرن الثامن عشر، بدأ هذا المفهوم يتداخل في مجال النشاط الاقتصادي (بعضى والسبعواوي، 2020، صفحة 2)

1.3. مفهوم ريادة الأعمال:

يوجد عدة تعريفات لمفهوم ريادة الأعمال، ومن بين هذه التعاريف نذكر ما يلي:

يعرفها (Jones) بأنها عملية البحث عن الفرص واكتشافها وتشخيصها وتهيئة الموارد اللازمة للاستثمار بشكل متميز وملي لرغبة الزبائن وتوقعاتهم (نعمة و الورد، 2020، صفحة 14)، ويعرفها (Ken & al) بأنها القدرة على التنبؤ بالفرص النادرة واستغلالها بفعالية واعتماد المخاطرة المحسوبة عند الحاجة، وتحقيق نتائج متفوقة على المنافسين بشكل يفاجئ العملاء ويستدعي اهتمامهم وفي بتطلعاتهم المتجددة (Keh, Nguyen, & Ng, 2007, p. 595)، ومن جهة أخرى يرى (Robert Hisrich) أن الريادة هي عملية خلق شيء فريد ذو قيمة عن طريق الاستثمار في الوقت والجهد اللازمين، وتحمل المخاطر المالية والنفسية والاجتماعية المصاحبة، بهدف تحقيق العوائد المالية الناجحة (خالدي، 2013، صفحة 67).

كما قدم (Schumpeter) تعريفا لريادة الأعمال ضمن نظريته (التدمير الخلاق) حيث يصفها بأنها تلك الأعمال التي تسعى إلى إنشاء منظمات جديدة أو تطوير منظمات قائمة بشكل جذري، بهدف الاستجابة للفرص الجديدة في السوق والسيطرة على الساحة العملية وتدمير الأعمال القديمة، ركز Schumpeter على جعل ريادة الأعمال العنصر الأساسي في تحقيق الإبداع الهادف، وذلك من خلال تقديم خمسة أشكال رئيسية له: منتج جديد، جودة جديدة لمنتج موجود، أسلوب جديد في الانتاج، فتح سوق جديدة، مصدر لتوريد المواد الخام، تنفيذ تنظيم جديد (ببة وشين، 2023، صفحة 4).

ويمكن القول بأن ريادة الأعمال هي عملية مسح لبيئة الأعمال واقتناص الفرص بهدف حل مشكلة أو تقديم ابتكار جديد أو تقديم خدمة جديدة، وذلك من خلال توفير الموارد الضرورية وتنظيمها بشكل مناسب، ثم تحويل هذا الابتكار إلى مشروع وتحمل المخاطر المترتبة عليه بهدف تحقيق ربح مالي.

2.3. أهداف ريادة الأعمال:

تهدف ريادة الأعمال إلى تحقيق مجموعة من الأهداف المهمة، من بينها: (الجريان، 2018)

- تمكين الشخص من أن يكون مدير نفسه في العمل وقادرا على اتخاذ القرارات الحاسمة التي تساعد على تطوير المؤسسة؛
- تحقيق مكاسب مالية جديدة تفوق تلك التي يحصل عليها الشخص في الوظيفة التقليدية؛
- اختيار الأشخاص المهرة ذوي القدرات الإبداعية وتوظيفهم في المؤسسة؛
- تحقيق الكفاءة في جميع المجالات وتطويرها بشكل مستمر؛
- تحقيق الاستقرار المالي للمؤسسة، حيث يساهم الاستقرار المالي في تنظيم العمليات وضمان استمرارية المؤسسة؛
- تعزيز الاقتصاد والحد من البطالة من خلال توفير فرص عمل جديدة للعديد من الأشخاص؛
- تقديم منتجات جديدة تلبى احتياجات السوق وتلبي رغبات العملاء.

3.3. صفات رائد الأعمال الناجح: (صلاح، 2017)

- الثقة بالنفس: يعتمد النجاح في مجال ريادة الأعمال على الإيمان بالذات والاعتماد الكامل على قدرات ومهارات الفرد، إذ تقوم المشاعر السلبية مثل التحقير من الذات والندم على التجارب الماضية وضعف الشخصية بتقييد فرص النجاح في هذا المجال. كما تقلل من احتمالية التغلب على المنافسة في الأعمال المشابهة، مما يؤثر على تحقيق التميز المطلوب.
 - حب التعلم: يتميز رائد الأعمال الناجح بمتابعته لجميع التطورات التي يحققها العقل البشري، سواء على المستوى النظري الذي يشمل المعرفة والمعلومات والنظريات والحقائق، أو على المستوى التطبيقي الذي يتضمن الاستفادة من التقنيات الحديثة والتكنولوجية. يعمل الرائد على اكتساب هذه التطورات لتحقيق فوائدها في توفير الوقت والجهد في مختلف المجالات والأعمال.
 - الإرادة والعزيمة: يتصف رائد الأعمال الناجح بقوة الإرادة والإصرار على بلوغ الغايات المنشودة وتحقيق الأهداف الموضوعية بكل دقة، ويبعد عن مشاعر الضعف والاستسلام واليأس، بحيث يتخطى الفشل، وينطلق منه نحو التطور والنجاح، ويستفيد من كافة تجاربه السابقة، ويجعلها بمثابة دروس لتفادي تكرار الأخطاء.
 - العلاقات الواسعة: يكون لديه شبكة من الأشخاص الإيجابيين الذين يمتلكون القدرة على التغيير نحو الأفضل، ويتمتع بقائمة معارف تتمتع بنفوذ، وذلك بناءً على الاعتقاد بأن معرفة الأشخاص والتفاعل المثالي معهم تشكل مصدراً للفرص الجديدة والآفاق التي تسهم في تطوير العمل الريادي.
 - الانسجام والتأقلم: بالإضافة إلى المرونة في التعامل مع التغيرات والتقلبات المختلفة، حيث نجد الإداري ناجحاً في في التعامل مع حالات الطوارئ المختلفة التي تؤثر في عمله، من خلال ضبط الأعصاب، والحكمة، والهدوء، والقدرة على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب، وخاصة المصيرية منها، من خلال الفهم العميق للظروف المحيطة بالمشكلة.
 - القدرة على البحث: جمع المعلومات المناسبة حول العمل، والتعرف عليه بعمق، ودراسة الأسواق بشكل كامل، وتحديد الفئات المستهدفة والمنافسين، ووضع السبل الكفيلة بتحديد احتياجات العملاء.
 - القدرة على التحصيل: خاصة فيما يتعلق بالتمويل المادي المطلوب لإنجاز الأعمال المختلفة، سواء عن طريق العلاقات المختلفة، أم من خلال البيع وزيادة الأرباح وتطوير الأعمال القائمة.
- ### 4.3. دور الجامعة في نشر ثقافة ريادة الأعمال للطلاب:

تسعى الجامعات إلى التنمية الاقتصادية وزراعة ثقافة ريادة الأعمال ودعم الطلاب من خلال برامج تعليمية وتدريبية في مجال ريادة الأعمال وإدارة الأعمال الحرة. وقد اتجهت العديد من الجامعات حول العالم إلى تصميم برامج تعليمية ومناهج دراسية في مجال ريادة الأعمال، بالإضافة إلى منح درجة الماجستير والدكتوراه في هذا المجال. وقد قامت المؤسسات الحكومية والخاصة بتطوير برامج تدريبية ودراسات متخصصة في ريادة الأعمال. وتحمل هذه الجامعات مسؤولية تنمية الثقافة الريادية لدى الطلاب، من خلال تزويدهم بالمهارات اللازمة للعمل الحر وتحمل المخاطر، وتدريبهم على تحويل أفكارهم ومقترحاتهم المبتكرة إلى مشاريع مهمة. كما توفر لهم المساعدة في إعداد وتنفيذ المشروعات وتقديم الاستشارات والدعم والتوجيه (مدخل و طير، 2021، صفحة 195).

كما أوضح (الشميمري)، أنه هناك عدة مرتكزات ضرورية لتعزيز دور الجامعة في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب. هذه المرتكزات تشمل: (الرميدي، 2018، الصفحات 377-380)

- تعزيز الشراكات والعلاقات مع جميع القطاعات ذات الصلة بالجامعة، سواء كانت مؤسسات حكومية أو المجتمع المحلي أو الخريجين. ويتضمن ذلك فتح قنوات اتصال مستمرة بينهم لتبادل الخبرات والتعاون؛
- التعاون مع الجامعات المتميزة في مجال ريادة الأعمال على المستوى العالمي، لنقل التكنولوجيا والمعارف المتقدمة والاستفادة من خبراتهم في هذا المجال؛
- تبني التعليم القائم على الإبداع والابتكار، وتجنب النهج التقليدي المتمثل في الحفظ والتلقين. وبدلاً من ذلك، تشجيع الطلاب على أن يصبحوا منتجين للمعرفة من خلال تعزيز قدراتهم الإبداعية ومنحهم الفرصة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم ودعمها؛
- توفير قيادة تؤمن بأهمية ريادة الأعمال وتكون مستعدة لتوفير الموارد المادية والمالية لرواد الأعمال.

5.3. الآليات الداعمة لقيام الجامعة بدورها للنجاح في ريادة الأعمال:

❖ التعليم الريادي:

- مفهوم التعليم الريادي:

يوجد تباين في تفسير مفهوم التعليم الريادي، حيث في المملكة المتحدة يشار إليه باسم Enterprise Education، ويركز على تنمية الفرد، أما في الولايات المتحدة الأمريكية يطلق عليه اسم Entrepreneurship Education، ويعني التركيز على إنشاء الفرد لمشروعه الخاص، وللحصول على تعريف واضح يقترح البعض العودة إلى الأصل الفرنسي لمصطلح ريادة الأعمال، حيث يمكن تعريفه بأنه "القدرة على تحويل الأفكار إلى أفعال"، ويتمحور تعليم ريادة الأعمال حول تمكين الأفراد المبدعين والمستقلين القادرين على تحويل الأفكار إلى أفعال (قروشي و فضيلي، 2021، صفحة 38)، كما تعرفه منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD بأنه التعليم الذي يهتم بنشر مجموعة من المهارات والصفات المهمة، مثل القدرة على التفكير الإبداعي، والعمل الجماعي، وإدارة المخاطر والتعامل مع المجهول (السعيد، 2015، صفحة 134).

أصبح التعليم الريادي أحد الاستراتيجيات المستخدمة لتعامل مع الضغوط وتقليل حجم البطالة بين خريجي الجامعات والشباب حيث يوفر هذا التعليم المعارف والمهارات التي تساعد هؤلاء الشباب على مواجهة الظروف الاقتصادية والاجتماعية بجانب تأهيلهم لخلق فرص وظيفية لأنفسهم. عمل مشروعات ريادية تساهم في تحقيق دخل مناسب لهم تحد من حدة الفقر وتحسين مستوى المعيشة (الرميدي، 2018، صفحة 378).

❖ البيئة الداعمة: مع تزايد أهمية المعرفة في جميع المؤسسات، بما في ذلك الجامعات، ومع التحول من الاقتصاد التقليدي إلى

اقتصاد المعرفة، أصبح من الضروري للجامعات أن تتبنى اقتصاد المعرفة أيضاً، حتى تتمكن من تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها من خلال عدة جوانب من بينها: تنمية الثقافة الريادية داخل الجامعات، تشجيع التعاون بين الجامعة والقطاع الخاص في دعم وريادة الأعمال بالجامعة.

❖ حاضنة الأعمال: تواجه المشاريع والأعمال الصغيرة العديد من التحديات في مرحلة البداية، مثل نقص التمويل ونقص

الخبرة في مجال العمل، بالإضافة إلى غياب المهارات الإدارية والفنية لدى أصحاب المشروعات. هذه التحديات قد تؤدي في بعض الأحيان إلى توقف المشروعات خلال الأشهر الأولى، وبالتالي يجد أصحاب هذه المشروعات أنفسهم في موقف صعب، حيث يتعرضون لفقدان الموارد المحدودة التي يمتلكونها وفقدان فرصة العمل. ونتيجة لذلك، ظهرت حاجة ملحة لوجود

مؤسسات تقدم الدعم لهذه المشروعات من خلال توفير الخبرات الاستشارية والتمويل الضروري. يهدف هذا الدعم إلى مساعدة هذه المشروعات على البقاء والاستمرار وتحقيق النجاح لأطول فترة ممكنة (الريميدي، 2018، صفحة 379).

المحور الثالث: بعض التجارب الدولية الناجحة

1.4. تجربة الهند:

عند الحديث عن تجربة الهند نذكر الرواد في الصناعة الهندية مثل شركة (Tata ، Ambani ، Premji ، Morty) بعد نمو الاقتصاد في عام 1990 والذي ساعد على خلق مشاريع جديدة نتيجة زيادة عدد السكان في سن العمل وكان معدل النمو يقدر بـ 7% سنويا، وإذا بقي مستمرا فإنه هناك حاجة لمليون وظيفة في الشهر، فعدد السكان ضعف عدد سكان الولايات المتحدة، وفي العقد الماضي كان هناك طلب على طلاب الكليات الذين يشاركون في تنظيم المشاريع مما دعا الشركات لمبادرة (الشبكة الوطنية للريادة NEN)، والتي أسستها مؤسسة أدواني وبعض الجامعات الرائدة في الهند والآن هناك ما يقارب 70000 طالب وطالبة في NEN. والدراسة التي أجراها معهد ليجاتوم في 2011 وجدت أن رجال الأعمال الهنود متفائلون لمستقبل بلدهم رغم المشاكل الموجودة في بيئة العمل من حيث التنفيذ للعقود والتعامل مع تراخيص البناء والتجارة عبر الحدود والعائق الأكبر هو عدم وجود السلطة والبنية التحتية والطرق والمياه والنقل العام والتي تقع ضمن مسؤوليات الحكومة مما ولد الاحتجاجات والتي سيستفيد منها رواد الأعمال لخلق فرص عمل جديدة والانتقال نحو الأفضل (حسين، 2013، صفحة 404).

2.4. تجربة اليابان:

ركزت اليابان على إصلاح النظام التعليمي وأنشأت الجامعات في البلاد تحالفات وشراكات بينها وبين قطاع الأعمال، تتمتع الجامعات في اليابان باستقلالية في تطوير برامجها التعليمية وتطوير مواردها البشرية، كما تسعى لربط مخرجاتها التعليمية بسوق العمل، وقد تم توقيع اتفاقيات بين الجامعات وقطاع الأعمال لتأسيس منظمات ريادية تستهدف الشباب، كما اتجهت إلى وضع معايير لتحقيق الجودة التعليمية التي تعزز الابداع والابتكار والريادة، مما ساهم إلى حد كبير في خلق جيل مبتكر وريادي في اليابان، كما ان هناك تكامل بين الصناعات الكبيرة والصغيرة، ودعم حكومي لتطوير الصناعات الصغيرة والمتوسطة، ومنهجها التمويل المناسب لتحقيق قدرات تنافسية مرتفعة.

قامت الحكومة اليابانية بدعم المشروعات الصغيرة من خلال التمويل المالي المباشر من قبل المؤسسات المالية للدولة، والتأمين ضد الديون المتعثرة من خلال ضمان الدولة تغطية الخسائر التي تتعرض لها المؤسسات المالية عند عدم سداد المنشآت الصغيرة والمتوسطة للقروض التي تحصل عليها، بالإضافة إلى الدعم التسويقي، حيث تحدد الحكومة مشترياتها من الصناعات الصغيرة والمتوسطة سنويا، مع إلزام المنظمات الحكومية بإتاحة الفرصة أمام هذه الصناعات كشرط للحصول على العقود والمناقصات الحكومية التي تعلنها الحكومة اليابانية (الباجوري، 2017، صفحة 17).

3.4. تجربة الولايات المتحدة الأمريكية:

ينظم في الولايات المتحدة أسبوعا سنويا يعرف بـ "أسبوع الريادة" بهدف تشجيع الشباب على ممارسة روح ريادة الأعمال يتضمن هذا الأسبوع العديد من الأنشطة والفعاليات التي تشمل تمارين المحاكاة وألعابا على الإنترنت، ومسابقات لوضع خطط العمل، وورش عمل مختلفة، بالإضافة إلى منتديات تمكن الطلاب من استكشاف قدراتهم الريادية ومهاراتهم والتفاعل مع المعلمين المتخصصين.

توجد في الولايات المتحدة العديد من المراكز الريادية التي تقدم برامج تعليمية وتدريبية للشباب المهتمين بالريادة. وتقوم الحكومة بتنظيم حملات إعلامية واسعة النطاق تستهدف الشباب في مختلف الفئات العمرية لتشجيعهم على الاستفادة من روح الريادة والعمل الحر، وذلك لبناء قدراتهم الريادية وتوجيههم نحو إنشاء أعمالهم الخاصة، وبذلك يتاح لهم فرص العمل دون الحاجة للبحث عن وظائف تقليدية في القطاع الحكومي، تتضمن هذه الحملات عرض قصص حقيقية لرواد الأعمال وأشخاص معروفين في مجال الأعمال، وذلك بهدف إلهام الشباب وتشجيعهم على الابتكار والتجربة في مجال ريادة الأعمال.

يقدم النظام التعليمي في الولايات المتحدة الأمريكية برامج تعليمية في تخصص الريادة، واتجهت الكثير من الجامعات في العالم إلى اتباع هذا النهج، كما اتجهت الجامعات الأمريكية إلى تنظيم مسابقات لتشجيع دور الريادة بين الطلاب، فمثلاً يقدم معهد ماساتشوستس جائزة قيمتها 50 ألف دولار أمريكي للباحثين والطلاب المتميزين في المشروعات الريادية، وتمنح جامعة (Yale) الأمريكية جوائز بنفس القيمة بالإضافة إلى تدعيم الفائزين من خلال الدعم التدريبي والمتابعة (الباجوري، 2017، الصفحات 19-18).

كما توفر بعض الجامعات الأمريكية لطلبتها وأعضاء هيئة التدريس بها برامج الزمالة، بحيث يمكن للطلاب الحصول على معرفة معمقة في مجال التكنولوجيا، ويساهم بعض خريجي الجامعات الأمريكية في تأسيس وإدارة العديد من الشركات الأكثر شهرة في العالم على غرار (Google)، ومايكروسوفت، وHP، كما يساهم بعض خريجي الجامعات الأمريكية في إنشاء شركات بعد التخرج، والتي تولد مبيعات سنوية في جميع أنحاء العالم، تبلغ حوالي 1.27 تريليون دولار وتوظف أكثر من ثلاثة ملايين شخص من ناحية أخرى يحافظ بعض خريجي الجامعات الأمريكية على روابطهم بالجامعة، من خلال تواصلهم الدائم مع الجامعة حيث البرامج التطوعية، والمحاضرات، والتعاون في مجال البحوث، وتقديم المشورة والنصح للطلاب الحاليين (أرناؤوط، 2017، الصفحات 262-263).

4.4. التجربة البريطانية:

أنشأت المملكة المتحدة برامج تعليمية للريادة في العديد من الجامعات، مع تركيزها على نقل المعرفة والتكنولوجيا في جميع مراحل التعليم، بهدف تعزيز وتدعيم قدرات الطلاب في مرحلة مبكرة من عمرهم على ممارسة العمل الريادي، ومن هذه الجامعات التي طورت التعليم الريادي جامعة شيفلد التي جعلت تعليم الريادة برنامجاً دراسياً أساسياً من برامجها الدراسية، مع ربطه بالعلوم والهندسة، والعمل على نشر ثقافة الريادة من خلال الجوانب العلمية للبحث العلمي للحصول على المعرفة وأنشئت الحكومة البريطانية المجلس الوطني لخريجي الريادة لتعزيز وتدعيم ثقافة الريادة في بريطانيا، وإقامة شراكة بين المجتمع الأكاديمي وقطاع الأعمال، وعملت حملات لتعزيز مفهوم الريادة لدى الشباب، بهدف إنشاء جيل مبتكر ويتميز في أعماله.

كما خصصت حوالي 30 مليون جنيه استرليني لدعم 12 مركزاً ريادياً في بداية القرن الواحد والعشرين، بهدف تأسيس مراكز ريادية لتسويق الأبحاث وتبني الريادة العلمية ودمج ثقافة الريادة في البرامج الدراسية، وقامت بإضافة 10 مليون جنيه استرليني لتعزيز النجاحات في المراكز الريادية، كما اتجهت الحكومة البريطانية إلى تدعيم المشروعات الصغيرة والمتوسطة من خلال إتاحة التمويل، ووضع برامج لتدريب المنشآت الصغيرة ومساعدة المشروعات على أساسيات المهارات اللازمة من خلال برامج لتدريب العمال (الباجوري، 2017، الصفحات 19-20).

5.4. تجربة الإمارات:

قررت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بدولة الإمارات العربية المتحدة في أكتوبر عام 2015، إدخال منهاج الابتكار وريادة الأعمال ليكون معتمداً في الجامعات الحكومية والخاصة كافة، وتدريبه في مختلف التخصصات، اعتباراً من يناير 2016، دف تأصيل ثقافة الابتكار وريادة الأعمال في ميادين التعليم الجامعي، وتطوير معارف الطلبة ومهاراتهم على أسس مبتكرة وتعزيز دور الجامعات كمنصات علمية وفكرية وثقافية، ترتقي بمخرجات التعليم لدعم مسيرة التنمية وبناء منظومة اقتصادية متكاملة على أسس معرفية، تعزز تفوق الدولة وريادتها العالمية (الهيبي، 2016، صفحة 11).

أدركت حكومة الإمارات أن ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال ودعم تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة يجب أن يمثل عماد استراتيجيتها، بهدف أن تصبح اقتصاداً قائماً على المعرفة يتمتع بالقدرة التنافسية، باعتبار أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة ركيزة أي اقتصاد نام، ومحرك للإبداع وفرص العمل والاستثمار، وقد وضعت ذلك في حسابها في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية (الإمارات 2021 مع تركيزها القوي على شريحة الشركات الصغيرة والمتوسطة، وتوجه الحكومة الدعم نحو تهيئة بيئة تشريعية مناسبة تحفز وتعزز الشركات الصغيرة والمتوسطة، وتنمي وتطور إبداعات رواد الأعمال، ويشكل رواد الأعمال للشركات الجديدة حوالي 4.1% من السكان البالغين في الدولة، كما يشكل رواد الأعمال الناشئين الذين يسعون نحو تأسيس شركات أعمال نسبة 3.9% من السكان، أي تقريباً 8% من السكان البالغين هم ضمن نشاط ريادة الأعمال، وهذا يعني أنه يمكن اعتبار 8 أفراد من بين كل 100 بالغ في الدولة رواد أعمال في مرحلة مبكرة (نعمة والورد، 2020، صفحة 473).

وقد تم تدشين صندوق خليفة لتطوير المشاريع سنة 2007 لترسيخ ثقافة ريادة الأعمال وتعزيز الإبداع والابتكار وتحقيق النمو المستدام للشركات الإماراتية الصغيرة والمتوسطة، ويعتبر الصندوق إحدى الهيئات الحكومية الرائدة التي حفزت تأسيس أكثر من 460 مشروعاً جديداً مع ضخ رؤوس أموال تزيد عن 760 مليون درهم إماراتي (الباجوري، 2017، صفحة 22). بعد استعراض هذه التجارب، يتضح أن أنجح التجارب تأتي من الدول المتقدمة، مثل الولايات المتحدة واليابان وبريطانيا تميزت هذه الدول بنشر ثقافة ريادة الأعمال من خلال مؤسساتها التعليمية، حيث تشجع رواد الأعمال وتدعم مشاريعهم. كما تقدم هذه المؤسسات مقررات تعليمية متخصصة في مجال ريادة الأعمال.

5. خاتمة:

من خلال دراسة موضوع الجامعة الريادية الذي يعد المحرك الأساسي لنشر ثقافة ريادة الأعمال بين رواد الأعمال والطلاب بالخصوص، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتمثل في:

- ✓ تساهم الجامعة الريادية في نشر ثقافة ريادة الأعمال من خلال البرامج التعليمية والدورات التكوينية والتحالفات وجلب الخبرات العالمية، مما ينعكس بالإيجاب على المستوى الاقتصادي والاجتماعي؛
- ✓ تساهم الجامعة الريادية في تعليم ريادة الأعمال ما من شأنه أن ينشئ جيل يتميز بروح المغامرة وقادر على الابتكار والإبداع من خلال اكتساب المهارات الضرورية التي تسمح لهم باستغلال الفرص، وتحويل الأفكار إلى مشاريع ومؤسسات ناشئة؛
- ✓ تعزيز وتدعيم قدرات الطلاب في مرحلة مبكرة من عمرهم على ممارسة العمل الريادي؛
- ✓ تعزيز التعاون والتواصل مع جميع القطاعات ذات الصلة بالجامعة، بما في ذلك المؤسسات الحكومية، والمجتمع المحلي والخريجين؛
- ✓ ريادة الأعمال توفر فرصاً لتحقيق عوائد مالية ممتازة تتجاوز تلك المتاحة في الوظائف التقليدية؛

✓ استغلال المعرفة والخبرة العلمية التي تنتج في الجامعات لتحقيق تطوير المجتمع، وحل مشكلاته الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية؛

✓ زيادة الأعمال تحقق معارف ومهارات جديدة للأفراد، ما يسمح للأفراد بالاندماج في سوق العمل المحلي والعالمي.

اقتراحات الدراسة: للوصول إلى جامعة ريادية تدعم وتنشر ثقافة ريادة الأعمال لا بد من:

- يجب التحول من الجامعة التقليدية إلى الجامعة الريادية القائمة على دمج ريادة الأعمال في مقرراتها ومناهجها؛
- توفير بيئة مشجعة لتطوير ثقافة ريادة الأعمال من خلال إنشاء بيئة تنظيمية ووضع لوائح وقوانين تدعم هذه الثقافة؛
- توفير حاضنات الأعمال لدعم المشاريع في مرحلتها الأولى، مع توفير إمكانيات التمويل والتسهيلات المالية المناسبة؛
- تعزيز تواصل الجامعة مع محيطها من خلال تأسيس تحالفات مع مختلف القطاعات لتوافق مخرجات التعليم مع احتياجات سوق العمل الفعلية؛
- ينبغي تعديل برامج ومقررات الدراسة لضمان انسجامها مع برامج ريادة الأعمال، بهدف تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الخريجين.

6. قائمة المراجع:

1. Keh, H., Nguyen, T., & Ng, H. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of business venturing*, 22(4), pp. 592-611.
2. Guerrero, M., & Urbano, D. (2012). The development of an entrepreneurial university. *The journal of technology transfer*, 37(1), pp. 43-74.
3. Maria, S., & Ruiz, A. (2020). Entrepreneurial university: an exploratory model for higher education. *Journal of Management Development*, 39(5), pp. 705-722.
4. Mets, T. (2010). Entrepreneurial business model for classical research university. *Engineering Economics*, 66(1), pp. 80-89.
5. أحمد أرناؤوط. (2017). دراسة مقارنة لبرامج تعليم ريادة الأعمال ببعض الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية وماليزيا وإمكانيات الاستفادة منها في مصر. *مجلة التربية المقارنة والدولية*، 7(7)، الصفحات 189-303.
6. آسيا بعضي، و مشتاق محمود السبعواوي. (2020). دور التعليم في التشجيع على ريادة الأعمال - بعض التجارب الدولية الناجحة. *الملتقى الدولي الاول لريادة الاعمال : دور الجامعات في تبني ودعم فكر ريادة الاعمال* ، (الصفحات 1-11). العراق.
7. إيمان بية، و خثير شين . (2023). متطلبات تفعيل التكوين الريادي لأساتذة التعليم العالي بالجزائر. *ملتقى وطني حول: تحديات تفعيل حاضنات الأعمال الرقمية في الجزائر كآلية لدعم المشاريع الناشئة للطلبة الجامعيين* (الصفحات 1-14). الجزائر: جامعة قسنطينة 3.
8. بسام سمير الرميدي. (2018). تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب إستراتيجية مقترحة للتحسين. *مجلة اقتصاد المال و الأعمال*، 2(2)، الصفحات 372-394.
9. خالد عبد الوهاب الباجوري. (2017). ريادة الأعمال مفتاح التنمية الاقتصادية في العالم العربي. *اتحاد الغرف العربية دائرة البحوث الاقتصادية*.
10. خالد مدخل، و عبد الحق طير. (2021). مساهمة الجامعة الجزائرية في نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلبة - دراسة ميدانية في كلية التكنولوجيا بجامعة الوادي. *مجلة التنمية الاقتصادية*، 6(2)، الصفحات 190-208.
11. رزان صلاح. (2017, 05 03). <https://mawdoo3.com>. تاريخ الاسترداد 05 30 2023، من موضوع.
12. رشيدة خالدي. (2013). دور الجامعة في بناء ثقافة ريادة الأعمال. *مجلة الاقتصاد والتنمية*، 1(1)، الصفحات 64-79.
13. سماح عادل الجريان. (2018, 12 18). <https://www.slwan0sa.com>. تاريخ الاسترداد 05 30 2023، من سلوان.

14. عدنان الشيحة، و نورة الرقابي. (2023). تطبيق مفهوم الجامعة الريادية: جامعة الأميرة نوره بنت عبد الرحمان مثال. المجلة العربية للإدارة، الصفحات 313-336.
15. عصام السعيد. (2015). التعليم الريادي: مدخل لدعم توجه طلاب الجامعة نحو الريادة والعمل الحر. مجلة كلية التربية، 18(18)، الصفحات 132-177.
16. عمار السامرائي. (2011). أهمية تطبيق معايير ضمان جودة التعليم العالي لبناء و دعم ثقافة الإبداع و التميز و الريادة للجامعات الخاصة : دراسة حالة الجامعة الخليجية نموذجا. المؤتمر الدولي الثاني لضمان جودة التعليم العالي (الصفحات 1-25). البحرين: الجامعة الخليجية.
17. عيسى قروشي، و سمية فضيلي. (2021). مساهمة برامج التعليم الجامعي في تعزيز المهارات والمعارف للطلبة في مجال ريادة الأعمال. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، 7(3)، الصفحات 34-48.
18. محمود عبد اللطيف، و مصطفى أمين. (2021). متطلبات تحويل الجامعات المصرية إلى جامعات ريادية في ضوء الهندسة العكسية: دراسة ميدانية. المجلة التربوية، 87(87)، الصفحات 137-221.
19. ميسون علي حسين. (2013). الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول. مجلة جامعة بابل، 21(2)، الصفحات 358-407.
20. نغم حسين نعمة، و حمزة باسم الورد. (2020). تقييم التوجه الريادي في إنجاح المشاريع الصغيرة والمتوسطة - تجربة الأردن وماليزيا انموذجا-. مجلة الريادة للمال والأعمال، 1(1)، الصفحات 13-21.
21. نغم حسين نعمة، و حمزة باسم الورد. (2020). دور ريادة الأعمال في نجاح مشروعات الأعمال تجربة دولة الإمارات. مجلة أريد الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2(1)، الصفحات 464-480.
22. نوزاد عبد الرحمان الهيتي. (2016). بيئة الأعمال ومتطلبات التنمية في دولة الإمارات العربية المتحدة. مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، 1(1)، الصفحات 1-23.

رأس المال غير المادي كرافعة لريادة الأعمال

-أدلة من مؤسسات تعليم اللغات والدعم بولاية معسكر-

Intangible capital as a lever for entrepreneurship -Evidence from language education and support institutions in mascara-

قادة عافية¹، داتو عماد سعيد²

¹ جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)

² جامعة سيدي بلعباس (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على مكانة ودور رأس المال غير المادي في ريادة الأعمال، ومدى اعتباره كرافعة فعلية له في زمن اقتصاد المعرفة، بداية بالبحث عن معالم تعريفه ومكوناته، مروراً بمدى إدراكه من قبل رواد الأعمال، وتشخيص واقع ممارسته من قبل مؤسسات تعليم اللغات ودروس الدعم، مستهدفين بذلك عينة من ولاية معسكر شملت عشرون (20) مؤسسة لتعليم اللغات وتقديم دروس الدعم، وقد اتضح من الدراسة أن أغلب القائمين على هذه المؤسسات لم يدركوا بعد مفهوم رأس المال غير المادي إلا مع مرور الوقت، والبقية لا زالت تمارسه دون أن تدرك مفهومه وأهميته، كما أن هذه المؤسسات أصبحت حتمية في الجزائر، بالرغم من الضبابية القانونية التي تميزها، بدليل أنها مؤسسات تفتح فقط بمجرد سجل تجاري، وليس اعتماد من الإدارة وفق شروط وضوابط قانونية.

الكلمات المفتاحية: رأس المال غير المادي؛ مؤسسات تعليم اللغات ودروس الدعم؛ ريادة الأعمال؛ اقتصاد المعرفة.

Abstract: This paper aims to clarify the status and role of intangible capital in entrepreneurship, and how it can be an effective lever for it in the era of the knowledge economy, Beginning with the search for the parameters of its definition and its components, passing through the extent of its awareness by entrepreneurs, And diagnosing the reality of its practice by language teaching institutions and support lessons, targeting a sample from the wilaya of Mascara that included twenty (20) institutions for language teaching and support courses. It became clear from the study that most of those in charge of these institutions did not yet understand the concept of intangible capital except with the passage of time, And the rest are still practicing it without realizing its concept and importance. These institutions have also become inevitable in Algeria, despite the legal ambiguity that characterizes them, This is evidenced by the fact that they are institutions established only by mere commercial registration, and not an approval from the administration according to legal conditions and controls.

Keywords: intangible capital; language teaching institutions and support courses; entrepreneurship; knowledge economy.

1. مقدمة:

في عصر إقتصاد المعرفة، أصبح رأس المال المادي غير كاف لخلق القيمة المضافة لدى المؤسسات، فازداد الإهتمام أكثر برأس المال غير المادي، خاصة مع بداية الثمانينات، أين بدأت المؤسسات تركز بشكل كبير على الابتكار، وخبرة الأفراد داخل المؤسسة، والثقافة، والعلاقات ونحوها من اللاماديات التي تشكل مكونات رئيسية لرأس المال غير المادي، وبدأت ملامح هذا الجانب الخفي للشركة تتضح تدريجيا.

وفعلا، إن أكثر أنواع رأس المال التي لا تثير تعقيدا والمعترف بها عالميا هي رأس المال الملموس، كالعقارات، المنشآت والمعدات ونحوها، التي يتم تحديدها وقياسها في حساب الشركة، لكن أصبح من الواضح لدى القائمين على المؤسسات أن الأشكال غير الملموسة لرأس المال كالمهارات و المعارف، تخلق أرباحا تضاهي أرباح رأس المال الملموس (laurie hunter and 2005). (all).

وإن عدم الاستثمار في رأس المال غير المادي من قبل بعض المؤسسات العمومية، لا سيما تلك التي يدخل فيها رأس المال غير المادي في صميم مهامها، مثل المؤسسات التربوية والتعليمية، أدى بها إلى وجود منافسين كان لهم الأثر البارز في ريادة الأعمال، من خلال الاستثمار في الأستاذة والدفع بهم نحو خلق قيم معرفية تنافسية.

ومع كثرة التعقيدات الخاصة برأس المال غير المادي في زمن إقتصاد المعرفة، انطلقا من التصور والإدراك، مروراً بالتباين في المكونات، وصولاً إلى إشكالية القياس، فضلا عن ثنائية النفقة والاستثمار التي تحيط به، سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية، التطرق إلى مدى إدراك مفهومه ومكوناته في مؤسسات تعليم اللغات ودروس الدعم بولاية معسكر.

وقد استهدفت الدراسة 20 مؤسسة لتعليم اللغات وتقديم دروس الدعم من أصل 101 مؤسسة، وذلك من خلال إجراء مقابلة مع هذه القائمين على هذه المؤسسات من مدراء ومسيرين، مع نهاية شهر مارس وبداية شهر أفريل 2023. الإشكالية: هل يمكن الإقرار بأن رأس المال غير المادي يشكل رافعة حقيقة لريادة الأعمال في مؤسسات تعليم اللغات وتقديم دروس الدعم بولاية معسكر؟

2. محاولة في ضبط المفاهيم ذات الصلة

سنحاول في هذا المحور التعرض للجانب المفاهيمي لرأس المال غير المادي محاولين البحث عم معالمة، كونه مفهوم حديث في حقل إقتصاد المعرفة، ومن ثم محاول تشخيص وقع رأس المال غير المادي في المؤسسات التربوية الجزائرية انطلاقاً من تقرير مؤشر المعرفة العالمي 2020.

1.2. رأس المال غير المادي في صميم ريادة الأعمال (مفهوم في مرحلة البحث عن معالمة)

يأخذ رأس المال غير المادي (le capital immatériel) عدة معاني لم يتم ضبطها بشكل نهائي، لحدائته في حقل إقتصاد المعرفة، وهو مفهوم موضوع اهتمام مقاربات ومناهج إقتصادية، سوسيولوجية وإدارية، حيث يشكل الثروة الخفية لأي منظمة، ويشير إلى قدرة المؤسسة على خلق القيمة من خلال مخزون المعرفة (Marie A and all, 2010, p 20).

وسنحاول أدناه، الوصول إلى رؤيا عامة عن مفهوم رأس المال غير المادي، بداية من منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية (OCDE) عام 1998، التي أنتت بثلاث خصائص لرأس المال غير المادي، وهي الافتقار إلى المظهر المادي، القدرة على تحقيق ربح إقتصادي، وإمكانية التملك والتفاوض به من قبل المؤسسة، ثم راجعتها عام 1999، لتقرر بأن رأس المال غير المادي هو قيمة إقتصادية تتضمن مكونين وهما: رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي، دون الإشارة إلى رأس المال العلاقتي.

❖ محاولة في تعريف رأس المال غير المادي:

بدأ الإهتمام برأس المال غير المادي مع بداية القرن العشرين (Marouane, 2018). قبل أن يكون مركزا فقط على الأصول الحقيقية مع بداية القرن الثامن عشر (Datou ssaid & Labiad, 2022)، وحسب بحوث هؤلاء الباحثين، فإن مساهمات كل من "Boutis" عام 1998 و "Brooking" عام 1996، وكذا "stahle" وآخرون عام 2015، توجت بوجود ثلاث تيارات أو توجهات، حيث يركز التيار الأول بشكل كبير على رأس المال البشري المتمثلة في الأفراد، التكنولوجيا، الابتكار وتطوير المنتجات، وإنعكاسات ذلك على الإنتاجية (Romer, 1986, Ikonen 1999, Fritsch 2002, Yoo 2003, Ang 2009, Ishiseswada 2009).

أما التيار الثاني، يعتمد على المحاسبة الوطنية، في قياسه لرأس المال غير المادي من خلال القيمة النقدية المتكونة أساسا من أنظمة المعلومات، نفقات البحث والتطوير، التكوين (Corrado 2005, Aghion et Howitt 2007, Hulten 2008)، أما التيار الثالث الذي كانت أبحاثه في السويد في سنوات التسعينات 1990، اعتمدت بشكل رئيسي على تعريف، نمذجة وتقييم الأصول غير المادية (Sveiby 1997 et 1998, Edvinsson et Malone 1997, Andriessen 2004, 2008, Navarro 2011).

بالرغم من هذه المقاربات، إلا أن رأس المال البشري غير المادي في اعتقادنا، لا زال يثير العديد المسائل ذات الصلة بالمفهوم، القياس والإدراك، بدليل الإختلاف الواضح في التعريفات المقدمة على نحو غير نهائي، وإشكالية إدراج جانبه اللاملموس في المحاسبة، وهو ما جعله محل نقاش دائم بين المهتمين والعارفين بحقل إقتصاد المعرفة، وإن رأس المال غير المادي، الذي يوصف أحيانا برأس المال الفكري عند البعض، وأصول غير مادية تقترب من وصف الأصول المعنوية عند البعض الآخر (Corinne Bessieux-Ollier et al, 2010) يشمل كل موارد المؤسسة غير المادية ذات القيمة الإقتصادية، التي يتولد عنها تدفقات مالية وأرباح مستقبلية، وتتجاوز عناصره المفهوم المحاسبي الضيق، ويكاد يجمع الباحثين على أن عناصر رأس المال غير المادي هي ثلاثة عناصر: رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقتي (Corinne Bessieux-Ollier et al, 2014).

وإذ نشير إلى أن ضبط المصطلحات باللغة العربية حول رأس المال غير المادي، ومقارنته بباقي المصطلحات ذات الصلة، لا زال يجد صعوبة في ذلك، ربما لكونه علم بدأ يعرف معاملة باللغات الأجنبية الأخرى، على رأسها اللغة الإنجليزية، حيث أشارت بعض الدراسات إلى أن المدرسة الأسكندنافية هي من أول من تطرق لمفهوم رأس المال غير المادي (DATOU Aimad, LANIAD, 2021)، ففي اللغة العربية رأس المال غير المادي، هو نفسه رأس المال غير الملموس، إلا أن اللغتين الإنجليزية والفرنسية على سبيل المثال، توجد فروقات طفيفة بين ثلاث مصطلحات لا تكاد تظهر، سنحاول توضيحها ضمن الجدول أدناه:

الجدول رقم (01): دلالات رأس المال غير المادي في اللغات الثلاث

أمثلة	الطبيعة غير المادية لرأس المال باللغات الثلاث			السنة	المؤلف
	اللغة الانجليزية	اللغة الفرنسية	اللغة العربية		
التطبيقات، براءة الإختراع، العلامة التجارية...	incorporeal	incorporel	رأس المال غير الملموس: له دلالة محاسبية، إذ يمكن إيجاده ضمن الميزانية	2006	Avril et Dumont
المعرفة، الملكية الفكرية، الخبرة...	intellectual	intellectuel	رأس المال الفكري: له دلالة إدارية وإجتماعية أكثر منها محاسبية	1997	Stewart
حسن النية، العلامة التجارية،	intangible asset	actif intangible	الأصول غير الملموسة: أصل غير نقدي، يمكن تحديده، ليس له مضمون مادي.	2004	anderson
رأس مال بشري، رأس مال هيكلية ورأس مال علاقتي	immaterial capital	capital immatériel	رأس المال غير المادي: مفهوم أوسع في جانبه اللاملموس.	سنوات متتالية	تقريبا كل الباحثين في حقل إقتصاد المعرفة

المصدر: إعداد الجدول من الباحثين

ولعل أهم تحدي تواجهه الشركات اليوم هو إشكالية إدراج رأس المال غير المادي محاسبيا، حيث يرى العديد من الباحثين ضرورة البحث عن آليات لتوسيع نطاق رأس المال غير المادي محاسبيا ليشمل العلامات التجارية، براءات الإختراع علاقات العمل ونحوها، لكن على نحو يمكن قياسه بشكل دقيق.

كما أن من بين المسائل الأخرى التي لا زالت لم تضبط بعد في رأس المال غير المادي إلى جانب مفهومه، هو اعتباره كعبء ونفقة لدى بعض المؤسسات، واستثمار لدى مؤسسات أخرى، إذ يمكن أن توجد نوعين من النفقات اللامادية: نفقات لامادية جارية، ونفقات استثمار لامادية (ALLOUCH Faissal et BENNISKarim, 2018)، ويزداد الغموض أكثر في المؤسسات العمومية التي ينسب نشاطها للدولة، التي غالبا ما يقل فيها الإبداع والتفكير مقارنة مع المؤسسات الخاصة.

❖ مكونات رأس المال غير المادي: تختلف مكونات رأس المال غير المادي من باحث لآخر، لكن تتفق الدراسات حول ثلاث مكونات رئيسية، هي على النحو التالي:

- رأس المال البشري: يضم الكفاءات والقدرات الفردية، الخبرة الجماعية، الأفراد الفاعلين؛
 - رأس المال الهيكلي: براءات الإختراع، ثقافة المؤسسة، أنظمة المعلومات، قواعد البيانات، القيم (كل ما يتبقى في المؤسسة في نهاية اليوم)؛
 - رأس المال العلاقائي: الزبائن، العملاء، شبكات العلاقات، المساهمون (كل ما يربط المؤسسة بالبيئة الخارجية).
- وتكاد تتقارب مختلف الدراسات التي حاولت الوصول إلى مكونات رأس المال غير المادي، والتي سنحاول تلخيصها في الجدول أدناه (Wael B and all, 2019):

الجدول رقم (02): مكونات رأس المال غير المادي

التقسيم	المؤلف	السنة
- رأس المال البشري	سفبي "sveiby"	1986
- رأس المال الهيكلي	بونتييس "Bontis"	2000
- رأس المال العلاقائي	مريتيم "Meritum"	2002
- رأس المال البشري	إدفنسون / مالون / Edvinsson / "malone"	1997
- رأس المال الهيكلي		
- رأس المال العملاء	ستيوارت "Stewart"	1997
- رأس المال البشري		
- رأس مال العملاء		
- رأس المال التنظيمي		
- رأس المال المعلوماتي		
- رأس المال المعرفي	فوستيك "Fustec"	2006
- حقوق ملكية العلامة التجارية		
- رأس مال الشراكة		
- رأس مال المساهمين		
- رأس المال البيئي		
- رأس المال البشري	سيغرف "Cigref"	2006
- رأس المال التنظيمي		
- رأس المال العلاقائي		

<ul style="list-style-type: none"> - رأس المال البشري - رأس المال العملاء - رأس المال المنتج - رأس المال التنظيمي 	أفريل "Avril"	2008
<ul style="list-style-type: none"> - رأس المال الصورة - رأس المال العملاء - تحديد السعر-رأس المال السوق - رأس المال المناجمنت - شخصية المدير العام - رأس مال المعرفة 	لكوانتر "Lecointre"	2016

المصدر: إعداد الباحثين

2.2. مفهوم قيادة الأعمال

قيادة الأعمال في العصر اللامادي: لعل السمة البارزة للاقتصاديات المتقدمة بالدرجة الأولى والاقتصاديات الناشئة بالدرجة الثانية، هو الأهمية المتزايدة للأصول غير الملموسة، التي تدخل في صميم قيادة الأعمال، ويمكن تعريف قيادة الأعمال على أنها عملية إنشاء منظمة أو عدة منظمات جديدة، أو تطوير منظمات قائمة (عامر خربوطلي، 2018، ص 5)، وتعتمد قيادة الأعمال على نشاط وخبرة وجاهزية رائد الأعمال وقدرته على قيادة وتوجيه محيطه على نحو ديناميكي، وتشكل ثنائية كل من الفرد و المنظمة أساس تعريف قيادة الأعمال من خلال القدرة على ابتكار طرق وأساليب جديدة لتسيير الأعمال، على نحو يخلق الميزة التنافسية، وتحمل المخاطر الناجمة عنها (حنان أسامة، كائنكان فواز، 2017، ص 7).

3. حقيقة رأس المال غير المادي في المؤسسات التعليمية (دراسة في قطاعي التربية والتعليم العالي)

أصبح رأس المال غير المادي مؤشراً مهماً لقياس ترتيب الدول في مجالات المعرفة والابتكار، وإن من ضمن أدوات قياس هذا الترتيب هو قطاع التعليم بمختلف مستوياته (التعليم العالي، التعليم قبل الجامعي، التعليم التقني والتدريب المهني)، حيث ذكر هذا الأخير ضمن أهم تقريرين يهتمان بالمعرفة والابتكار، وهما مؤشر المعرفة العالمي ومؤشر الإبداع العالمي، وسنحاول من منظور كلي التركيز على مكانة رأس المال غير المادي ضمن قطاع التعليم انطلاقاً من هذه التقارير (مؤشر المعرفة العالمي 2020، مؤشر الابتكار العالمي 2021).

حسب مؤشر المعرفة العالمي لعام 2020، الذي اهتم بسبع (07) مجالات لقياس المعرفة لدول العالم، وهي التعليم قبل الجامعي، التعليم التقني والتدريب المهني، التعليم العالي، البحث والتطوير والابتكار، تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الاقتصاد والبيئات التمكينية، باستعمال 199 متغيراً شمل 138 دولة، فإن المتأمل في قطاعات التعليم العالي، التعليم قبل الجامعي والتعليم التقني والتدريب المهني، يجد أنها مؤشرات ساهمت في حسم ترتيب الدول، وعكست مكانة رأس المال غير المادي في قطاعات التعليم، ومن باب التوضيح، لو أخذنا على سبيل المثال عينة من الدول ضمن التصنيفات العالمية (الدول المتقدمة، الدول الناشئة، دول مجموعة BRICS)، نجد أنها قطعت شوطاً مهماً في مسألة الإهتمام برأس المال غير المادي ضمن قطاعات التعليم بمختلف مستوياته، وذلك وفق ما تبينه الجداول أدناه

الجدول رقم (03): تموقع الجزائر ضمن دول البريكس في قطاعات التعليم

البلد	الترتيب العالمي	التعليم قبل الجامعي		التعليم التقني والتدريب المهني		التعليم العالي	
		المؤشر	الترتيب	المؤشر	الترتيب	المؤشر	الترتيب
الصين	31	76.9	01	65.2	01	38.9	05
الاتحاد الروسي	45	72.9	02	48.9	04	45.8	02
البرازيل	68	54.2	04	49.6	03	43.1	03
جنوب إفريقيا	71	52.2	05	47.4	05	42.3	04
الهند	75	49.9	06	55.7	02	38.9	05
الجزائر		57.3	03	30.7	06	47.2	01

المصدر: من إعداد الباحثين، انطلاقاً من مؤشر المعرفة العالمي لعام 2020

أول ملاحظة عن الجدول رقم (01)، يتضح لنا أن دول مجموعة "BRICS"، تصنف ضمن أفضل 80 دولة في التصنيف العالمي، أحسنها الصين في المرتبة 31 عالمياً، وأخرها الهند ضمن المرتبة 75 عالمياً، مما يعكس مدى إعطاء الأهمية لرأس المال غير المادي كدعامة للمعرفة، إلا أن التوافقية بين الترتيب العام والترتيب في قطاعات التعليم كان متفاوتاً نسبياً. ونعتقد أن هذا التفاوت، يرجع لثلاث أسباب رئيسية، الأول هو أن المعايير المعتمدة في القطاع، هي معايير كمية أكثر من أنها نوعية، كأن يتم قياس عدد المتخرجين من قطاع التعليم بدلا من المتمكنين فعلا، فضلا عن قياس عدد التخصصات بعيدا عن الجدوى منها، أما الثاني فهو مرتبط بسياسة التعليم في بعض الدول، التي تفتح المجال بولوج قطاع التعليم الخاص كمكمل أو بديل عن التعليم العمومي، مثل الجامعات والمدارس الخاصة، فضلا عن الرغبة في التعلم الذاتي غير النظامي كتعلم اللغات في المدارس الخاصة وعبر الدورات الافتراضية، وهو السبب الثالث، وعليه، فإن فئة الأفراد المتعلمين ذاتيا عبر الدورات الافتراضية، أو في مارس خاصة غير مدرجة كمؤشر قياس في مؤشر المعرفة العالمي، قد يكون عددهم معتبرا وغير محسوب ضمن مؤشر المعرفة في قطاعات التعليم، فضلا عن القياس الكمي للتخصصات والمتخرجين.

4. منهجية البحث:

بغية الإجابة على إشكالية الدراسة المشار إليها أعلاه، قمنا بدراسة ميدانية بولاية معسكر مستهدفين بذلك 20 مؤسسة خاصة لتعليم اللغات ودروس الدعم من أصل 101 مؤسسة، للنظر في مكانة وحقيقة رأس المال غير المادي في هذه المؤسسات حيث تم إجراء مقابلات فردية مع الأساتذة المتعاقدين مع هذه المؤسسات من جانب، ومدراء ذات المؤسسات من جانب آخر ليصل إجمالي عدد الأساتذة محل إجراء المقابلة، أستاذ بتخصصات مختلفة (اللغات، المواد الأساسية لجميع الشعب)، وإجمالي عدد مدراء هذه المؤسسات 20 مديرا.

الجدول رقم (04): دليل أسئلة المقابلة

ملاحظة	نص سؤال المقابلة	مجال أسئلة المقابلة	الفئة المعنية بالمقابلة
دروس الدعم	في أي مجال يتم تقديم الدروس	دروس الدعم	طبيعة المؤسسة
تعليم اللغات		تعليم اللغات	
دروس الدعم + تعليم اللغات		دروس الدعم + تعليم اللغات	
/	بديل	هل تعتقد مؤسستك بديل أم مكمل	مدراء المؤسسات
/	مكمل	للمؤسسات التعليمية العمومية	
/	سمعة المؤسسة	هل إقبال المتعلمين على المؤسسة ناتج	
/	سمعة الأساتذة	عن سمعة المؤسسة أم سمعة	
/	معا	الأساتذة	
سؤال خاص بالفئة المسجلة ضمن دروس الدعم	أكثر من 90% من المسجلين	كم نسبة التلاميذ الذين ينجحون في	
	بين 50 و 90%	الباكالوريا	
	أقل من 50%		
/	الكفاءة	معايير استهداف الأساتذة (%)	
/	السمعة		
/	المقابل المادي		

المصدر: إعداد الباحثين

5. مناقشة النتائج:

من خلال الإجابات المقدمة من قبل القائمين على مؤسسات تعليم اللغات ودروس الدعم من مسيرين ومديرين، تبين أن المؤسسات الرائدة هي تلك المؤسسات التي تعتمد بشكل كبير على استهداف الأساتذة ذوي الكفاءات وذوي السمعة بالدرجة الأولى، ثم الأساتذة ذوي المقابل المادي الضعيف بالدرجة الثانية، حيث كانت النتائج بالنسبة المئوية تشير إلى وجود 51% من المدراء الباحثين عن سمعة الأستاذ كمييار لاستمرارية المؤسسة وحصولها على أكبر قدر ممكن من الطلبة والتلاميذ، وبنسبة 47% تخص استهداف الأساتذة ذوي الكفاءة، بينما باقي المدراء يفضلون اعتماد معيار المقابل المادي الضعيف بنسبة 2%.

وبقراءة تحليلية لهذه المعطيات، يتضح جليا أن مدراء مؤسسات تعليم اللغات ودروس الدعم، بالرغم من أن انطلاقهم عند إنشاء هذه المؤسسات كانت ربحية بحتة، إلا أنهم ومع مرور الوقت قد قدروا مكانة المعرفة وبدؤوا في الاستثمار في هذه الكفاءات بدلا من النظر إليها على أنها تكاليف، حتى أن بعض المدراء حسب المعلومات الجانبية التي تخللت المقابلة، والذي يستهدفون الأساتذة ذوي المقابل المادي الضعيف ذوي كفاءات وسمعة ضعيفة، يفكرون بجديّة بالانسحاب من هذا النشاط، وفي مقابل ذلك فإن بعض المدراء الذين خصصوا مبالغ مالية لصالح الأساتذة المتميزين، قد كانوا سببا في حصول هؤلاء الأساتذة على عروض عمل في دول أجنبية كالصين، الإمارات العربية المتحدة، بريطانيا (تجدر الإشارة إلى أن الأمر يتعلق بأساتذة اللغات الأجنبية).

وقد وُجِدَت الأسئلة المرتبطة بمدى اعتبار مؤسسات تعليم اللغات ودروس الدعم كمكمل أم بديل للمؤسسات التعليمية العمومية للأطوار الثلاث، فقد تباينت الإجابات بشكل يعطي أفضلية نسبية فقط للإجابة التي تعتبر هذه المؤسسات كمكمل للمؤسسات التربوية، بنسبة 51% (مكمل) مقابل 47% (بديل) مع 2% (مكمل وبديل)، حيث برر المدراء الذين يعتبرون أن مؤسساتهم ما هي إلا مكمل للمؤسسات التربوية العمومية، بأن الأستاذة المتعاقد معهم في هذه المؤسسات ما هم إلا أستاذة منتسبين للمؤسسات العمومية، أما ما يضيف عليهم هذا الطابع الإزدواجي هو رغبة التلاميذ في التعلم عندهم حيث أن التلاميذ لا يملكون حرية اختيار الأساتذة في المؤسسات العمومية، على عكس المؤسسات الخاصة.

6. خاتمة:

من خلال ما تم التطرق إليه في هذه الورقة البحثية، يمكن أن نستنتج أن رأس المال غير المادي في مؤسسات تعليم اللغات وتقديم دروس الدعم، لا زال لم يتحدد معالمه بعد، ولم يتم إدراكه بعد بالشكل الكاف، ويرجع ذلك في اعتقادنا بعد إجراء المقابلة مع هذه العينة وتحليل الدراسة، إلى عدة اعتبارات لعل أهمها ما يلي:

- ✓ الضبابية القانونية التي تميز هذا النوع من المؤسسات، والتي جعلت أغلب القائمين عليها يفكرون بطرق ربحية سريعة أكثر منها استثمار طويل المدى، لأن عقدة غلق هذه المؤسسات من قبل الدولة لازمت أغلب القائمين عليها.
- ✓ حداثة مفهوم رأس المال غير المادي في بيئة تعتبر بعيدة نوعاً ما عن العصر اللامادي، بدليل عدم استيعاب أغلب القائمين على مؤسسات تعليم اللغات ودروس الدعم، واختزاله في مفهوم سطحي يتمحور حول المورد البشري.
- ✓ النظرة التقليدية لرأس المال غير المادي باعتباره نفقة، دون النظر إليه كإستثمار له عوائد مستقبلية، وعليه نعتبر أن هذه النظرة في اعتقادنا، هي العتبة أو المؤشر الذي من خلاله يمكن قياس درجة التحول نحو الإهتمام برأس المال غير المادي.
- وإذ نشير في هذا الصدد، أن الورقة البحثية لم تأتي لتعمم نتائج الدراسة، لكن جاءت لتوصي على الأقل بضرورة إعطاء العناية اللازمة لرأس المال غير المادي، لا سيما في مكوناته الثلاث، بداية بمحاولة إدراك مفهومه،

7. قائمة المراجع:

1. Wael bakhit and all, The components of intangible capital: An exploration of Lebanese companies, International Journal of Finance & Banking Studies, Vol 8, N° 3, 2019.
2. Fustec, A. Marois, B. (2006). Valoriser le capital immatériel de l'entreprise, édition d'organisation
3. ELARFAOUI Marouane, DAANOUNE Rachid, Le concept du capital immatériel : l'ambigüité d'une terminologie, Journal of Academic Finance, Vol.9 N° 1 Spring 2018
4. Datou said aimad, Tacit Knowledge in the Algerian Industrial SMEs: Elements of Location and Capital to Mobilize for Innovation, International Journal of Knowledge Management and Practices, 2021.
5. Edvinsson, L. and Malone, M.S. (1997). Intellectual Capital – The Proven Way to Establish Your Company's Real Value by Measuring its Hidden Brainpower, Judy Piatkus Ltd, London.
6. Sveiby, K.E. (1997), The New Organisational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-based Assets, Berrett-Koehler, San Francisco, CA.
7. Brooking, A. (1996), Intellectual Capital, International Thompson Business Press, London.
8. CORINNE BESSIEUX-OLLIER WALLISER E. (2010), « Le capital immatériel : identification, mesure et pilotage », Lavoisier, paris.
9. CORRADO C., HULTEN C., SICHEL D., (2004), « Measuring Capital and Technology: an Expanded Framework », Finance and Economics Discussion Series, Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs, Federal Reserve Board, Washington, D.C.
10. ROMER, Paul (1990), « Endogenous technical change », in Journal of Political Economy, vol. 98, n° 5.
11. Edvinsson, L. & Malone, M. (1999). Le capital immatériel de l'entreprise: identification, mesure, management. Paris: Éditions Maxima.
12. Edvinsson, Land Sullivan, P. (1996). Developing a model for managing intellectual capital. European Management Journal. 14 (4):
13. Richard Petty, James Guthrie (2000). Intellectual capital literature review Measurement, reporting and management, Journal of Intellectual Capital, Vol. 1 No. 2, 2000.
14. ALLOUCH Faissal, BENNIS Karim, Le capital immatériel de l'entreprise entre complexité conceptuelle et conservatisme comptable, Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit, N0 06, 2018.
15. Laurie hunter and all, measuring intangible capital: a review of current practice, Australian Accounting Review, July 2005.
16. Marie-Annick Montalan, Béatrice Vincent, Evaluación del capital inmaterial en las formas innovadoras de organizaciones hospitaleras : el caso de los Equipos Móviles Geriátricos (EMG), revue Projectics / Proyética / Projectique 2010/3 (N°6),
17. Global Knowledge Index 2020.

أثر القيادة الخضراء في تعزيز الريادة المستدامة للمؤسسة الصناعية دراسة حالة مؤسسة ملبنة الصومام

The impact of green leadership in promoting sustainable leadership of the industrial enterprise Enterprise case study: lactobacillus soummam

امير حذفاني¹، طارق بن قسي²

¹المركز الجامعي بريكة (الجزائر)

²المركز الجامعي بريكة (الجزائر)

ملخص: يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على أثر القيادة الخضراء في تعزيز الريادة المستدامة، وتمثل متغيري البحث في المتغير المستقل وهو القيادة الخضراء بأبعاده المتمثلة في الإدارة المستدامة، المبادرات المستدامة، الإجراءات المستدامة، أما المتغير التابع فتمثل في الريادة المستدامة بأبعادها الممثلة في الريادة البيئية، الريادة الاجتماعية، الريادة الاقتصادية، وقد اختبرت مؤسسة ملبنة الصومام ميدانا للبحث، حيث تم توزيع استبيان على إطارات المؤسسة (60 استبيان). وأظهرت النتائج أن هناك علاقة ارتباط وأثر بين متغيري الدراسة. (القيادة الخضراء وتعزيز الريادة المستدامة).

الكلمات المفتاحية: القيادة الخضراء؛ الريادة المستدامة.

Abstract: This research aims to shed light on the impact of green leadership in promoting sustainable entrepreneurship. The two research variables are represented in the independent variable, which is green leadership with its dimensions of sustainable management, sustainable initiatives, and sustainable procedures. social, economic leadership, The Lactobacillus Soumum Foundation was chosen as a field for research, as a questionnaire was distributed to the foundation's executives (60 questionnaires). The results showed that there is a correlation and effect relationship between the two variables of the study. (Green leadership and the promotion of sustainable leadership).

Keywords: Green leadership; sustainable leadership.

إن التحديات التي تواجه المنظمات اليوم والتغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال وسعي المنظمات المتواصل للوصول لموقع متميز والتميز والريادة وتحقيق ميزة تنافسية في بيئة متغيرة وغير مستقرة، والتعامل مع كل ما هو جديد ومفاجئ، اجبر العديد من المنظمات للبحث على تطلعات جديدة يمكن من خلالها مواجهة تلك التحديات، وفي بيئة الأعمال اليوم تلعب ريادة الأعمال المستدامة دوراً رئيسياً في التعرف على الكيفية التي يمكن بها خلق الفرص واكتشاف وانتاج واستغلال السلع والخدمات المستقبلية و تطوير أساليب عمل جديدة لتناسب الفرص والتحديات، ومن الضروري للمنظمات ليس فقط وضع استراتيجية تميز، ولكن تحدد كيف يمكن أن تصبح أكثر مسؤولية اجتماعياً ومستدامة بيئياً وتنافسية اقتصادياً، وهنا تبرز "القيادة الخضراء" كإحدى المرتكزات الأساسية و التي تعتمد على ممارسات ناجحة ومستدامة تسهم في تحقيق التنمية والريادة على المدى الطويل.

وعليه تتمحور إشكالية البحث حول: ما هو أثر القيادة الخضراء في تعزيز الريادة المستدامة للمؤسسة؟ ويمكن بلورة

هذه الإشكالية من خلال الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بالقيادة الخضراء وما هي ابعادها؟
- ما المقصود بالريادة المستدامة وما هي ابعاده؟
- هل توجد علاقة ارتباط بين القيادة الخضراء، والريادة المستدامة؟
- ما مدى تأثير القيادة الخضراء على الريادة المستدامة.

1.1. فرضيات الدراسة:

■ الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء و الريادة المستدامة عند مستوى معنوية 0.05، وتنبثق منها الفرضيات الفرعية التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة البيئية للمؤسسة عند مستوى 0.05.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاجتماعية للمؤسسة عند مستوى 0.05.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

2.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الى تقديم تأطير مفاهيمي عن موضوع القيادة الخضراء، والريادة المستدامة وأيضاً:

- اختبار علاقات الارتباط بين القيادة الخضراء، وابعاد الريادة المستدامة؛
- اختبار اتجاهات تأثير القيادة الخضراء على ابعاد الريادة المستدامة؛
- تشخيص مدى اهتمام مؤسسة ملبنة الصومام بالقيادة الخضراء كتوجه لاستدامة تنافسيتهما.

3.1. أهمية الدراسة: تأتي أهمية الدراسة في كونها محاولة لتقديم إطار نظري وتطبيقي يوضح دور القيادة الخضراء في تحسين الريادة المستدامة للمؤسسات وتتجلى هذه الأهمية في:

- القيادة الخضراء نهج جديد في ادبيات الإدارة والاعمال في ظل محاولة المؤسسات تحقيق النجاح والمحافظة عليه على المدى الطويل في ظل بيئات ديناميكية تنافسية؛
- يعد مفهوم القيادة الخضراء من المفاهيم الإدارية المعاصرة، حيث أصبحت الدراسات المتعلقة بالسياسة البيئية موضوع مثير للاهتمام؛
- لا يزال البحث حول السياسات البيئية في الدراسات الاجتماعية يركز على الإدارة والقيادة الموجهة بيئياً؛

• الدراسات المتوجهة نحو الأخضر في المنظمات نتيجة التوسع في البيئة وانطلاق مواصفات (ISO 14001) ودور نظام الإدارة البيئية؛

• بيان أهمية القيادة الخضراء في تحسن الريادة المستدامة حتى تتمكن المؤسسة من البقاء والنمو.

4.1. المنهج المتبع: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لاختبار فرضياتها وذلك بدراسة العلاقة والأثر بين المتغير المستقل بأبعاده والمتغير التابع بأبعاده من خلال جمع البيانات ذات العلاقة من المؤسسة المبحوثة وتحليلها وتحديد الفروق المعنوية بين ابعاد كلا المتغيرين في مجتمع البحث.

5.1. دراسات سابقة:

دراسة هديل قاسم عليوي، بعنوان: دور القيادة الخضراء في تعزيز الريادة المستدامة، دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في شركة الاستكشافات النفطية، حيث هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين القيادة الخضراء كمتغير مستقل ودورها في تعزيز الريادة المستدامة، حيث استخدم في الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخلص البحث مجموعة من النتائج كان من أهمها: وجود علاقتي ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية بين القيادة الخضراء والريادة المستدامة.

أوجه الاختلاف مع دراستنا تتمثل في ابعاد المتغير المستقل (القيادة الخضراء)، حيث استخدمت الدراسة السابقة الذكر ثلاث ابعاد هي (التعزيز الذاتي، الانفتاح على التغيير، الاخلاقيات والدوافع البيئية)، والمأخوذة عن دراسة (Lee, 2014)، في حين ابعاد القيادة الخضراء التي اعتمدت في دراستنا كانت بالاعتماد على نموذج (Abdelghafour Al-Zawahreh, 2018)، إضافة الى الاختلاف في ميدان الدراسة.

2. ماهية القيادة الخضراء:

1.2. مفهوم القيادة الخضراء:

يعرف القائد الأخضر على انه قائد تحويلي يتمتع بقيم خضراء وهو يحفز المرؤوسين من خلال أفعالهم من أجل البيئة ويؤثر هؤلاء القادة على هويتهم الخضراء ويحسنون إبداعهم الأخضر (Jamshed, 2022).

وعرفت القيادة الخضراء على انها قدرة القادة على التأثير على مرؤوسهم وتعبئة المنظمة لتحقيق الاستدامة على المدى الطويل (Gultom M., 2022)، كما عرفت القيادة الخضراء باعتبارها "سلوكيات القادة الذين يحفزون المتابعين لتحقيق الأهداف البيئية وإلهام المتابعين لأداء يتجاوز المستويات المتوقعة للأداء البيئي (Donald J Klingborg, 2006).

وفي تعريف اخر للقيادة الخضراء أنها قدرة القائد على تحديد السياسات المؤيدة للبيئة ويجب أن تكون قادرة على التأثير على المنظمات لدعم السياسات المناصرة للبيئة (Kardoyo, 2020).

وهنالك من يرى ان القيادة الخضراء تدعو للحلول الإيجابية في مجال الأعمال التجارية، حيث تعتمد الممارسات الناجحة والمستدامة على أساس داخلي وعقلي من وجهات النظر والقيم والقدرات العاطفية والعقلية، و تساعد هذه العقلية على إنشاء ممارسات مستدامة وموجهة نحو النمو تساهم في تحقيق الأمن والتنمية على المدى الطويل للجميع (Yu-Shan Chen, 2014).

2.2. أهمية القيادة الخضراء:

أصبح عالم الأعمال يشهد تحولاً كبيراً من الهيكل المالي التقليدي إلى اقتصاد حديث قائم على القدرة على الاستعداد لاستكشاف الجوانب الاقتصادية الخضراء من الأعمال، حيث أصبحت القيادة الخضراء استراتيجية رئيسية للمؤسسات المتميزة، وتركز بشكل كبير على الممارسات الخضراء في أنحاء العالم، وتوسع العديد من الشركات إلى إيجاد حلول للتهديدات البيئية التي تهدد اقتصادنا وطريقة حياتنا، لكن إنشاء ممارسات وسياسات ناجحة ومستدامة والرؤية طويلة المدى التي

يتطلبونها أمر معقد، حيث تتشابك التحديات السابقة مع المصالح الخاصة لأولئك الذين يسعون إلى تحرير القوانين التي تضمن استمرار الربح لأنفسهم، والحلول الإيجابية تدعو إلى "القيادة الخضراء" في مجال الأعمال التجارية، حيث تعتمد الممارسات الناجحة والمستدامة على أساس داخلي وعقلي من وجهات النظر و القيم والقدرات العاطفية والعقلية، وتركز القيادة الخضراء على التميز البيئي في عمليات الشركة الداخلية والمنتجات والخدمات ودعم المجتمع، وكيفية النمو من خلال تنفيذ ممارسات صديقة للبيئة.

إن القائد الذي يتمتع بقيم خضراء، سيكون له تأثير على السلوك الأخضر لمؤوسيه، وذلك بتحفيز مؤوسيه على التغلب على العقبات من خلال إيلاء المزيد من الاهتمام بالأشياء التي تعود بالفائدة على البيئة التنظيمية، والتفكير حول التطوير التنظيمي المستدام وحل المشكلات البيئية بطرق أكثر ابتكاراً، إلى إضافة إلى ذلك فإنه يزيد أيضاً من مخاوف المؤوسين بشأن قضايا البيئة من خلال بناء علاقات جيدة معهم ثم زيادة القيم الخضراء لمؤوسهم (Purwanto, 2020).

وتتضمن القيادة الخضراء أربعة أهداف، وهي (Gultom M. , 2022) :

- إلهام رؤية بيئية مشتركة؛
- نهج الإدارة البيئية؛
- أن تكون مسؤولاً إقامة شراكات مع أصحاب المصلحة لحل المشاكل البيئية؛
- ان تكون مسؤولاً عن أنشطة التثقيف البيئي من خلال التأثير على المؤوسين في مبادرات الإدارة البيئية.

3.2. أبعاد القيادة الخضراء:

يمكن تحديد أبعاد القيادة الخضراء بالاعتماد على نموذج (Abdelghafour Al-Zawahreh, 2018) :

- الإدارة المستدامة: تدعو المنظمات إلى ضرورة التحول من التركيز التقليدي المتمثل بالتحكم والتمويل، والموارد البشرية، إلى توجه المنظمات للمساهمة في التأثيرات البيئية والاجتماعية، ويستخدم قادة أعمال الاستدامة مجموعة من المعارف والقدرات للقيام بوظائفهم، حيث أنهم عليهم أولاً وقبل كل شيء، أن يكونوا قادرين على حل المشكلات المعقدة في الأعمال، مثل التنمية المستدامة، من خلال تطبيق التفكير المنظومي، أو تحليل الأنظمة بأكملها من خلال النظر في كيفية تفاعلها مع بعضها البعض، كما يجب عليهم فهم الاقتصاد، والتسويق، والمحاسبة، والقانون، وكذلك يجب أن يكون قادة أعمال الاستدامة مسؤولين وقادة فعالين، لأنهم قد يقودون فريقاً وربما يعملون مع كم متنوع من الأقسام والمواقع وأصحاب المصلحة، وعرضها على جمهور متنوع.

- المبادرات المستدامة: التوجهات والفعاليات الخاصة في المنظمات والتي تركز على الجوانب و التأثيرات البيئية والاجتماعية بحيث نجم عنه تأثيرات إيجابية على المستوى الاقتصادي والبيئي والاجتماعي، كما يمكن القول إنها وعي لتأثير المنظمة الإيجابي في البيئة والمجتمع المحيطين بها، والحرص على التخفيف من أي آثار سلبية تسببها عمليات المنظمة من خلال تبني المبادرات التي تراعي المقومات الثلاثة الأهم للتنمية، ألا وهي المجتمع والبيئة والاقتصاد، حيث يتواكب اعتماد مبادرات الاستدامة مع رؤية قيادة الدولة لمستقبل صديق للبيئة، ضمن إطار استراتيجية الاقتصاد الأخضر.

- الإجراءات المستدامة: مجموعة من الأساليب والطرق التي يتم استخدامها من قبل القيادة بهدف الحفاظ على تكامل المجتمع والفرد والبيئة في المنظمات، منها صنع المستقبل وتطوير الثقافة وضمان الشفافية وتبني معايير الابتكار وايضا ايجاد بدائل للحلول التقليدية من اجل تبني اعمال قيادية صديقة للبيئية والمجتمع.

3. ماهية الريادة المستدامة:

1.3. مفهوم الريادة المستدامة:

الريادة المستدامة هي مفهوم يجمع بين عناصر من الاستدامة وريادة الأعمال، ومن بين التعاريف المقدمة نجد:

- الريادة المستدامة هي اكتشاف الفرص وخلقها و تقييمها واستثمارها لتوفير سلع وخدمات مستقبلية تتناغم مع اهداف التنمية المستدامة (Pochecho D.F, 2010) .
- الريادة المستدامة هي القدرة على استحضار السلع والخدمات والعمليات المستقبلية للحصول على الأرباح الاقتصادية وغير الاقتصادية لكل من الفرد والاقتصاد والمجتمع (Shepherd D, 2011) .
- الريادة المستدامة هي عملية خلق مشروع يربط النشاطات الريادية مع القيمة التي تخلقها المنظمات وبالطريقة التي تساهم في التنمية المستدامة للنظام الاجتماعي البيئي (Parrish B, 2007).
- الريادة المستدامة هي ريادة تغطي الاهتمامات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية لأصحاب المصالح الداخليين والخارجيين (Palma R.D, 2010).

2.3. ابعاد الريادة المستدامة: أجمعت عدة دراسات على ان ابعاد الريادة المستدامة تتمثل في:

- الريادة البيئية: هو مصطلح يستعمل لوصف الاعمال الصديقة للبيئة (Kimmel C.E, 2012) ، وهو توجه بيئي يقوم على تضمين الجوانب البيئية في اهداف المنظمة الرئيسة و المنتجات (Schaltegger S, 2011) ، كما تعرف الريادة البيئية على انها البدء بأعمال جديدة كاستجابة لفرصة محددة بقصد الحصول على الأرباح مع الاهتمام بالجوانب البيئية (Kotchen M.J, 2009)، فرواد الأعمال البيئيون هم "رواد أعمال لا تكون جهودهم التجارية مدفوعة بالربح فحسب، بل أيضا الاهتمام بالبيئة" وينشئون أعمالا صديقة للبيئة، وبالتالي يجمعون بين توجيه الربح والطموح لخلق عالم أعمال أكثر اخضرارا (Piwowar-Sulej K, 2021).

- الريادة الاجتماعية: هي مدخل ابداعي لحل المشكلات الاجتماعية (Megre R, 2012) ، و تعرف أيضا على انها عملية تنفيذ الاعمال المرغوبة اجتماعيا او المداخل الإبداعية لحل المشكلات الاجتماعية لجعل الأشياء تبدو مختلفة (Tukamushaba E.K, 2011). وهي التأمل في الجوانب الاجتماعية والتغيير الاجتماعي مع الاعتراف بالأدوار التكاملية بين الجوانب الاجتماعية والاقتصادية في خلق القيمة (Ormiston J, 2012) وبالتالي، فإن رائد الأعمال الاجتماعي هو الشخص الذي ينشئ ويدير منظمة هادفة للربح أو غير هادفة للربح ويركز على الطبيعة المبتكرة لنشاطها من خلال إدخال أفكار ومنهجيات وأنظمة تصنيع جديدة تحدث ثورة في مجال النشاط (Zainea N. L, 2020) .

- ريادة الأعمال الاقتصادية: تعرف على انها التوجه الاقتصادي عبر استكشاف الفرص والعمل على استثمارها للحصول على الربح المعتمد على عمليات المباشرة بمشروع جديد، وافتراض المخاطر، وابداع المنتج، وإدارة الموارد. ويعزز بعد الريادة الاقتصادية نوعية الحياة من خلال القدرة الإنتاجية للمنظمات والأفراد في المجتمع ويتضمن إنشاء وتوزيع السلع والخدمات التي ستساعد على رفع مستوى المعيشة في جميع أنحاء العالم (Katsikis I N, 2007).

4. الدراسة الميدانية:

1.4. أداة الدراسة:

تم استخدام استمارة الاستبانة لجمع البيانات من عينة الدراسة، حيث تم تقسيم الاستبانة إلى جزئين أساسيين كالتالي:

- الجزء الأول: يتضمن المعلومات العامة عن أفراد عينة الدراسة (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، الخبرة العلمية، الوظيفة).

- الجزء الثاني: يهدف من خلال هذا الجزء إلى معرفة مدى تأثير القيادة الخضراء على الريادة المستدامة في المؤسسة محل الدراسة، وينقسم هذا الجزء إلى محورين رئيسيين كالتالي:

المحور الأول: القيادة الخضراء، ويتضمن هذا المحور ثلاثة أبعاد كالتالي:

- البعد الأول: الإدارة المستدامة، ويتضمن 05 عبارات؛

- البعد الثاني: المبادرات المستدامة، ويتضمن 05 عبارات؛

- البعد الثالث: الإجراءات المستدامة، ويتضمن 05 عبارات.

المحور الثاني: الريادة المستدامة، ويتضمن هذا المحور ثلاثة أبعاد كالتالي:

- البعد الأول: الريادة البيئية، ويتضمن 05 عبارات؛

- البعد الثاني: الريادة الاجتماعية، ويتضمن 05 عبارات؛

- البعد الثالث: الريادة الاقتصادية، ويتضمن 05 عبارات.

2.4. مجتمع وعينة الدراسة:

بما أن موضوع الدراسة يسلط الضوء على أثر القيادة الخضراء على الريادة المستدامة، فقد اقتصرَت الدراسة على عينة

تحتوي على 60 فرد من مجتمع الدراسة المكون من إطارات مجمع صومام للحليب ومشتقاته.

3.4. صدق وثبات أداة الدراسة:

من أجل قياس مدى ثبات وصدق أداة الدراسة (الاستبانة)، تم استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach

Alpha) كما يبينه الجدول التالي:

جدول رقم (01): قيم معامل ألفا كرونباخ لقياس الثبات بين محاور الاستبيان

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
القيادة الخضراء	15	0.602
الريادة المستدامة	15	0.793
المجموع	30	0.816

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل ألفا كانت مرتفعة بالنسبة للاستبيان ككل حيث قدرت قيمتها بـ 0.816،

ومن هنا نستنتج أن الأداة التي أعدت لمعالجة الإشكالية المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

4.4. خصائص عينة الدراسة:

تم تلخيص البيانات الشخصية الخاصة بأفراد عينة الدراسة في الجدول التالي:

جدول رقم (02): وصف أفراد عينة الدراسة

المتغيرات	الفئة	التكرارات	النسبة
الفئة العمرية	من 20 إلى 30 سنة	0	0
	من 31 إلى 40	0	0
	من 41 إلى 50 سنة	56	93.3%
	50 سنة فما فوق	4	6.7%
المؤهل العلمي	خريج مركز تكوين	2	3.3%
	ثانوي	0	0
	جامعي	58	97.7%
	دراسات عليا	0	0
الخبرة العلمية	أقل من 10 سنوات	12	36.4%
	10 إلى أقل من 15 سنة	0	0
	من 15 إلى أقل من 20 سنة	57	95%
	أكثر من 20 سنة	3	5%
الوظيفة	مدير	8	13.3%
	رئيس وحدة	16	26.7%
	رئيس قسم	1	1.7%
	أخرى	35	58.3%

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات spss.

يتضح من خلال الجدول رقم (02) أن 93.3% من أفراد عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين 41 و 50 سنة و 6.7% أعمارهم 50 سنة فما فوق، أما التأهيل العلمي، فيلاحظ أن نسبة أفراد العينة الذين يمتلكون شهادات جامعية بلغت حوالي 97.7%، وهي نسبة مرتفعة مقارنة بنسب المؤهلات العلمية الأخرى، ويلمها مباشرة خريجو مراكز التكوين بنسبة 3.3%، في حين لا يوجد في عينة الدراسة من لديه شهادة التعليم الثانوي وشهادة دراسات عليا.

وبالنسبة للخبرة، نلاحظ أن ما نسبته 95% من أفراد العينة خبرتهم من 15 إلى أقل من 20 سنة وهي نسبة مرتفعة مقارنة بسنوات الخبرة الأخرى، في حين نجد أن عدد الأفراد الذين خبرتهم أقل من 10 سنوات بلغت نسبتها 36.4%، في حين نجد أن عدد الأفراد التي خبرتهم أكثر من 20 سنة بلغت نسبتهم 5%، أما بالنسبة للمهنة، فقد كان معظم أفراد العينة لديهم وظائف أخرى غير المدرجة في استبيان الدراسة بنسبة 58.3% وبالنسبة لوظيفة رئيس وحدة فكانت النسبة 27.7%، كما بلغ أفراد عينة الدراسة الذين لديهم وظيفة مدير نسبة 13.3%.

5.4. تحليل نتائج الدراسة:

من أجل تحليل نتائج الدراسة ومعرفة مجال اتجاه إجابات أفراد العينة، صمم هذا الاستبيان حسب سلم ليكارت الخماسي، إذ يقابل كل عبارة من عبارات المحور قائمة تحمل الخيارات التالية: "موافق بشدة"، "موافق"، "محايد"، "غير موافق"، "غير موافق بشدة"، والمعايير التي تم استخدامها حسب صيغة ومنهج السؤال موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03): مقياس ليكارت الخماسي

الدرجة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المستوى	1	2	3	4	5
المتوسط الحسابي	1.79-1	2.59-1.80	3.39-2.60	4.19-3.40	5-4.20

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات spss .

❖ تحليل نتائج محور القيادة الخضراء: يهدف هذا المحور إلى معرفة مدى تطبيق القيادة الخضراء بالمؤسسات محل الدراسة، والنتائج موضحة في كالتالي:

- تحليل البعد الأول: الإدارة المستدامة: يهدف هذا المحور إلى معرفة مدى تطبيق الإدارة المستدامة عند القيادة الخضراء بالمؤسسات محل الدراسة، والنتائج موضحة في كالتالي:

الجدول رقم (04): الإحصائيات الوصفية لمحور القيادة الخضراء _ بعد الإدارة المستدامة

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
01	تركز المؤسسة على الأرباح طويلة الاجل.	4,4500	,50169	موافق بشدة
02	تأخذ المؤسسة في الحسبان التكاليف البيئية عند ممارسة الاعمال التجارية.	4,3500	,48099	موافق بشدة
03	تأخذ المؤسسة في الحسبان التكاليف الاجتماعية عند ممارسة الاعمال التجارية	4,4167	,49717	موافق بشدة
04	تهتم المؤسسة بسلامة البيئة وحماية الحياة على سطح الكوكب.	4,2333	,64746	موافق بشدة
05	تعمل المؤسسة على الارتقاء بجودة ونوعية الحياة لجميع فئات المجتمع في الحاضر والمستقبل.	4,3333	,47538	موافق بشدة
	بعد الإدارة المستدامة	4,3567	,25536	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن أغلبية أفراد عينة الدراسة تبدي موافقة على العبارات التي تقيس بعد الإدارة المستدامة، حيث بلغ المتوسط المرجح لهذا المحور (4.35) وهو متوسط يقع ضمن المعيار الخماسي ليكارت في الفئة (5-4.20) والذي يشير إلى درجة "موافق بشدة"، مما يعني أن المؤسسات محل الدراسة تطبق القيادة الخضراء عن طريق بعد الإدارة المستدامة.

- تحليل البعد الثاني: المبادرات المستدامة: يهدف هذا المحور إلى معرفة مدى تطبيق المبادرات المستدامة عند القيادة الخضراء بالمؤسسات محل الدراسة، والنتائج موضحة في كالتالي:

الجدول رقم (05): الإحصائيات الوصفية لمحور القيادة الخضراء _ بعد المبادرات المستدامة

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
01	تعمل المؤسسة من اجل خلق مجتمع يتمتع بالعدل والمساواة.	4,0667	,31173	موافق
02	تعمل المؤسسة على تحقيق حقوق الانسان الأساسية (القضاء على الجوع، القضاء على الفقر، المساواة بين الجنسين.....).	4,3667	,51967	موافق بشدة
03	تتعاون المؤسسة على إيجاد كوكب صالح للمعيشة والاستدامة بما في ذلك حالة الموارد الطبيعية والبيئة.	3,7167	,61318	موافق
04	تتبنى المؤسسة القضايا الاجتماعية والصحية الأساسية.	4,4500	,50169	موافق بشدة
05	تعمل المؤسسة على التخفيف من الاثار السلبية التي تسببها عملياتها.	3,9667	,36669	موافق
	بعد المبادرات المستدامة	4,1133	,15781	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أن أغلبية أفراد عينة الدراسة تبدي موافقة على العبارات التي تقيس بعد المبادرات المستدامة، حيث بلغ المتوسط المرجح لهذا المحور (4.11) وهو متوسط يقع ضمن المعيار الخماسي ليكارت في الفئة (4.19-3.40) والذي يشير إلى درجة "موافق"، مما يعني أن المؤسسات محل الدراسة تطبق القيادة الخضراء عن طريق بعد المبادرات المستدامة.

- تحليل البعد الثالث: الإجراءات المستدامة: يهدف هذا المحور إلى معرفة مدى تطبيق بعد الإجراءات المستدامة عند القيادة الخضراء بالمؤسسات محل الدراسة، والنتائج موضحة في كالتالي:

الجدول رقم (06): الإحصائيات الوصفية لمحور القيادة الخضراء _ بعد الإجراءات المستدامة

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
01	تتبنى المؤسسة عمليات التطوير والابتكار.	4,4000	,49403	موافق بشدة
02	تشجع المؤسسة على إيجاد بدائل للحلول التقليدية لمشكلاتها تكون صديقة للبيئة.	4,6000	,49403	موافق بشدة
03	تشجع المؤسسة على إيجاد بدائل للحلول التقليدية لمشكلاتها تكون صديقة للمجتمع	4,2167	,52373	موافق بشدة
04	تهتم المؤسسة بالثقافة والتطوير في المستقبل.	4,3167	,50394	موافق بشدة
05	تضمن المؤسسة الشفافية في أعمالها.	4,4833	,56723	موافق بشدة
	بعد الإجراءات المستدامة	4,4033	,29341	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن أغلبية أفراد عينة الدراسة تبدي موافقة على العبارات التي تقيس بعد الإجراءات المستدامة، حيث بلغ المتوسط المرجح لهذا المحور (4.40) وهو متوسط يقع ضمن المعيار الخماسي ليكارت في الفئة (5-4.20) والذي يشير إلى درجة "موافق بشدة"، مما يعني أن المؤسسات محل الدراسة تطبق القيادة الخضراء عن طريق بعد الإجراءات المستدامة.

❖ تحليل نتائج محور الريادة المستدامة: يهدف هذا المحور إلى معرفة مدى تطبيق الريادة المستدامة بالمؤسسات محل الدراسة، والنتائج موضحة في كالتالي:

- تحليل البعد الأول: الريادة البيئية: يهدف هذا المحور إلى معرفة مدى تطبيق بعد الريادة البيئية بالمؤسسات محل الدراسة، والنتائج موضحة في كالتالي:

الجدول رقم (07): الإحصائيات الوصفية لمحور الريادة المستدامة _ بعد الريادة البيئية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
01	تحرص ادارة الشركة تمام الحرص على عدم رمي النفايات بشكل عشوائي	4,8500	,36008	موافق بشدة
02	تسعى الشركة قدر المستطاع تقديم منتجات صديقة للبيئة	4,7333	,44595	موافق بشدة
03	تحاول ادارة الشركة امتلاك ادوات عمل لا تؤثر على البيئة بشكل سلبي	4,8000	,40338	موافق بشدة
04	تدعم وترعى ادارة الشركة ماديا البوسترات التي تحث على المحافظة على البيئة	4,0167	,39020	موافق
05	تعمل ادارة الشركة بجهد مكثف على تعزيز العمل لتوعية الناس للتخلص المنتجات الضارة	4,6333	,48596	موافق بشدة
	بعد الريادة البيئية	4,6067	,29220	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن أغلبية أفراد عينة الدراسة تبدي موافقة على العبارات التي تقيس بعد الريادة البيئية، حيث بلغ المتوسط المرجح لهذا المحور (4.60) وهو متوسط يقع ضمن المعيار الخماسي ليكارت في الفئة (5-4.20) والذي يشير إلى درجة "موافق بشدة"، مما يعني أن المؤسسات محل الدراسة تطبق الريادة المستدامة عن طريق بعد الريادة البيئية.

- تحليل البعد الثاني: الريادة الاجتماعية: يهدف هذا المحور إلى معرفة مدى تطبيق بعد الريادة الاجتماعية بالمؤسسات محل الدراسة، والنتائج موضحة في كالتالي:

الجدول رقم (08): الإحصائيات الوصفية لمحور الريادة المستدامة _ بعد الريادة الاجتماعية

لرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
01	تتعامل ادارة الشركة مع موظفيها بوصفهم بشر يجب احترامهم	4,2000	40338,	موافق بشدة
02	تعلم ادارة الشركة بحقوق الانسان وتحرص على مراعاتها اثناء العمل	4,1167	32373,	موافق
03	تؤمن ادارة الشركة بعدم توظيف الافراد دون سن 18سنة	4,0667	25155,	موافق
04	تحرص ادارة الشركة على معالجة الممارسات غير الأخلاقية التي تحدث اثناء العمل	3,9000	35415,	موافق
05	تعمل ادارة الشركة جاهدا على اثارة التماسك الاجتماعي بين ممن يعملون معها	4,4500	50169,	موافق بشدة
	بعد الريادة الاجتماعية	4,1467	21110,	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن أغلبية أفراد عينة الدراسة تبدي موافقة على العبارات التي تقيس بعد الريادة الاجتماعية، حيث بلغ المتوسط المرجح لهذا المحور (4.14) وهو متوسط يقع ضمن المعيار الخماسي ليكارت في الفئة (3.40-4.19) والذي يشير إلى درجة "موافق"، مما يعني أن المؤسسات محل الدراسة تطبق الريادة المستدامة عن طريق بعد الريادة الاجتماعية.

- تحليل البعد الثالث: الريادة الاقتصادية: يهدف هذا المحور إلى معرفة مدى تطبيق بعد الريادة الاقتصادية بالمؤسسات محل الدراسة، والنتائج موضحة في كالتالي:

الجدول رقم (09): الإحصائيات الوصفية لمحور الريادة المستدامة _ بعد الريادة الاقتصادية

لرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
01	يمثل الربح هدف رئيس من اهداف الشركة	4,1000	30253,	موافق
02	تخصص الشركة جزء من ارباحها لتطوير البنى التحتية	4,4833	50394,	موافق بشدة
03	يحصل المنتسبين الذين يقدمون افكار ريادية جزء من الارباح المتأتية عن تطبيق افكارهم	4,1000	30253,	موافق
04	تخصص الشركة جزء مهم من الارباح لدعم نشاطات البحث والتطوير	4,0167	34404,	موافق
05	تخصص الشركة جزء مهم من الارباح للابتكارات والإبداع	4,4500	50169,	موافق بشدة
	بعد الريادة الاقتصادية	4,2300	27513,	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) أن أغلبية أفراد عينة الدراسة تبدي موافقة على العبارات التي تقيس بعد الريادة الاقتصادية، حيث بلغ المتوسط المرجح لهذا المحور (4.23) وهو متوسط يقع ضمن المعيار الخماسي ليكارت في الفئة (4.20-5) والذي يشير إلى درجة "موافق بشدة"، مما يعني أن المؤسسات محل الدراسة تطبق الريادة المستدامة عن طريق بعد الريادة الاقتصادية.

5. اختبار فرضيات الدراسة:

- الفرضية H₁: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة المستدامة للمؤسسة عند مستوى معنوية (α ≤ 0.05).
 - الفرضية H₀: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة المستدامة للمؤسسة عند مستوى معنوية (α ≤ 0.05).
 لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط، قصد التحقق من وجود أثر ذو دلالة إحصائية للرفض أو القبول وذلك على النحو التالي:

- قبول الفرضية الصفرية إذا كانت: قيمة F المحسوبة أصغر من قيمة T المجدولة عند مستوى الدلالة 0.05 أو قيمة مستوى الدلالة Sig أكبر من 0.05؛

- قبول الفرضية البديلة إذا كانت: قيمة T المحسوبة أكبر من قيمة T الجدولة عند مستوى الدلالة 0.05 أو قيمة مستوى الدلالة Sig أصغر من 0.05.

والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10): نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير القيادة الخضراء على الريادة المستدامة للمؤسسة

مستوى الدلالة	المحسوبة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج
,000 ^b	41,023	1,003	1	1,003	الانحدار
		,024	58	1,418	البواقي
			59	2,420	المجموع
R=0,644 / R ² = 0,414					
مستوى الدلالة	قيمة t	β	الخطأ المعياري	A	النموذج
,001	3,379		,443	1,496	الثابت
,000	6,405	,644	,103	,660	القيادة الخضراء
معادلة نموذج الانحدار(القيادة الخضراء) Y= 1.496 + 0.660					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول رقم (10) أن معامل التحديد R² بلغ (0.41)، أي أن القيادة الخضراء تفسر ما نسبته 41% من التغيرات في الريادة المستدامة. أما باقي النسبة من التأثير تعود إلى عوامل أخرى، كما بلغ معامل الارتباط R قيمة (0.64) مما يدل على وجود علاقة موجبة وقوية بين المتغيرين، أما قيمة إحصائية اختبار F المحسوبة بلغت (41.02) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (α≤0.05)، هذا ما يقتضي قبول الفرضية البديلة H₁ التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة المستدامة للمؤسسة عند مستوى معنوية (α≤0.05).

1.5. اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

- الفرضية H₁: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة البيئية للمؤسسة عند مستوى معنوية (α≤0.05).
- الفرضية H₀: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة البيئية للمؤسسة عند مستوى معنوية (α≤0.05).

والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11): نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير القيادة الخضراء على الريادة البيئية للمؤسسة

مستوى الدلالة	المحسوبة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج
,000 ^b	81,617	2,945	1	2,945	الانحدار
		,036	58	2,093	البواقي
			59	5,037	المجموع
R=0,765 / R ² = 0,585					
مستوى الدلالة	قيمة t	β	الخطأ المعياري	A	النموذج
,648	-,459		,538	-,247	الثابت
,000	9,034	,765	,125	1,131	القيادة الخضراء
معادلة نموذج الإندار: (القيادة الخضراء) Y= -0.247+1.131					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول رقم (11) أن معامل التحديد R² بلغ (0.58)، أي أن القيادة الخضراء تفسر ما نسبته 58% من التغيرات في الريادة البيئية للمؤسسة، أما باقي النسبة من التأثير تعود إلى عوامل أخرى، كما بلغ معامل الارتباط R قيمة (0.76) مما يدل على وجود علاقة موجبة وقوية بين المتغيرين، أما قيمة إحصائية اختبار F المحسوبة بلغت (81.61) وهي أكبر من قيمتها الجدولية

عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، هذا ما يقتضي قبول الفرضية البديلة H_1 التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة البيئية للمؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

2.5. اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

- الفرضية H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاجتماعية للمؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
- الفرضية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاجتماعية للمؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير القيادة الخضراء على الريادة الاجتماعية للمؤسسة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	المحسوبة F	مستوى الدلالة
القيادة الخضراء	الانحدار	1	,177	4,185	,045 ^b
	البواقي	58	,042		
	المجموع	59	2,629		
R= 0,259 / R ² = 0,067					
النموذج	A	الخطأ المعياري	β	قيمة t	مستوى الدلالة
الثابت	2,957	,582		5,079	,000
القيادة الخضراء	,277	,136	,259	2,046	,045
معادلة نموذج الانحدار: (القيادة الخضراء) $Y = 2.957 + 0.277X$					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول رقم (12) أن معامل التحديد R^2 بلغ (0.06)، أي أن القيادة الخضراء تفسر ما نسبته 6% من التغيرات في الريادة الاجتماعية للمؤسسة، أما باقي النسبة من التأثير تعود إلى عوامل أخرى، كما بلغ معامل الارتباط R قيمة (0.259) مما يدل على وجود علاقة موجبة بين المتغيرين، أما قيمة إحصائية اختبار F المحسوبة بلغت (4.18) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، هذا ما يقتضي قبول الفرضية البديلة H_1 التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاجتماعية للمؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

3.5. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

- الفرضية H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
- الفرضية H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13): نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير القيادة الخضراء على الريادة الاقتصادية للمؤسسة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	المحسوبة	مستوى الدلالة
القيادة الخضراء	الانحدار	1	,752	11,750	,001 ^b
	البواقي	58	,064		
	المجموع	59	4,466		
R= 0,410 / R ² = 0,168					
النموذج	A	الخطأ المعياري	β	قيمة t	مستوى الدلالة
الثابت	1,777	,716		2,480	,016
القيادة الخضراء	,572	,167	,410	3,428	,001
معادلة نموذج الانحدار: (القيادة الخضراء) $Y = 1.777 + 0.572X$					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول رقم (13) أن معامل التحديد R^2 بلغ (0.16)، أي أن القيادة الخضراء تفسر ما نسبته 16% من التغيرات في الريادة الاقتصادية للمؤسسة، أما باقي النسبة من التأثير تعود إلى عوامل أخرى، كما بلغ معامل الارتباط R قيمة (0.41) مما يدل على وجود علاقة موجبة بين المتغيرين، أما قيمة إحصائية اختبار F المحسوبة بلغت (11.75) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، هذا ما يقتضي قبول الفرضية البديلة H_1 التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

6. خاتمة:

أظهرت نتائج البحث ان واقع اهتمام مؤسسة ملبنة الصومام بالقيادة الخضراء كان مرتفعاً، كما ان للقيادة الخضراء تأثير إيجابي موجب على تعزيز الريادة المستدامة، حيث اكدت نتائج التحليل الاحصائي صحة الفرضية البديلة للفرضية الرئيسية (يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة المستدامة عند مستوى معنوية 0.05) والفرضيات الفرعية (يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة البيئية للمؤسسة عند مستوى 0.05، يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاجتماعية للمؤسسة عند مستوى 0.05، يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين القيادة الخضراء والريادة الاقتصادية للمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05)، كما اكدت الدراسة وجود علاقة ارتباط معنوية بين القيادة الخضراء وابعاد الريادة المستدامة، وهذا يدل على تبني القيادة الخضراء يساهم في تعزيز الريادة المستدامة للمؤسسة.

التوصيات:

- اذكاء وعي العمال بقضايا التنمية المستدامة وادماج القضايا البيئية في برامجهم التكوينية وتعزيز جوانب السلامة والصحة المهنية في مكان العمل؛
- تحسين إدارة الإنتاج للتنمية المستدامة، من خلال الحد من النفايات الى حد كبير؛
- إيجاد أنماط أكثر استدامة في الإنتاج والاستهلاك؛
- ضرورة إيجاد ثقافة تنظيمية خضراء من خلال تعزيز التوجه الأخضر وتحفيز العاملين للمساهمة في الحفاظ على الموارد الطبيعية وحماية البيئة وتحقيق الأهداف الريادية المستدامة؛
- يجب على إدارة المؤسسة الاهتمام بنشاط البحث والتطوير، والتكوين حول القيادة الخضراء؛
- ضرورة وضع خطط واضحة عند اتخاذ القرارات ذات العلاقة بريادة الأعمال المستدامة، من خلال منهجية ريادية اقتصادية واجتماعية وتنموية وبيئية، وتكون متلائمة مع البيئة المحيطة.
- تجزئة اهداف التنمية المستدامة مما يساعد المؤسسة على توجيه جهودها.

7. قائمة المراجع:

1. Abdelghafour Al-Zawahreh, S. K.-J. (2018). Green management practices in higher education: the status of sustainable leadership,. Tertiary Education and Management.
2. Donald J Klingborg, D. M.-H. (2006). What Is Leadership? Journal of Veterinary Medical Education 33(2):280-300.
3. Gultom, M. (2022). Green Leadership as a Model of Effective Leadership in Hospital Management in the New Normal Era. Journal (BIRCI-Journal), 5(3), 19900-19910.
4. Gultom, M. (2022). Green Leadership as a Model of Effective Leadership in Hospital Management in the New Normal Era. Journal (BIRCI-Journal), 5(3), 19900-19910.
5. Jamshed, K. S.-G. (2022). Role of Green Leadership and Green Training on the Green Process Innovation: Mediation of Green Managerial Innovation. Journal of Xidian University, 16(2), 66-72.

6. Kardoyo, K. F. (2020). Influence of the green leadership toward environmental policies support. . The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(11), 459-467.
7. Katsikis I N, & K. (2007). The Concept of Sustainable Entrepreneurship: A Conceptual Framework and Empirical Analysis. Academy of Management Proceedings (Vol. 2007, No. 1, pp. 1-6).
8. Kimmel C.E, H. R. (2012). Ecological entrepreneurship support networks : roles and fuctions for conservation organizations . *geoforum*(43) : 58-67., 60.
9. Kotchen M.J. (2009). some microeconomics of eco-entrepreneurship in garyp .Ibecap(Eds) frontiers in eco-entrepreneurship research ,, advances in the study of entrepreneurship innovation and economic growthe ,20 : 25-37), .
10. Lee, M. H. (2014). Moderating effect of institutional responsiveness on the relationship between green leadership and green competitiveness. . *Social Behavior and Personality: an international journal*, 42(9), 1483- 149.
11. Megre R, M. M. (2012). ES+ methodology : mapping social entrepreneurship ,, *Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1(1), 97-110., 99.
12. Ormiston J, S. R. (2012). Understanding value creation in social entrepreneurship : the importance of aliging mission , strategy and impact measurement,. *Journal of social Entrepreneurship*, 2(2), 125-150, 127.
13. Palma R.D, D. V. (2010). An integrated approach taward sustainabl Entrepreneurship-Expirience from the test project in transistional economies ,, *Journal of Cleaner Production*, (18) : 1807-1821.
14. Parrish B. (2007). Sustainability entrepreneurship : innovations in the logics of organizing,. the world symposium on sustainable entrepreneurship ,,
15. Piwowar-Sulej K, K. M. (2021). Environmental entrepreneurship—Bibliometric and content analysis of the subject literature based on HCore. . *Journal of Cleaner Production*, 295, 1262. , 03.
16. Pocheco D.F, D. T. (2010). Escaping the green prison : Entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development, . *Journal of Business Venturing*, 25, 464-480.
17. Purwanto, A. (2020). Effect of servant, digital and green leadership toward business performance: evidence from Indonesian manufacturing. *Sys Rev Pharm*, 11(11), 1351- 1361.
18. Schaltegger S, W. M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation : catigries and interactions, . business stratigy and the envirnoment, (20), 222-237., 28.
19. Shepherd D, P. H. (2011). the new field of sustainabale entrepreneurship : studying entrepreinral action linking “what is to be sustained” withe “what is to be developed”. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(1) : 137-163.
20. Tukamushaba E.K, O. L. (2011). Development of o conceptual model to understand international social entrepreneurship and its application in the Ugandan context,. *Journal of Inetrnational Entrepreneurship*, (9), :282-298, 285.
21. Yu-Shan Chen, C.-H. C.-H. (2014). "Green Transformational Leadership and Green Performance: The Mediation Effects of Green Mindfulness and Green Self-Efficacy". *Sustainability*, 6, 6604-6621.
22. Zainea N. L, T. S. (2020). Social entrepreneurship, a key driver to improve the quality of life: The case of TOMS Company. *Business Ethics and Leadership*, 4(3), 65-72.

دور ريادة الأعمال في نجاح مشروعات الأعمال

- تحليل تجربة المملكة العربية السعودية على ضوء تقرير مرصد ريادة الأعمال العالمي 2022 -

The role of entrepreneurship in business success

- Analysis of the experience of the Kingdom of Saudi Arabia in the light of Global Entrepreneurship Monitor Report 2022-

بن عزة هشام¹ ، عمامرة محمد العيد² ، أحمد نسيب³

¹ جامعة تلمسان (الجزائر)

² جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

³ جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

ملخص: إن البشرية على أعتاب عصر جديد، تلعب فيه إجراءات حقن الاختراعات في شرايين الاقتصاد، وتقارب التقنية العالية، دورا كبيرا في تسريع حركة المعرفة وضخها من قنوات العولمة الجارية حاليا، ففي هذا السياق بزغت مفاهيم الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية، وريادة الأعمال التي تشكل المعرفة جوهرها، والقوة محركها الرئيس. أن ريادة الأعمال والاقتصاد المعرفي وجهان لعملة واحدة، تسعى المملكة العربية السعودية لتحقيق رؤية 2030 ونجاحها بكافة السبل والوسائل، ولذا تعد هذه الرؤية من أهم الخطط الاقتصادية التي تدفع عجلة التنمية والاقتصاد إلى الأمام، حيث شهدت المملكة في الأعوام الأخيرة نحو المجالات الاقتصادية غير النفطية، ومن ضمن أهداف الرؤية تطوير الاقتصاد المعرفي مما يؤدي إلى تحقيق أهداف رؤية 2030 والتي تهدف لتحقيق الريادة في الأعمال، بهدف البحث الى تبيان أهمية ريادة الأعمال في الوقت الحالي بسبب التقدم التكنولوجي و البيئة التنافسية للمشروعات، وتعد ريادة الأعمال مهمة في نمو اقتصاد البلد على المستوى الكلي وعلى نمو المشروعات، حاولنا إعطاء تحليل تجربة المملكة العربية السعودية على ضوء تقرير مرصد ريادة الأعمال العالمي 2022.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، مشروعات الأعمال، اقتصاد المعرفة، مرصد ريادة الأعمال العالمي.

Abstract: Humanity is on the cusp of a new era, in which the procedures for injecting inventions into the arteries of the economy, and the convergence of high technology, play a major role in accelerating the movement of knowledge and pumping it out of the channels of globalization that is currently taking place. In this context, the concepts of digital economy, e-commerce, and entrepreneurship that shape knowledge have emerged. Its essence, and power is its main engine. Entrepreneurship and the knowledge economy are two sides of the same coin. The Kingdom of Saudi Arabia seeks to achieve Vision 2030 and its success by all means and means. Therefore, this vision is one of the most important economic plans that push the wheel of development and the economy forward, as the Kingdom has witnessed in recent years towards non-oil economic fields, and from Within the goals of the vision is the development of the knowledge economy, which leads to the achievement of the goals of Vision 2030, which threatens to achieve leadership in business. The research aims to show the importance of entrepreneurship at the present time due to technological progress and the competitive environment for projects. Project growth, we tried to give an analysis of the experience of the Kingdom of Saudi Arabia in the light of the Global Entrepreneurship Monitor Report 2022.

Keywords: entrepreneurship, business projects, knowledge economy, global entrepreneurship observatory

في ظل انتشار التقنيات الحديثة في مجال تقنيات المعلومات والاتصالات بشكل كبير وتطور الانترنت على وجه الخصوص، أصبحت تقنية المعلومات والاتصالات المحرك الرئيس للتغيير الاجتماعي والاقتصادي والسياسي على المستوى العالمي، ليشمل جميع مناحي الحياة ومنها الحياة الاقتصادية، حيث ظهر العديد من المصطلحات كالاقتصاد الرقمي، الاقتصاد الإلكتروني، اقتصاد الانترنت، الاقتصاد الجديد، اقتصاد المعرفة والتي تصب في مصطلح واحد هو الاقتصاد الرقمي الذي يعتمد على وسائل الاتصالات الحديثة وعلى الانترنت، لذا يطلق عليه مصطلح اقتصاد الانترنت، والذي يتسم بالعديد من الخصائص التي تميزه.

ما زالت دول العالم تبحث عن طرق جديدة تستخدمها في الخروج من الأزمات المالية المتتالية التي حدثت في الآونة الأخيرة وخاصة مع بداية القرن الواحد والعشرين، بخلاف الطرق والوسائل التقليدية التي أصبحت معروفة لكافة دول العالم، وفي الأماكن لأي دولة أي كان مستواها الاقتصادي تطبقها، ومن هذه الطرق الجديدة استخدام الاقتصاد المعرفي في زيادة الناتج المحلي الإجمالي والتي تعتبر الطريقة الأمثل وتناسب عصرنا الحديث، خاصة وأن المعرفة أصبحت الوسيلة الأساسية في الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، كذلك يمثل الاقتصاد المعرفي البوابة الذهبية لعدد من الدول لكي تخرج من دائرة التنمية الاقتصادية والتخلف الاقتصادي إلى دائرة النمو الاقتصادي والتقدم الاقتصادي، وتلحق بقاطرة النمو لدول العالم، وخاصة أن العالم اليوم لا يسمح إلا بوجود الدولة القوية ذات السيادة الاقتصادية.

تنوعت ميادين الاقتصاد ومنها، اقتصاد المعرفة، والاقتصاد التشاركي، واقتصاد الريادة والإبداع، وكما عرف الاقتصاد الأخضر والاقتصاد الاجتماعي، وظهر أيضا الاقتصاد البنفسجي واقتصاد الإلهام، جميع هذه الأشكال من الاقتصادات أتاحت الفرصة للشركات الجديدة أن تكون عابرة للقارات وأن تقدم منتجات وخدمات مرنة وأن تتغلب على القيود التقليدية التي تواجه جميع الأطراف وأتاحت الفرصة لشركات جديدة ومنتجات جديدة لاختراق أسواق عالمية ومكنتها من المنافسة.

تعد زيادة الأعمال رافدا مهما لأي نظام اقتصادي؛ لذا أصبح لها تأثير اقتصادي بارز، كما أمست اقتصادا مستداما للدول المتقدمة؛ إذ نرى اليوم أصحاب المشروعات الناشئة، مصدرا حقيقيا لدعم اقتصاديات دولهم، لاسيما في الدول المتقدمة إذ تسهم مشروعات رواد الأعمال في أمريكا بأكثر من 50% من إجمالي اقتصادها القومي، و60% في الصين، و70% في هونغ كونج. من هذا المنطلق، أطلقت المملكة رؤية 2030، متضمنة رسائل خاصة موجّهة لرواد الأعمال؛ كونهم القوة الاقتصادية المقبلة، واستغلال طاقاتهم ودعم مشروعاتهم، فتم إنشاء الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة؛ لتعمل اليوم بوتيرة متسارعة على مراجعة الأنظمة واللوائح، وإزالة العوائق، وتسهيل الحصول على التمويل، ومساعدة رواد الأعمال في تسويق أفكارهم ومنتجاتهم، فمن خلالها يستطيع رواد الأعمال تعلم المهارات، وفيها يحظى الابتكار بالتشجيع والرعاية.

تسعى المملكة العربية السعودية لتحقيق رؤية 2030 ونجاحها بكافة السبل والوسائل، ولذا تعد هذه الرؤية من أهم الخطط الاقتصادية التي تدفع عجلة التنمية والاقتصاد إلى الأمام، حيث شهدت المملكة في الأعوام الأخيرة نحو المجالات الاقتصادية غير النفطية، ومن ضمن أهداف الرؤية تطوير الاقتصاد المعرفي مما يؤدي إلى تحقيق أهداف رؤية 2030 والتي تهدف لتحقيق الريادة في الأعمال، يهدف البحث الى تبيان اهمية زيادة الاعمال في الوقت الحالي بسبب التقدم التكنولوجي والبيئة التنافسية للمشروعات، وتعد زيادة الاعمال مهمة في نمو اقتصاد البلد على المستوى الكلي وعلى نمو المشروعات، حاولنا إعطاء تحليل تجربة المملكة العربية السعودية على ضوء تقرير مرصد زيادة الأعمال العالمي 2022.

من خلال ما سبق تتبلور الإشكالية التالية:

ما مدى أهمية دور زيادة الأعمال في نجاح مشروعات الأعمال؟ مع محاولة تحليل تجربة المملكة العربية السعودية على ضوء تقرير مرصد زيادة الأعمال العالمي 2022؟

1.1. أهداف الدراسة:

- تقديم نظرة ومفاهيم حول زيادة الأعمال ومشروعات الأعمال، اقتصاد المعرفة؛
 - دراسة أثر زيادة الأعمال على المشاريع الصغيرة في المملكة العربية السعودية؛
 - محاولة تحليل تجربة المملكة العربية السعودية على ضوء تقرير مرصد زيادة الأعمال العالمي؛
 - دراسة للمؤشرات على ضوء تقرير مرصد زيادة الأعمال العالمي.
- 2.1. أهمية الدراسة: إن كل من البيئة الرقمية والاقتصاد الرقمي والمعرفي وزيادة الأعمال تعتبر طفرة العصر الذي نعيش فيه تكمن أهمية البحث في معالجة موضوع حديث، الذي يعد في الوقت الحالي هدف استراتيجي تتسارع مختلف الدول نحوه محاولة الاندماج فيه باعتباره مقياس مدى تطور الدول عالمياً، ومحاولة تشخيص مستوى وأهمية زيادة الأعمال في السعودية.

سنتطرق إلى المراحل التالية:

- الإطار الأساسي لزيادة الأعمال؛
- مفاهيم أساسية حول اقتصاد المعرفة؛
- تحليل تجربة المملكة العربية السعودية على ضوء تقرير مرصد زيادة الأعمال العالمي 2022.

2. الإطار الأساسي لزيادة الأعمال:

تعد زيادة الأعمال الظواهر القديمة والممتدة التي تساهم بالإشارة إلى الأفراد المبتكرين والمبدعين في مختلف مجالات الأعمال، تأثرت زيادة الأعمال في بداية ظهورها بمجموعة من العلوم الإنسانية، مثل علم الاقتصاد، والتسويق، وعلم الاجتماع وعلم النفس، والإدارة الإستراتيجية، وعلم التاريخ؛ مما ساهم بظهور العديد من النظريات والتفسيرات لفكرة زيادة الأعمال. وعرف المفهوم الخاص بزيادة الأعمال في القرن العشرين للميلاد وتحديداً في عقدي الستينات والسبعينات، ولكن انتشر هذا المفهوم بشكل واسع في الثمانينات والتسعينات، فاهتم بالمزج بين الأرباح الناتجة عن العمليات التجارية المتنوعة، والأفكار المبدعة من مختلف المجالات؛ عن طريق الاعتماد على ابتكار وسائل حديثة لتطبيق الأعمال، لعبت زيادة الأعمال، على مدار السنوات الماضية، دوراً أساسياً في التنمية الاقتصادية في السوق العالمية الآخذة في التوسع، وتشير زيادة الأعمال إلى المفهوم الذي ينطوي على تطوير وإدارة مشاريع تجارية جديدة؛ وتوظيف التفكير الإبداعي في ذلك، بحيث تكون هذه المشروعات قادرة على تحقيق إضافة ما في مجالات عملها، إلى جانب ذلك، فإن مفهوم زيادة الأعمال يتضمن بشكل أو بآخر حسن إدارة المشاريع والقدرة على الوصول بها نحو أعلى المراتب، هذا ويعد من المصطلحات الحديثة، التي بدأت تسيطر على عقول الشباب في الأونة الأخيرة، خاصة أن المجال اليوم متاح أكثر من السابق للشروع في تنفيذ وتطبيق الأفكار الخلاقة والإبداعية على أرض الواقع عدا عن الفوائد العديدة الملموسة، التي يتم الحصول عليها من زيادة الأعمال، سواء على المستوى الفردي، أم الجماعي.

1.2. تعريف أو مفهوم ريادة الأعمال:

قد ظهرت الفكرة الأولى للريادة (Entrepreneurship) على يد الكاتب "كانتيلون"، والذي يعد أول من طرح هذا المفهوم، وعليه فقد انبثقت العديد من المفاهيم والمضامين الريادية، ومنها التوجه الريادي، لكونه يمثل التوجه الحقيقي الأبرز لأية منظمة تسعى لتحقيق التفوق في عالم الأعمال، وعليه فقد أشار (Wiklund) إلى مفهوم التوجه الريادي بأنه التوجه الذي يفتح مجالاً لعملية الريادية في الإطار الإداري. (المغربي، 2008)

وأشار (Convin & Slevin, 1991) إلى أهمية ربط الريادة بمصطلح مفاهيمي مرتبط بالسلوك المنظمي لعدة أسباب منها أن الفاعلية الريادية تقاس من خلال أداء المنظمة، وإن نموذج الريادة يؤكد على السلوكيات ويدار السلوك المنظمي من خلال توليد استراتيجيات منظمية والخضوع للمداخلات الإدارية وبعدها وسع (Lumpkin & Dess, 1996) (هذا المفهوم بتقديم) بناء التوجه الريادي (الذي بين فيه ميل المنظمات إلى الارتباط بالإبداعية وتقبل الخطر وممارسات المبادرة واستراتيجياتها).

الشكل رقم 01: العناصر الريادية



المصدر: ميسون علي حسين 2013، الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول، مجلة جامعة بابل، العلوم الانسانية، بغداد، 21 العدد: 2 ص 388.

كما أشار الباحث (Covin & Slevin) (إلى توضيح المفهوم، كونه يعبر عن الموقف الريادي للمنظمة والمتمثل بـ) الإبداع، الاستباق، تقبل المخاطر (من خلال تأثيره على متغيرات المنظمة ككل، بيئتها الداخلية ومستويات الأفراد، فضلاً عنه يؤثر إيجابياً على أداء المنظمة وبيئتها. (Wales, 2011)

يعبر مفهوم ريادة الأعمال على قدرة الأشخاص على ابتكار الأفكار وتطويرها وتحمل المخاطر التي يمكن أن تواجه رائد الأعمال في خطوات تنفيذ مشروعه الريادي.

إضافة كما ذكرنا سابقاً أنها عملية إنشاء المشاريع الجديدة وإيجاد تعريف ريادة أعمال مناسب يناسب مشروعه وأهدافه ويقوم بتوفير الموارد اللازمة التي تساهم في تحقيق دخل وربح على المدى البعيد، كما أنها تلزم رائد الأعمال على الإدارة والتنظيم لنجاح المشروع وخلق مفهوم جديد لريادة الأعمال.

- تعريف بورش (Burch) 1986: (مجموعة أنشطة تقوم على الاهتمام وتوفير الفرص وتلبية الحاجات والرغبات من خلال الإبداع وإنشاء المنشآت.

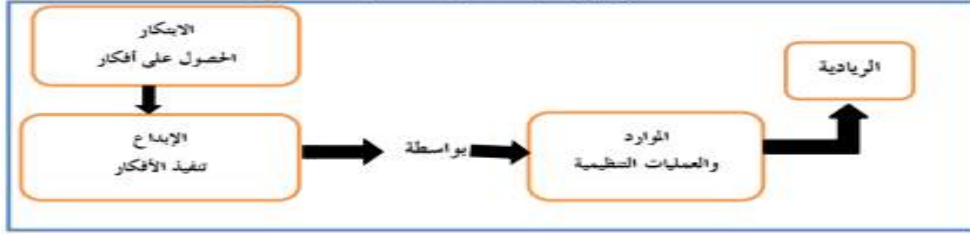
- تعريف دولينك (Dolling) 1995: (عملية خلق منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة.

- تعريف بارو (Barrow) 1998: (عملية الانتفاع بتشكيلة واسعة من المهارات من أجل تحقيق قيمة مضافة محدد من مجالات النشاط البشري وتكون المحصلة لهذا الجهد إما زيادة في الدخل أو استقلالية أعلى والإحساس بالفخر نتيجة الجهد الإبداعي المبذول.

- تعريف كاربونار (Carbonar) 1998: (مرتبط بالتخطيط المحدد لمواجهة مخاطر محسوبة بناء على معرفة السوق والموارد المتاحة وذلك لتحقيق النجاح المأمول. (Kaiser، 2009).

إن الريادية كما موضح في شكل رقم 02 هي كيفية توليد الفكرة عند المبتكر، بينما يرتبط الإبداع بالتنفيذ للفكرة من خلال توفر الموارد والعمليات الضرورية لذلك. لذا يعد الإبداع من متطلبات الريادة

الشكل رقم 02 كيفية توليد الفكرة عند المبتكر



المصدر: ميسون علي حسين، الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول، مجلة جامعة بابل، 21 العدد: 2، 2013، ص 387.

2.2. أهداف ريادية الأعمال:

- تحسين الإقتصاد: تساهم المشاريع الريادية في خلق تعاون مشترك بين العديد من القطاعات وهذا بدوره ما يحرك عجلة الإقتصاد، يساهم التعاون بين المشاريع الجديدة والقطاعات في المجتمع على تحسين الوضع الاقتصادي وخلق فرص عمل جديدة.

- تطوير الأفراد وتدريبهم: تقوم ريادية الأعمال على استغلال الفرص في الدرجة الأولى، وهي تبحث دائما عن الأشخاص المبدعين الذين يقدمون أفكار ومفهوم ريادية أعمال جديد يساهم في خلق منتجات مبتكرة، لذلك تساهم في تطوير قدرات ومهارات الأشخاص الذين يعملون في المشاريع الجديد.

- خدمة المجتمع: من المعروف أن من مميزات ريادية الأعمال أنها تقوم على حل مشكلة ما أو تطوير فكرة معينة، تسهل من خلالها على الأفراد في المجتمع.

- تطوير أساليب التخطيط: تقوم ريادية الأعمال على دراسة المشاريع السابقة وفهم مميزات التنافسية لهذه المشاريع وامتلاك مفهوم ريادية الأعمال والاحاطة به بشكل كامل، وهذا ما يجعلها أن 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. (Michael، 1998)

- تطوير مهارات العمل ضمن الفريق: يعتبر نجاح أي مشروع ريادي في البداية على الأفكار وعناصر ريادية الأعمال التي يقدمها الفريق وعلى الفهم الصحيح ل تعريف وهذا ما جعل من ريادية الأعمال مكان مناسب لتطوير مهارات فريق العمل واحترامها.

3.2. أهمية رياده الأعمال:

تعتبر مفهوم ريادية 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 ريادية الأعمال، حيث يوجد أيضا بعض النقاط المهمة التي يجب ذكرها، دعونا نستعرضها.

- 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 ريادية 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 زيادة 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، إضافة الى زيادة دخل الأشخاص الذين يعملون في الريادة.
- تعزيز البحث والتطوير: توفر المشاريع الريادية فرص لتحقيق الأبحاث والدراسات مع المؤسسات البحثية، وهذا ما يوفر غالباً تجارب وخبرات في البحث والتطوير عند خلق المنتجات الجديدة في المجتمع. (Bhandari، 2004)

4.2. ما الفرق والعلاقة بين المشاريع الصغيرة وريادة الأعمال؟

بالنظر إلى أنواع ريادة الأعمال، يوجد تساؤل يطرأ دائماً على الأذهان: ما الفرق والعلاقة بين المشاريع الصغيرة وريادة الأعمال أو للدقة يمكن استخدام مصطلح **الشركات الناشئة**، الذي يعد أحد أمثلة مشاريع ريادة الأعمال؟ وهل من الضروري معرفة الفارق بين الاثنين؟ أم هذه مجرد مسميات لا تؤثر على تنفيذ الفكرة في أرض الواقع؟

عندما يفهم رواد الأعمال هذه النقطة، سيتمكنون من البحث عن الفرص المناسبة لهم، وحتى يفعلوا ذلك فلا بد من امتلاكهم القدرة على تصنيف أعمالهم بالطريقة الصحيحة، من أجل ضمان الوصول إلى الموارد المتفككة مع تصنيف هذه الأعمال. يمكن توضيح أهم الفوارق بين المشاريع الصغيرة والشركات الناشئة في الجدول التالي:

الجدول رقم 01: أهم الفوارق بين المشاريع الصغيرة والشركات الناشئة

العنصر	المشاريع الصغيرة	الشركات الناشئة
مستوى المخاطرة	لا توجد مخاطرة تقريباً. إذ تنفذ فكرة تقليدية موجودة مسبقاً.	تقوم على المخاطرة. سواء بسبب تنفيذ فكرة جديدة كلياً. أو بسبب التطوير على فكرة موجودة حالياً.
متطلبات التنفيذ	دراسة جدوى توضح إمكانية نجاح الفكرة أو لا.	نموذج العمل المبتكر، الذي يمكن من خلاله اختبار الفكرة للوصول للنموذج المثالي.
الهدف	إنشاء مشروع مستقر بهدف تحقيق الأرباح على أساس ثابت أغلب الوقت.	البحث عن التوسع من خلال تطوير نموذج العمل الحالي، من أجل الوصول إلى إمكانية بيع المشروع. أو تحويله إلى فكرة تنتج أرباحاً كبيرة.

المصدر: من اعداد الباحثين.

5.2. تحديات ريادة الأعمال:

- هناك عدد من التحديات، يمكن لرواد الأعمال مواجهتها على مدار حياتهم الوظيفية، ولعل أبرزها:
- الخروج بأفكار إبداعية: حيث إن رواد الأعمال يعيشون طوال الوقت في حالة من التوتر؛ بغية التوصل إلى فكرة مبتكرة، لم يسبق استخدامها أبداً في السوق. وبهذا يتضح أنه عند اختيار ريادة الأعمال لتصبح مهنة المستقبل، فإن الطريقة الوحيدة للنجاح والاستمرارية في هذا العالم، هي القدرة على تطوير أفكار إبداعية جديدة طوال الوقت. ومع ذلك، ونتيجة للتوسع الكبير الذي يشهده السوق العالمي، فإن الأفكار المقترحة غالباً ما تكون رتيبة ومتكررة، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة موافقة النقاد عليها، وهذا هو التحدي الأكثر شيوعاً الذي قد يعترض طريق الكثير من رواد الأعمال.

واحدة من أكثر الإشكاليات التي تواجه رواد الأعمال، هي البدء بمشاريع تجارية جديدة في السوق، فهذا التحدي غالبا ما يؤدي إلى تحمل عناء العمل لساعات متأخرة خلال المراحل الأولى للتأسيس، من أجل الوصول إلى مستوى المنافسة المطلوب ولكن عندما تواجه هذه المشاريع، التي مازالت في بداية طريقها، المنافسة الديناميكية الواسعة في سوق العمل، فإن مهمة الوصول إلى أعلى المراتب في وقت قصير، لن تكون سهلة أبدا عليهم. (Bostjan، 2005)

- مسؤوليات رئيسية: ينبغي أن يدرك جميع الأشخاص الذين اختاروا ريادة الأعمال، لتصبح مهنتهم المستقبلية، أن هناك العديد من المسؤوليات التي تلقى على عاتقهم، باعتبار أنهم يتمتعون بالاستقلالية التامة، ويملكون صلاحيات كاملة لإدارة مشاريعهم وفريق العمل لديهم، ولهذا ينبغي أن تكون لديهم القدرة على التعامل مع كافة الظروف المحتملة، سواء الجيدة أو السيئة منها، وهو الأمر الذي يشكل تحديا كبيرا للكثير من رواد الأعمال.

- مخاطر النجاح أو الفشل: من بين التحديات الأخرى التي تواجه رواد الأعمال، هي أن المخاطر المرتبطة بتبني أفكار جديدة وتنفيذها بطريقة مبتكرة، يمكن أن تؤدي بعض الأحيان إلى الفشل. ولهذا ضع في اعتبارك دائما أن نجاح المشروع أو فشله يعتمد على صاحب المشروع نفسه، وبالتالي التحدي الأكبر بالنسبة إليك، هو القدرة على اتخاذ القرار الصائب والمناسب دائما. (Coven، 2011)

3. مفاهيم أساسية حول اقتصاد المعرفة:

1.3. مفهوم اقتصاد المعرفة:

تقرير مؤشر المعرفة العربي، فرق بين اقتصاد المعرفة والاقتصاد القائم على المعرفة، بناء على تسارع التحولات الاقتصادية والتطورات التكنولوجية، يتعلق اقتصاد المعرفة بعمليات إنتاج المعرفة وصناعتها، وعمليات البحث والتطوير، أما الاقتصاد القائم على المعرفة فهو التطبيق الاقتصادي في مختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، وهو أوسع وأشمل لأنه يتعلق بحجم قطاعات المعرفة والمعلومات والاستثمارات داخل الاقتصاد، وبحجم تداخل المعرفة والتكنولوجيا في الأنشطة الإنتاجية، ولذلك يعتبر الاقتصاد القائم على المعرفة مرحلة متقدمة من الاقتصاد المعرفي.

برنامج الأمم المتحدة الإنمائي 2003 عرفه بأنه نشر المعرفة وإنتاجها وتوظيفها بكفاية في جميع مجالات النشاط المجتمعي الاقتصادي والمجتمع المدني والسياسة والحياة الخاصة وصولا لترقية الحالة الإنسانية باطراد، أي إقامة التنمية الإنسانية ويتطلب الأمر بناء القدرات البشرية الممكنة، والتوزيع الناجح للقدرات البشرية.

أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية فعرفته بأنه الاقتصاد المبني أساسا على إنتاج ونشر واستخدام المعرفة والمعلومات. (OECD، 1996)

البنك الدولي يرى بأنه الاقتصاد الذي يحقق استفادامافعالا للمعرفة من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهذا يتضمن جلب وتطبيق المعارف الأجنبية، بالإضافة إلى تكييف وتكوين المعرفة من أجل تلبية احتياجاته الخاصة. (Bank، 2009)

من خلال ما سبق، يمكن أن نصل بالقول إلى أن الاقتصاد المعرفي هو ذلك الاقتصاد الذي ينتج عن تقدم المعلومات بعد العصر الصناعي، وهو فرع جديد من فروع العلوم الاقتصادية يقوم على فهم جديد لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطور الاقتصاد وتقدم المجتمع، وهو الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة.

2.3. أهمية الاقتصاد المعرفي:

توجد له اهتمامات كثيرة في رفع وعلو كفاءات وابتكارات العمل للشركات ومنها:

- تساعد المعرفة على تغيير هيكل الاقتصاد وبالتالي تعمل على زيادة الإنتاج؛
- العمل على الاستفادة من تقديرات العمل الجديدة وبالتالي تعمل على ازدياد توزيع المعرفة؛
- تقديم المساعدة لرفع مستوى الاقتصاد وذلك من خلال تقديم أفكار جديدة لرفع النمو الاقتصادي والعمل على زيادة نسبة الإنتاج؛
- الاهتمام بجذب العمالة البشرية وخاصة الحاصلين على الشهادات الجامعية؛ العمل على ربط الاقتصاد المعرفي بالعمولة؛
- زيادة التوسع في صناعة التكنولوجيا مما يعمل على رفع نسبة التشغيل الآلي لعمليات الإنتاج وذلك نتيجة للاقتصاد المعرفي (Research، 2009)

3.3. مؤشرات اقتصاد المعرفة:

لاقتصاد المعرفة مؤشرات تقرر أنه النمط السائد في اقتصاد ما، وتدلى على مدى النجاح في التوجه نحوه، مما يمكن من إجراء المقارنات بين الدول لتحديد مستوى التطور الاقتصادي الذي وصلت إليه، وتشمل المؤشرات التي تقيس مدخلات المعرفة ومخزونها وشبكتها ونشرها ومخرجاتها وإدارتها، منها:

- مؤشرات التوجه نحو مجتمع المعلومات مثل مؤشرات البنية الأساسية (هواتف، حواسيب، شبكات ومنها الإنترنت) والمحتوى الرقمي، ومدى التقدم في تنفيذ تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجالات التجارة والحكومة والتعليم.
- نسبة الإنفاق على البحث والتطوير من الناتج المحلي الإجمالي، وعدد الباحثين بالنسبة إلى عدد السكان.
- عدد سنوات الدراسة والتدريب بالنسبة إلى عمر الفرد.
- عدد حدائق التكنولوجيا أو البحث أو العلم وعدد حاضنات التكنولوجيا. (Chen، 2006)
- نسبة المكون المعرفي في ثمن السلع والخدمات والمنتجات.
- الميزان التجاري للدولة فيما يتعلق بتجارة المعرفة (الصادرات المعرفية والواردات المعرفية) بما في ذلك ميزان المدفوعات التكنولوجي حسب نوع التكنولوجيا.
- عدد براءات الاختراع وحقوق الملكية الفكرية بما فيها العلامات التجارية.

أصبح الاقتصاد المعرفي الجديد واقعاً حياً ملموساً، وإن كان يبدو لبعضهم أنه مازال تحت التكوين والتشكل، وأصبح يتفوق على الاقتصادات الأخرى كلها، وبشكل غير مسبوق، سواء من الناحية الكمية المحسوسة، أو من الناحية النوعية الملموسة حيث يمثل الفرد حجر الزاوية في النظام الاقتصادي الجديد المبني على المعرفة، ولذلك فإن المهارات الفردية والإبداع والابتكار ليست عوامل للإنتاج فحسب، وإنما هي أيضاً مصادر للثروة ودوافع للنمو الاقتصادي.

4.3. الفرق بين الاقتصاد المعرفي والاقتصاد التقليدي: توجد عدة فروق توضح الفرق بينهم ومن هذه الفروق:

- من أهداف الاقتصاد التقليدي العمل على توظيف كامل القوى العاملة لأداء العمل مع عدم تحديد أي مهارات متميزة لهم أما الاقتصاد المبني على المعرفة فهو يهدف إلى استخدام الأيدي العاملة التي تستجيب إلى التدريب وتتفاعل مع التدريب ويكون لديها المهارات العالية؛

- الاقتصاد المعرفي يعتبر من أهم مكوناته أو رأس ماله العنصر البشري وهذه الخاصية على عكس خواص الاقتصاد التقليدي؛
- علم الاقتصاد التقليدي يسعى بعلم ندرة الموارد أي بمعنى التطور الدائم لمتطلبات الناس مقابل ندرة الموارد ومن أهم خصائص الاقتصاد المعرفي في وجود التكنولوجيا الرقمية؛
- يتميز السوق في الاقتصاد المعرفي بالتنافسية في ظل إمكانيات عالية بينما يتميز الاقتصاد التقليدي بالاستقرار حتى مع توافر الظروف المناسبة للتنافس؛
- يمكن إنشاء الأسواق بشكل افتراضي لأن الاقتصاد المعرفي يتميز بتلاشي الموقع الجغرافي وذلك يعمل على إنجاز العمل وتوافر الوقت والسرعة في كل مكان كل هذا يكون عكس الاقتصاد التقليدي .
- ومن وجهة نظر أخرى يمكن اعطاء سمات وخصائص خاصة بالاقتصاد المعرفي يمكن تمثيلها من خلال جدول المقارنة التالي بين الاقتصاد المعرفي والاقتصاد التقليدي.

الجدول (02) الاقتصاد المعرفي مقارنة بالاقتصاد التقليدي

الاقتصاد المعرفي	الاقتصاد التقليدي
الاستثمار في رأس المال المعرفي	الاستثمار في رأس المال المادي
الاعتماد على الجهد الفكري (اللاملموسات) بدرجة أساسية في الاقتصاد المعرفي	الاعتماد على الجهد العضلي (الملموسات) بدرجة أساسية في الاقتصاد التقليدي
ديناميكية الأسواق والتي تعمل في ظل تنافسية مفتوحة	استقرار الأسواق في ظل منافسة تتحكم فيها وغالبا البيروقراطية السلطوية
الرقمية Digitization هي المحرك الأساسي للاقتصاد المعرفي	المكنة Mechanization هي المحرك الأساسي للاقتصاد الصناعي
يهدف الاقتصاد المعرفي إلى وضع قيمة حقيقية للأجور والتوسع في استخدام العاملة ذات المهارات العالية التي تتفاعل مع التعليم والتدريب المستمر	يهدف الاقتصاد التقليدي إلى التوظيف الكامل للقوى العاملة دون تحديد مهارات مميزة لأداء العمل
أنه اقتصاد وفرة، حيث تزداد موارده (المعرفة) بكثرة الاستخدام	أنه اقتصاد ندرة، حيث تنضب موارده بكثرة الاستخدام
خضوع الاقتصاد المعرفي لقانون تزايد العوائد (تناقص التكاليف) مع الاستمرار في الاستخدام	خضوع الاقتصاد الزراعي لقانون تناقص العوائد (تزايد التكاليف)، والاقتصاد الصناعي لقانون ثبات العوائد (ثبات التكاليف) مع الاستمرار في الاستخدام
العلاقات بين الإدارة والقوى العاملة في الاقتصاد المعرفي تتسم بعدم الاستقرار، إذ ينتفي مبدأ التوظيف مدى الحياة	العلاقات بين الإدارة والقوى العاملة في الاقتصاد التقليدي تتسم بالاستقرار
العلاقة بين قطاعات الأعمال والدولة في الاقتصاد المعرفي قائمة على التحالف والتعاون	العلاقة بين قطاعات الأعمال و الدولة غير متكافئة، إذ تفرض الدولة سيطرتها و تصدر أوامرها طبقا لمتطلبات الدولة و توجهاتها الاقتصادية
ليس مقيدا بزمان أو مكان	مقيد بزمان ومكان

المصدر: مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي. (2021). مؤشر المعرفة العالمي، الغرير للطباعة والنشر، دبي، الإمارات.

4. تحليل تجربة المملكة العربية السعودية على ضوء تقرير مرصد ريادة الأعمال العالمي 2022:

تسعى المملكة العربية السعودية لتحقيق رؤية 2030 ونجاحها بكافة السبل والوسائل، ولذا تعد هذه الرؤية من أهم الخطط الاقتصادية التي تدفع عجلة التنمية والاقتصاد إلى الأمام، حيث شهدت المملكة في الأعوام الأخيرة نحو المجالات الاقتصادية غير النفطية، ومن ضمن أهداف الرؤية تطوير الاقتصاد المعرفي مما يؤدي إلى تحقيق أهداف رؤية 2030 والتي تهدف لتحقيق الريادة في الأعمال.

1.4. أليات تحقيق رؤية 2030 في مجال ريادة الأعمال:

تعمل الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة بوتيرة متسارعة من اجل التيسير على رواد الأعمال ووضع الأليات والتي يتم تحقيقها بواسطة رؤية 2030، كما تعتبر مساهمات رواد الأعمال في الناتج القومي الإجمالي متدنية في المملكة، خاصة غذا قورنت بالاقتصاديات المتقدمة وتتمثل هذه الليات فيما يلي:

- العمل على دعم المشروعات واستغلال الطاقات؛
- تأسيس منشآت وتيسير إجراءات الحصول على التمويل، العمل على تسويق الأفكار والمنتجات الخاصة برواد الأعمال؛
- تعليم المهارات والتشجيع على الإبداع والابتكار، مراجعة الأنظمة واللوائح وإزالة العوائق.

سرعان ما ارتفعت مساهمة الشركات الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي من 20% في 2018 إلى 28% حالياً وهي زيادة كبيرة في هذه الفترة الزمنية الصغيرة في عمر الإقتصادات، ولا بد من الإشارة إلى أن الطبيعة العملية للشباب والشابة في السعودية تشجع على لتوجه نحو عالم التجارة، ولذلك حققوا نجاحات كبيرة في هذا القطاع وفق التقارير العالمية، ومنها تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال (GEM) في المملكة العربية السعودية الذي كشف عن تفضيل شريحة الشباب بدء عمل تجاري، وارتفاع الرغبة الريادية، لذلك ارتأت "رؤية المملكة 2030"، وضع أسس دعم ريادة الأعمال والشركات الصغيرة والمتوسطة، وتم إطلاق العديد من المبادرات مثل حاضنات العمال والمسرعات مثل الشركة السعودية للاستثمار الجريء التي تأسست عام 2018 من قبل "منشآت" إضافة إلى دعم برنامج ضمان التمويل (كفالة) الذي أنشأته "منشآت" أيضاً لتحفيز التمويل ودعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة، وإبرام الشراكات مع العديد من البنوك التي لعبت دوراً مهماً في زيادة نسبة إقراض الشركات الصغيرة والمتوسطة، حيث قفز الإقراض المصرفي لهذه الشركات بنسبة 100% منذ عام 2018 ليصل إلى أكثر من 200 مليار ريال، وهي نسبة نمو في الإقراض تعتبر الأعلى بعد القطاع العقاري.

يشهد قطاع ريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية عصراً جديداً من التسارع نحو آفاق واعدة في مسيرة النهضة الوطنية، حيث تشير إحصائيات تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال إلى أن إجراءات الدخول للسوق السعودي، وتأسيس الأعمال التجارية أفضل من أي وقت مضى. وتأتي هذه الإصلاحات في بيئة الأعمال بالمملكة نتيجاً لدعم الم ، قدم لقطاع الأعمال، والمتمثل في المحفزات الكبيرة والتسهيلات المختلفة، والفرص التمويلية الواسعة، التي تقدمها السعودية لرواد الأعمال. والتي ، تجت بتصنيف المملكة كثنائي أفضل اقتصاد عالمي لبدء نشاط تجاري؛ وفعاء لمؤشر حالة ريادة الأعمال. في تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال للعام 2022

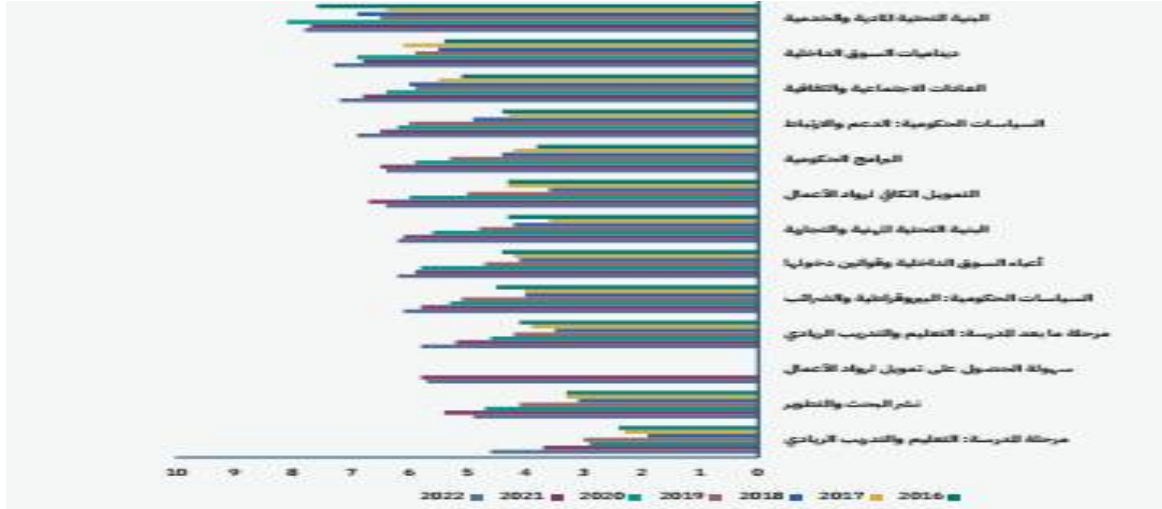
2.4. مؤشر السياق الوطني لريادة الأعمال في السعودية:

كان التصنيف الأعلى في المملكة من نصيب البنية التحتية المادية، في حين استحوذت متغيرات السوق الداخلية، التي تشتمل على السوق المفتوحة والحرّة، والعادات الثقافية والاجتماعية التي تشجع على قبول ودعم ريادة الأعمال، على تصنيفات عالية أيضاً. ولاحظ التقرير التحسينات التدريجية في السياسات الحكومية فيما يتعلق بالدعم ومواكبة المتغيرات والضرائب والبيروقراطية، إلى جانب البنية التحتية التجارية والمهنية والتعليم والتدريب في مجال ريادة الأعمال خلال الدراسة المدرسية وما قبل المدرسية.

كما تحسنت البيئة الريادية بطرق عدة منذ عام 2016 بفضل الجهود الحثيثة المبذولة في مجال السياسات والبرامج الحكومية ذات الصلة. كما حافظت على استقرارها بين عامي 2021 و2022 مع وجود اختلافات بسيطة نتيجة المساعي الرامية

إلى مواجهة الآثار المباشرة وغير المباشرة للأزمة الصحية العالمية وغير ذلك من الصعوبات الأخرى، مثل الحرب في أوكرانيا وتداعياتها على الأسواق.

الشكل رقم 03: متوسط تصنيفات الخبراء للظروف الريادية الوطنية الـ13 في السعودية بين عامي 2016-2022

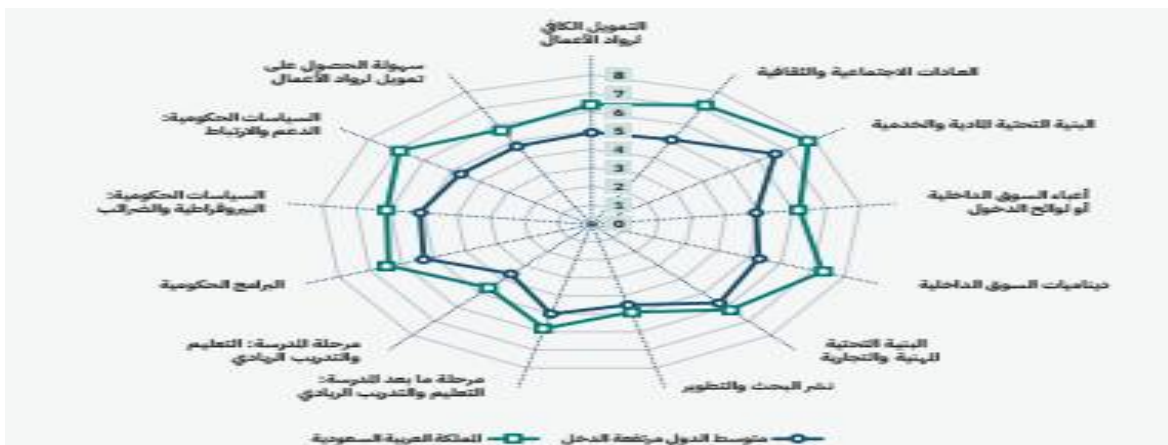


المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022

بالمقارنة مع متوسط النتائج المسجلة للاقتصادات عالية الدخل الـ28 المشاركة في استبيان المرصد العالمي لريادة الأعمال 2022 احتلت السعودية تصنيفاً أعلى لجميع الظروف (الشكل 29)، وساهم التزام الحكومة السعودية الراسخ بتحقيق رؤية المملكة 2030 في إرساء منظومة قوية لريادة الأعمال في السعودية، ويمكن ملاحظة الفرق بين الدول في الدعم المقدم ومواكبة البرامج الحكومية للمتطلبات ذات الصلة، حيث تفوق تصنيف السعودية في هذا المجال بواقع مرة ونصف على متوسط نتيجة الاقتصادات عالية الدخل.

الشكل رقم 04: متوسط تصنيفات الخبراء للظروف الريادية الوطنية الـ13 في السعودية والـ28 من الاقتصادات العالية

الدخل لعام 2022



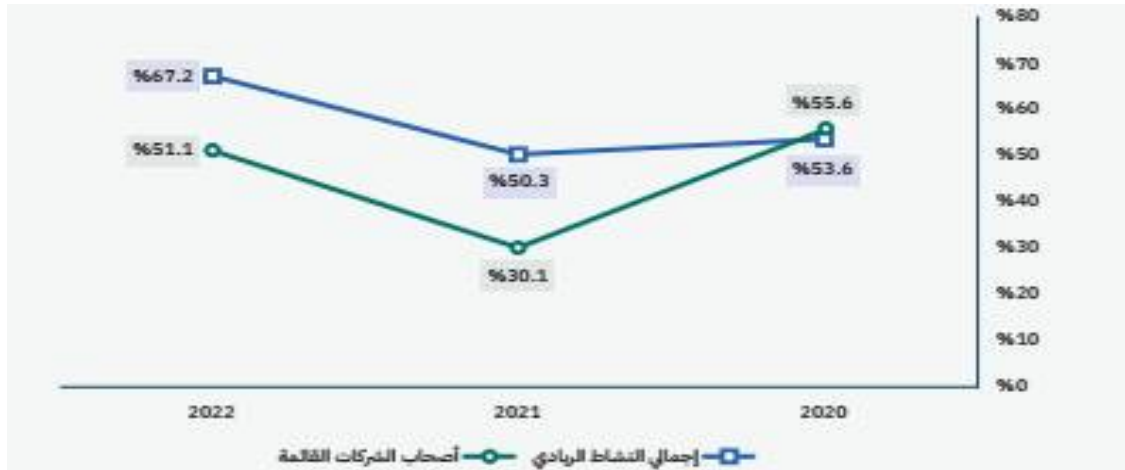
المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال لعام 2022

برغم أن النتائج تبين العديد من نقاط القوة في السعودية، إلا أن الخبراء حددوا خمسة مجالات قد تستفيد من زيادة التركيز والاهتمام وبالتالي تحسين بيئة ريادة الأعمال في المملكة، وهي تشمل السياسات الحكومية والبنية التحتية التجارية والتعليم والتدريب والعادات الثقافية والاجتماعية والدعم المالي. فيما يتعلق بالجهود الحكومية لمكافحة تداعيات جائحة كوفيد-19، أشاد الخبراء بالتدابير والسياسات عام والبرامج المخصصة لمعالجة تداعيات الحكومة بشكل جائحة كوفيد-19، إلى جانب دعم التحول الرقمي والمحافظة على الوظائف وإعانات الأجور وتأجيل الالتزامات الضريبية، فضلاً عن إطالة مدة تسديد

القروض والسلف الائتمانية والدعم المالي. كما أشار الخبراء إلى المجالات التي قد تأتي بنتائج عكسية على زيادة الأعمال والنشاط التجاري، مثل ارتفاع الضرائب والرسوم وخفض التعويضات المرضية وتأجيل توفير المساعدات الحكومية أو نقصه. عبر أكثر من ثلثي رواد الأعمال (المشار إليهم في «إجمالي النشاط الريادي») وأكثر من نصف أصحاب الأعمال القائمة أن الأزمة الصحية العالمية وفرت فرصاً جديدة في عام 2022، وقد تعود النسبة القليلة عند أصحاب الأعمال القائمة إلى أن معظمهم تأقلم مع الوضع الجديد. وبطبيعة الحال يدير أصحاب الأعمال..

الشكل 05: نسبة رواد الاعمال واصحاب الاعمال القائمة في المملكة العربية السعودية ممن صرحوا ان الازمة الصحية

العالمية وفرت فرصا جديدة لاعمالهم 2020-2022

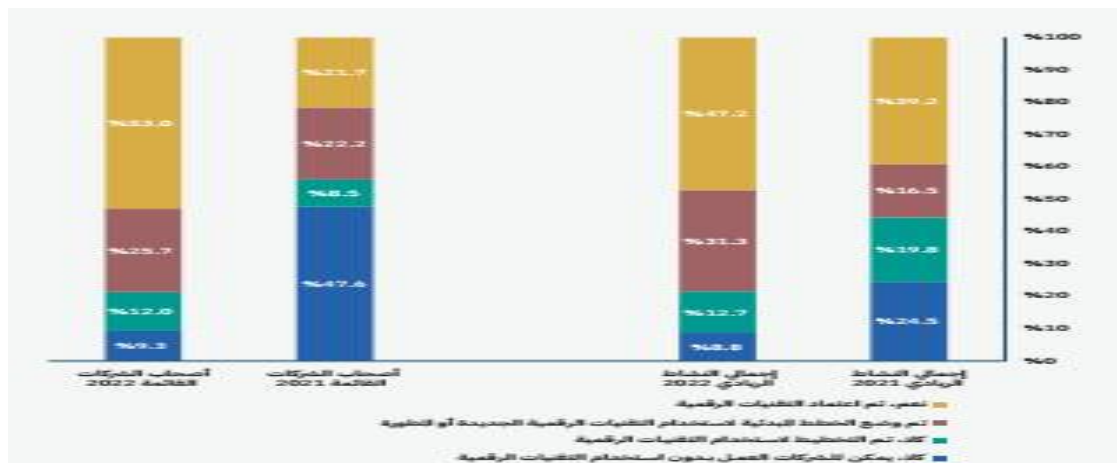


المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال لعام 2022

ساهمت الأزمة الصحية العالمية في تسريع التحول الرقمي في جميع المجالات، بما في ذلك قطاع الأعمال، في مختلف أنحاء العالم. وتكشف بيانات المرصد العالمي لريادة الأعمال أنه بينما كان رواد الأعمال أكثر استعداداً من أصحاب الشركات القائمة لاعتماد أو تطوير استخدام التقنيات الرقمية (بنسبة 56% مقابل 44% في عام 2021، كان الطرفان بنفس الدرجة من الاستعداد في عام 2022 بنسبة أكبر وصلت إلى 79% لكليهما. تدل هذه النتائج على ازدياد عدد رواد الأعمال الموجودين والمحتملين ممن يلاحظون أن التقنيات تزودهم بالعديد من المزايا، مثل تحديد مصادر العائدات الجديدة وإنشاء رخص البرمجيات وحماية حقوقهم الفكرية والتفاعل مع عملائهم والوصول إلى معلومات قيمة في عالم الأعمال. ويحتاج رواد الأعمال لتقديم منتجاتهم و/أو خدماتهم إلى جانب القيمة والراحة و/أو التجارب الممتعة، حيث تساعدهم التقنيات على تحقيق ذلك بفعالية أكبر.

الشكل 06: نسبة رواد الاعمال واصحاب الشركات القائمة في السعودية ممن يستخدمون التقنية الرقمية بعد الجائحة -

2021-2022



المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022

3.4. التوجهات المجتمعية:

حافظت التوجهات المجتمعية تجاه ريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية على مستوى عالٍ مماثل للمستويات في عام 2022، على نحو التي وصلت إليها كل من الخيارات المهنية والإقبال المهني والاهتمام الإعلامي في عام (2021) وفيما يخص جميع المتغيرات المتعلقة بالتوجهات الاجتماعية، أظهر المجتمع السعودي تأييداً كبيراً لريادة الأعمال بصفتها القوة المحركة لاقتصاد المملكة خلال الأعوام الثلاثة الماضية. وهذا ما جعل المملكة تصدر قائمة الدول المشاركة في المرصد العالمي لريادة الأعمال عام 2022، كما يظهر في الفصل السابع. شهد عدد قليل من الاقتصادات مثل هذا الدعم المجتمعي الكبير لريادة الأعمال في جميع النواحي التي تم تقييمها من قبل المرصد العالمي لريادة الأعمال، مثل ما أظهرت المملكة العربية السعودية منذ عام 2016. وعلى ما يبدو، تتبع المؤشرات نفس المسار المتبع في الدول المتقدمة حتى عام 2019.

وغالبا ما ينخفض نشاط ريادة الأعمال والدعم المجتمعي لها مع نمو اقتصادات الدول وتوفيرها فرص توظيف بروتاتب أفضل في القطاعين العام والخاص. وأدى التطور الذي شهدته العديد من الدول إلى انخفاض كبير في الاهتمام العام بالريادة بما في ذلك في أوساط الشباب، ويفضل العديد العمل لصالح الآخرين بدلا من المخاطرة في مجال يتطلب الكثير من الشغف والمثابرة، فضلا عن العديد من الموارد. وتتطلب ريادة الأعمال توفير فرص العمل والتعامل مع السوق والشركات المنافسة ومواجهة الإشكالات اليومية، الأمر الذي لا يستعد الجميع له بالضرورة. وبالتالي، يمكن أن يكون للانخفاض المطرد في نشاط ريادة الأعمال أثر سلبي على الابتكار وتوفير فرص العمل ودوافع تحقيق الذات في المجتمع، وعلى الرغم من تمتع المملكة العربية السعودية باقتصاد ناري، إلا أن التوجه المجتمعي حيال ريادة الأعمال أظهر تحسنا كبيرا بداية من عام 2022.

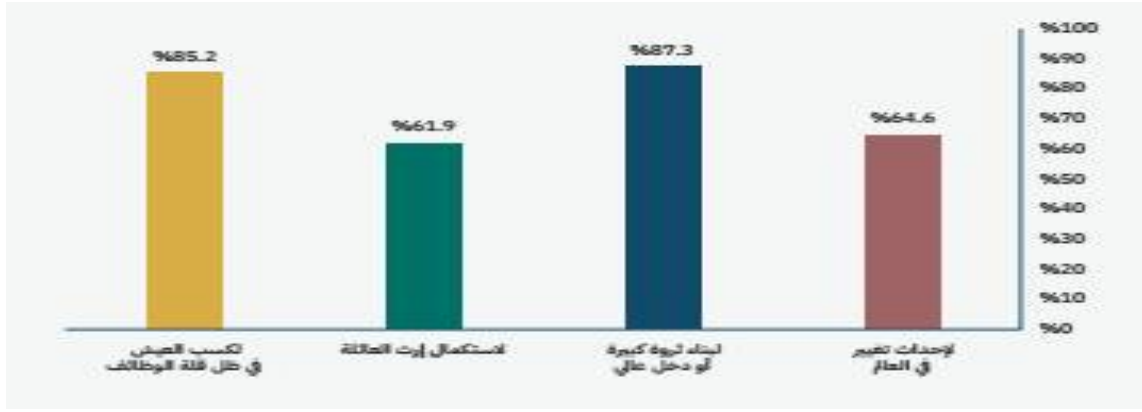
الشكل 07: التوجهات المجتمعية لسكان البالغين في السعودية 2016-2022



المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022

شكلت الأمور المتعلقة بالدخل المحفزات الأكبر لرواد الأعمال في المملكة العربية السعودية كما هو الحال في الأعوام السابقة، وأعرب 87% عن رغبتهم في تكوين ثروة ضخمة أو كسب دخل عالي جداً بينما أفاد 85% عن حاجتهم لكسب العيش بسبب قلة الوظائف.

الشكل 08: المحفزات لعالم ريادة الأعمال بين رواد الأعمال في السعودية 2022

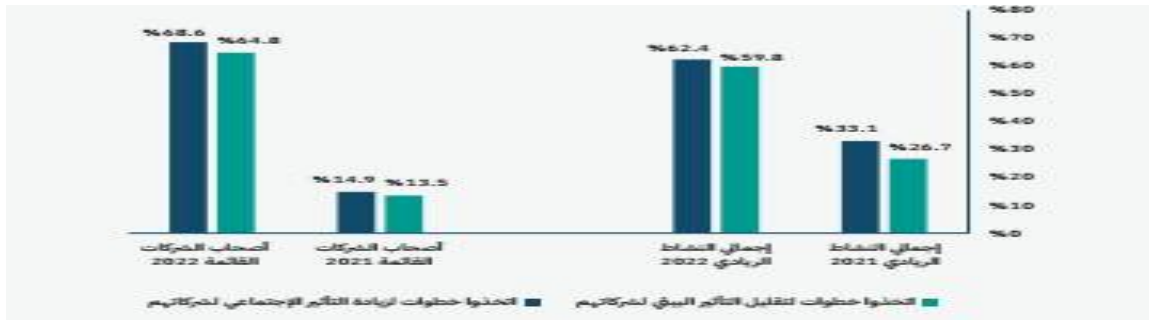


المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022

4.4. السلوك البيئي والاجتماعي:

تكشف بيانات عام 2022 أن 80% على الأقل من رواد الأعمال ومالكي الشركات القائمة يضعون في الاعتبار التداييعات البيئية و/أو الاجتماعية خلال عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بشركاتهم، في حين 75% من المشاركين في الاستبيان يمنحون الأولوية للتأثير الاجتماعي و/أو البيئي على مسألة تحقيق الأرباح أو النمو. وتنعكس هذه النتائج مؤشرات إيجابية أو بعض التحيز نحو التأثير الاجتماعي في بعض الحالات على الأقل، لأن عدداً قليلاً منهم عمد إلى اتخاذ إجراءات فعالة للحد من التأثيرات السلبية على البيئة أو في سبيل تعزيز الفوائد الاجتماعية لشركاتهم، كما يبرز تزايد الإجراءات الاجتماعية والبيئية المسجلة في عام 2022، حيث تضاعف عدد رواد الأعمال الذين طبقوا هذه الإجراءات في عام 2022 مقارنة بالعام السابق بينما ارتفع عدد مالكي الشركات القائمة ممن يندرجون في خانة إمكانية تطبيق هذه التدابير بأكثر من 4.5 مرات. وتسلط هذه النتائج الضوء على الفرص المتاحة لمعالجة المشكلات الاجتماعية والبيئية، إلى جانب المسؤولية التي يأخذها رواد الأعمال.

الشكل 09: السلوك البيئي والاجتماعي بين رواد الأعمال ومالكي الشركات في السعودية 2021/2022



المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022

سجل التقرير إجماعاً بين الخبراء على حقيقة أن الشركات الجديدة والناشئة تمنح الأولوية لمساهمتها الاجتماعية على حساب توفير الأرباح، إلى جانب التركيز على دمج مبادئ المسؤولية الاجتماعية في عملياتها التجارية - الشكل 13-، كما يشير أحد المؤشرات المماثلة إلى وجود مستوى اهتمام متوسط بين المستثمرين بتمويل الشركات الجديدة التي تركز على المسؤولية الاجتماعية. ويوضح التقرير انخفاض مستوى اعتماد الممارسات التي تراعي البيئة في الشركات الجديدة والمتنامية، وأجمع الخبراء على وجود قوانين محددة تطبقها الحكومة الوطنية لدعم الشركات الناشئة التي تركز على الاستدامة، إلى جانب تقديم المنح والامتيازات الخاصة لهذه الشركات وخفض الضرائب المترتبة عليها، وتنعكس نتائج التقرير أيضاً توجه الحكومة السعودية نحو تطبيق تدابير مخصصة لمنح الشركات التي تركز على الاستدامة مكافآت مجزية، إضافة إلى وضع تشريعات تدعم الشركات الناشئة في هذا الصدد.

الشكل 10: تصورات الخبراء في السعودية حول الابعاد الاجتماعية والبيئية لعام 2022



المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022

5.4. سمات تأثير ريادة الاعمال وملكية الشركات القائمة:

يشكل توفير الوظائف إحدى أبرز نتائج النشاط الريادي والمسؤولية الاجتماعية التي ينطوي عليها، حيث تمثل الشركات الصغيرة ومتناهية الصغر في جميع دول العالم نسبة كبيرة من إجمالي النشاط الريادي. وبالتالي، شهدت نسبة منخفضة 6.8% من رواد الأعمال في السعودية توظيف أكثر من 20 موظفًا في شركاتهم، وقد يعزى ذلك إلى كون هذه الشركات ناشئة في بداياتها أو أنها لم تكن تتمتع بالجاهزية الكافية لتوظيف عدد كبير من الأشخاص. كما وظف عدد قليل من مالكي الشركات القائمة العدد نفسه من الموظفين 5.8%.

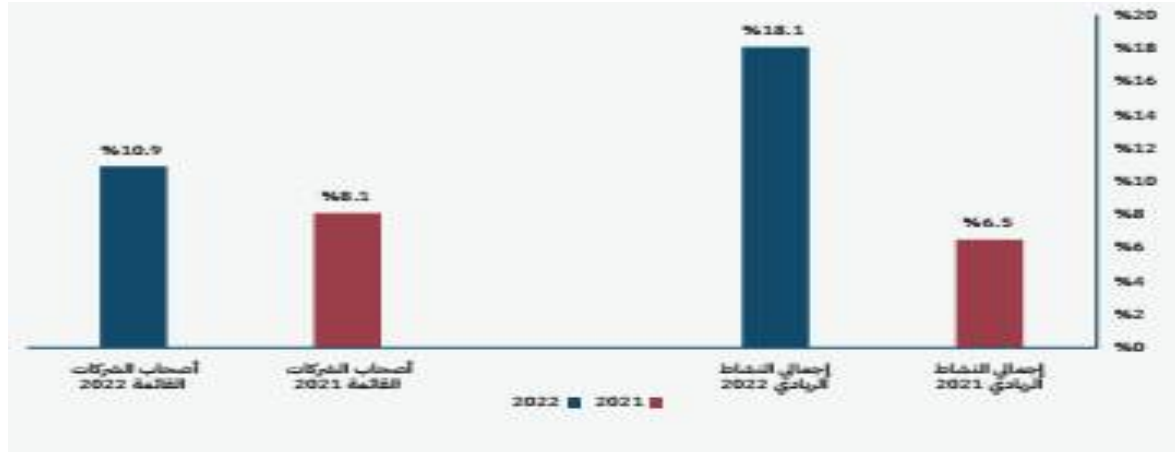
الشكل رقم 11: نسبة رواد الاعمال ومالكي الشركات القائمة في السعودية ممن يوظفون أكثر من 06 اشخاص حاليا بين 2022/2021



المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022.

تساهم التطورات التقنية والقوانين العالمية والتحول الرقمي للعديد من الأعمال في تمكين عدد أكبر من الشركات في بعض القطاعات من توفير خدماتها أو بيع منتجاتها على الصعيدين المحلي والعالمي. ورغم وجود عدد أقل من رواد الأعمال ومالكي الشركات القائمة في السعودية ممن يعتمدون الاستثمارات العالمية، إلا أن عددهم ارتفع في عام 2022 مع وجود زيادة بواقع ثلاث مرات في المبيعات العالمية لدى رواد الأعمال وأكثر من الثلث لمالكي الشركات القائمة على هذا المؤشر.

الشكل رقم 12: نطاق السوق العالمية لرواد الاعمال ومالكي الشركات القائمة في السعودية بين 2021/2022

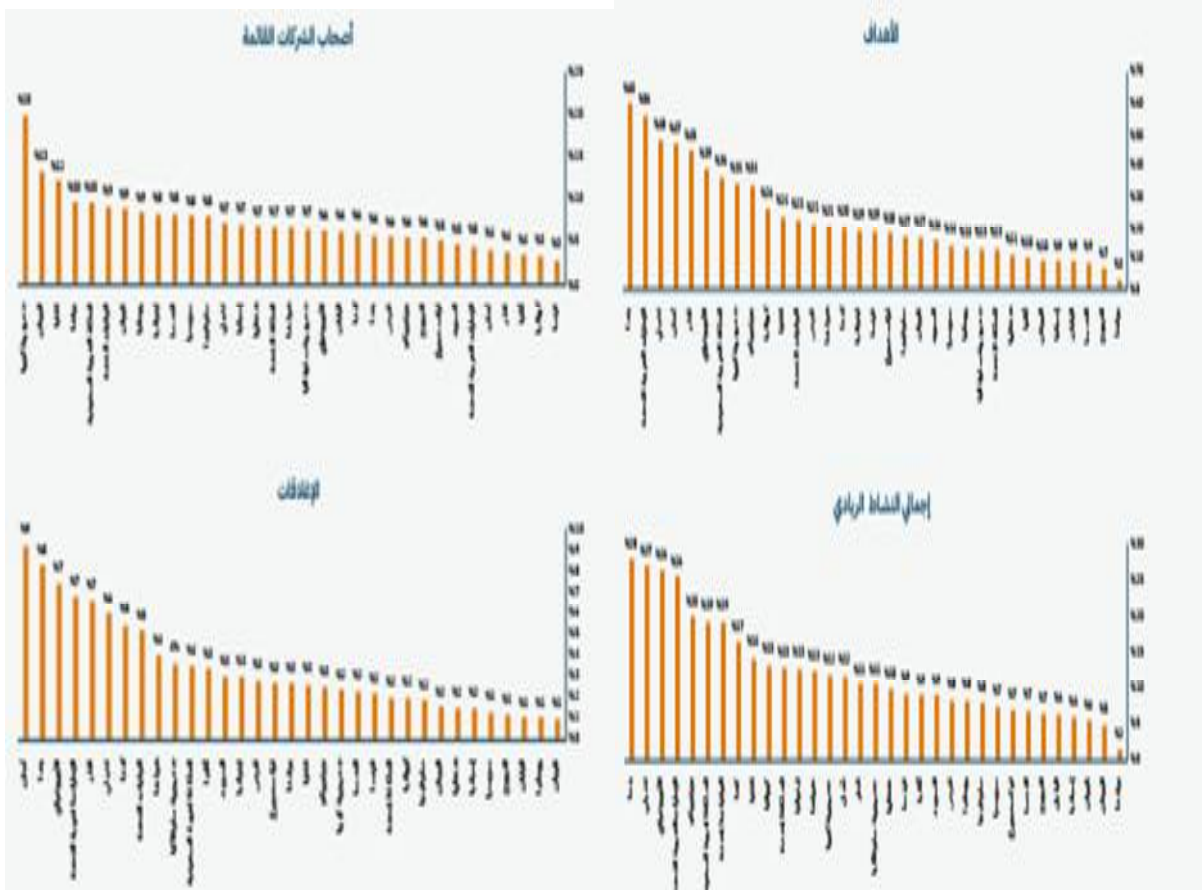


المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022

6.4. مراحل ريادة الأعمال:

المقارنة مع الاقتصادات الأخرى عالية الدخل، حظيت السعودية بأدنى مستويات الأهداف الريادية في عام 2021، حيث سجلت نسبة 23% بعدما كانت 33% في عام 2020. وارتفعت هذه النسبة بواقع 57% في عام 2022 بالمقارنة مع العام الذي سبقه -الشكل 22-، وهو ما يوضح تغير آفاق المملكة في مجال ريادة الأعمال. ويكشف هذا التوجه نجاح المبادرات والسياسات الحكومية في الحد من تداعيات جائحة كوفيد-19 على قطاع الأعمال، كما يعكس بدوره مستوى المرونة العالي لقطاع ريادة الأعمال في مواجهة الظروف العصيبة خلال الأزمة الصحية العالمية. وسجلت معدلات ريادة الأعمال ملحوظ ووفق منحى تصاعدي مستويات عالية بشكل في المملكة، وذلك بالتساوي مع الولايات المتحدة.

الشكل 13: مراحل ريادة الأعمال في 29 من الاقتصادات عالية الدخل لعام 2022



المصدر: تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال في السعودية بين عامي 2016 و2022

إن أبرز التحديات التي تواجه رواد الأعمال نحو تحقيق "رؤية السعودية 2030" هي مواكبة التغييرات المستمرة في الأجهزة الحكومية المرتبطة بها سواءً المشرعة أو المنفذة، حيث أوضحت شركة "بياك" إن "حوالي 80% من الشركات في هذا القطاع منشآت متناهية الصغر لا تتجاوز مبيعاتها 3 ملايين ريال، وبالتالي تكون بحاجة إلى موارد إضافية أو وقت أكثر بكثير من الأحيان للالتزام بالأنظمة الجديدة أو المحدثات أو المعوقات، فقد تختلف حسب القطاع والمنافسة فيه، إنما أبرزها صعوبة توفير الكفاءات المحلية بالرواتب التي تتناسب مع حجم وإمكانية هذه الشركات، بالتوازي مع جعل هذه الكفاءات تستمر معها لفترة أطول، فضلاً عن القدرة على منافسة الشركات الأكبر حجماً".

تستطيع المملكة العربية السعودية الاستفادة من قدرات رواد الأعمال الشباب، وتشجعهم على إنشاء المزيد من الشركات الناشئة، فالدولة بالفعل تمتلك العديد المقومات البشرية والمادية والشراكات الدولية الناجحة التي إذا استخدمتها بشكل ممنهج تستطيع أن تجعل من أصحاب المشاريع الناشئة ركيزة أساسية يمكن من خلالها المضي قدماً بل الإسراع في تحقيق "رؤية السعودية 2030"، لتتحول المملكة خلال سنوات معدودة لمركز عالمي رئيسي لجذب المشاريع الناشئة.

6. قائمة المراجع:

1. Bhandari, G. Bliemel, M. Harold, A. & Hassanein, Kh, "Flexibility in E-BusinessStrategy: A Requirement for Success", Global Journal of flexible SystemsManagement , Vol.5, No. 2 & 3: 2004
2. Bostjan , Antoncie, 2005, "Risk tacking in intra preneurship translating theindividual level risk aversion in to the or Janizational Risk Tacking", JournalOf Entreprising culture, vol no.1
3. Coven ,J. G. and. And Wales W. J. The Measurement of EntrepreneurialOrientation. Entrepreneurship theory and practice , [e-journal] published online.Available through: willey onlione Library [Accessed2 November 2011]
4. OECD. (1996).The Knowledge- based Economy. paris: Organization forEconomic Cooperation and Development.
5. World Bank Research. (2009).Building Knowledge Economics. (M. A. Taha, Ed.)Cairo: University Book House
6. Coven ,J. G. and. And Wales W. J. The Measurement of Entrepreneurial Orientation. Entrepreneurship theory and practice , [e- journal] published online. Available through: willey onlione Library [Accessed2 November 2011].PP :10-11.
7. Ulrich Kaiser .(2009) .A primer in entreprneurshippr .full simeste ،cours series .university of zugrib
8. Michael E Porter, " Competitive Advantage: Creating and Sutaining Superior Performance ", 1998.P :125.
9. Chen, D., & Dahlman, C. (2006). THE KNOWLEDGE ECONOMY. THE KAM METHODOLOGY AND WORLD BANK OPERATIONS, p. 42.
9. WIPO. (2021). World Intellectual Property Indicators. Switzerland: P.O.world bank .)2013(.The Four Pillars of The Knowledge Economy .world bank group,website: <https://web.worldbank.org>(consulté le 03/02/2022)
10. -كنزة تنيو، ومحمد دهان. 2019 دور الاقتصاد الرقمي في تحقيق جودة الحياة: دراسة مقارنة بين الجزائر والامارات. مجلة الاستراتيجية والتنمية، 94، صفحة 367.
- يعي شرقي، توجهات دول الخليج نحو الاقتصاد الرقمي- دراسة حالة تجارب بعض دول المنطقة.- مجلة المحاسبة التدقيق والمالية، 2021
11. خلف حسين فليح. (2007)، اقتصاد المعرفة. عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
12. أحمد المغربي2008، الإبداع الإداري في القرن الحادي والعشرين، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، .
13. -إطلاق نتائج «مؤشر المعرفة العالمي 2021» في إكسبو دبي-<https://www.undp.org/ar/arab-states/press-releases/atlaq-ntayj-mwshr>almrft-alalmy-2021-fy-aksbw-dby
14. البنك الدولي. ((2020الانفاق العام على التعليم، الاجمالي من الانفاق الحكومي. تم الاسترداد بتاريخ29/01/2022

دور القيادة الريادية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة لدى المؤسسات الناشئة

The role of entrepreneurial leadership in enhancing the organization's competitive advantage among emerging enterprises

باتول نهائي¹، فاطمة حساني²

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

ملخص: تناولت هذه المداخلة القيادة الريادية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الناشئة كمدخل من مداخل ريادة الأعمال، فالمؤسسات الناشئة تعد من الاهتمامات الحديثة والفعالة التي تساهم في تنمية الاقتصاد، مما صنف القيادة الريادية من أهم العمليات التي اهتمت بها المؤسسات حيث أن المشاكل والعقبات التي تعيق المؤسسات الناشئة عادة ما تتعلق بالتنظيم والتسيير الداخلي لها وهذا راجع لضعف عنصر الخبرة فيها، فالقيادة الريادية تعتبر مدخل جديد في الإدارة الاستراتيجية، حيث تساعد هذه الأخيرة على الاستجابة والتعامل بشكل سليم مع التغيرات البيئية الداخلية منها والخارجية. ومن مميزات القادة الرياديين قدرتهم على التعرف على الجديد وتقديم الأفضل والتطلع للمستقبل ما يجعلهم سابقين في حيازة الميزة التنافسية في مجالهم والتي أصبحت عنصرا حتميا لضمان كفاءة وبقاء المؤسسة وحصولها على منفعة أكيدة لفترة من الزمن عن طريق إتباعها لاستراتيجية ريادية. اعتمدت الدراسة على المقابلة المفتوحة مع صاحبة المؤسسة الناشئة والرائدة في مجالها على مستوى الولاية الجللفة lady's just for woman، وهي عبارة عن محل مأكولات خفيفة ومقهي مخصصة للنساء فقط.

الكلمات المفتاحية: الريادة، القيادة الريادية، المؤسسات الناشئة، الميزة التنافسية.

Abstract: This study took Entrepreneurial Leadership and it's role to reinforce Competitive Advantage on Start-Ups as one of entrances of Leadership, Start-Ups considered one of newest interests that helps on economic development, whereas problems and hurdles that hampers Start-ups are internal organization, and Entrepreneurial Leadership is a new path on strategic management, it helps on good handling the internal and external changes. Entrepreneurial leaders can define what's new, provide the best, and look forward the future which makes them superiors on earning the Competitive advantage something that became an inevitable component that unsure farm stability. This study works on interviewing the Start-up and leader owner "lady's just for woman", it is a fast-food corner for woman only.

Key Words: Competitive Advantage, Entrepreneurial Leadership, Start-Ups.

1. مقدمة:

ظهر مصطلح التنافسية في عهد الرئيس الأمريكي ريجان RIGAN حيث قام بتكوين لجنة للبحث في تنافسية الصناعات الأمريكية بعد تدهور قدرتها التنافسية أمام نظيراتها في اليابان، من ثم أنشأ مجلس للسياسة التنافسية الأمريكية، ومع التطور في الاقتصاد العالمي والتطور التكنولوجي بات مفهوم التنافسية بين المؤسسات أمراً حتمياً ومن ثم تبعه مبدأ الميزة التنافسية الذي يمثل هدفاً استراتيجياً تطمح المؤسسات الاقتصادية لتحقيقه، قصد البقاء والنمو والتوسع في السوق.

وقد تم التركيز في السنوات الأخيرة على التوجه نحو المؤسسات الناشئة لما لها من دور إنعاش وإحياء اقتصاد الدول، وحسب ستيف بلانك فإن المؤسسات الناشئة تعمل على التأثير على السوق الذي تود التواجد فيه مما زاد من حدة المنافسة، وزاد التركيز على مبدأ التميز.

ونظراً لأهمية السيطرة على السوق أمام المنافسين، وفي خضم التطور السريع في مجال ريادة الأعمال أصبح من الضروري إدراج مبدأ الميزة التنافسية والاستثمار فيه عبر الاستثمار في الموارد البشرية، المادية، المالية، والتكنولوجية داخل المؤسسة. وعليه تركز دراستنا على طرح الإشكالية التالية: ما دور القيادة الريادية في تعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسات الناشئة؟ وتنبثق منها التساؤلات التالية:

- ما المقصود بالقيادة الريادية؟ وما هي معاييرها؟

- ما مدى تبني المؤسسات الناشئة للقيادة الريادية؟

- هل تكسب القيادة الريادية ميزة تنافسية للمؤسسة الناشئة محل الدراسة؟

1.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الحالية إلى:

- توضيح دور القيادة الريادية وكيفية استثمارها من قبل المؤسسات الناشئة.
 - تقديم تصور يمكن أن يساهم في تحقيق النجاح الاستراتيجي في مجال ريادة الأعمال.
 - محاولة استعراض أهم الأسس النظرية والمعرفية حول القيادة الريادية واستراتيجيات الميزة التنافسية.
- 2.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في:

• المساهمة في زيادة الوعي وحسن استخدام الاستراتيجيات التسويقية في مجال ريادة الأعمال لتحسين أداء المؤسسات الناشئة.

• بلورة فكرة تبني القيادة الريادية في المؤسسات الناشئة، باعتبارها أحد المداخل القيادية الحديثة.

• الاستفادة من النتائج والتوصيات العلمية التي قد تساهم في إحداث التغيير والتطوير الريادي في المؤسسات الناشئة.

3.1. حدود الدراسة:

- الزمانية: تحدد هذه الدراسة بالفترة ما بين 28 أبريل و24 ماي.

- المكانية: تمت الدراسة مع محل lady's المتواجد بالجلفة.

2. الريادة (entrepreneurship):

هي عملية القيام بأنشطة مميزة وفريدة بغية تلبية احتياجات الأعمال والزبائن، عن طريق البحث عن الفرص واستغلالها بطريقة سباق مع تحمل المخاطر المحتملة لتحقيق الأرباح، الريادة تقوم على الإبداع، الإنتاجية، العمل والنمو الاقتصادي (hitt et al., 2007, 5).

1.2. أنواع الريادة: نعرضها فيما يلي:

الشكل (01): أنواع الريادة



المصدر: (الحدراوي، 2010، ص 21)

2.2. ريادة الأعمال:

عرف الاتحاد الأوروبي ريادة الأعمال سنة 2003 بأنها الأفكار والأساليب التي تسمح بابتكار وتطوير أنشطة ما بالاعتماد على الابداع والفعالية في التسيير، سواء على مستوى مؤسسة حديثة أو قائمة (عبد السلام وآخرون، 2017، ص 35).

3. القيادة الريادية:

تعرف القيادة الريادية بأنها أسلوب مبني على رؤى مستقبلية واضحة المسار تعمل على تحقيق قيمة. استراتيجية للمؤسسة، يتمتع القائد الريادي بمهارة التنبؤ بالفرص المتاحة ويسعى لاغتنامها، كما تعمل على تعزيز نقاط القوة الداخلية والاستفادة منها لتدعيم بيئة العمل الخارجية. (usof, mohammad and mohd, 2012, 92).

1.3. أبعاد القيادة الريادية: يقسمها (Mishra and Misra, 2017, 73) إلى ثلاثة أبعاد وهي:

الشكل (02): أبعاد القيادة الريادية



- الاكتشاف الموجه: قدرة القائد على تحديد مسار مستقبلي واضح للمؤسسة من خلال رصد الفرص والتهديدات وخوض التحديات والاستثمار فيها، مع تحمل المخاطر المحتملة.
 - تكامل التنافسية: حسن استغلال جميع الموارد المادية منها والبشرية لتحقيق الأهداف التنظيمية للمؤسسة.
 - بناء ساحة تنافسية: يعمل القائد الريادي على خلق أساليب عمل جديدة متميزة وتنافسية.
- 2.3. خصائص القيادة الريادية:

تتميز القيادة الريادية بالعديد من الخصائص من أهمها حسب (styron, 2015, 60)

- قيادة توجيهية إرشادية: من خلال تنمية العامل البشري في المؤسسة وتطويره.
- قيادة ديمقراطية: بالاعتماد على نموذج صنع القرار المشترك.
- قيادة خدمية: تعتمد أساسا على خدمة الآخرين.
- قيادة موقفيه: يتم وضع خطة عمل إجرائية وفقا للوضع الحالي للمؤسسة.
- قيادة تحويلية: القائد الريادي والقائد التحويلي يتفوقون في الأخذ بعين الاعتبار احتياجات العاملين والعمل على تعزيز دافعيتهم الداخلية، ما يساهم في تحقيق النجاح والتغيير التنظيمي.
- قيادة خيالية قائمة على رؤى وتصورات مستقبلية: تبني رؤية مستقبلية استراتيجية قادرة على الخوض نحو الاقتصاد المعرفي.

- قيادة تلقائية انتمائية: القيادة على أساس أن الأفراد هم الجزء الأكثر أهمية في المؤسسة.

- قيادة إجرائية: القائد الريادي يركز على تنمية قدرات الافراد داخل المؤسسة.

4. الميزة التنافسية:

- إن نجاح مؤسسات الاعمال يستند على قدرتها على البروز والتألق في مضمارها التنافسي (د.جيمس، شيرمان، 2007، 59) عرف مايكل بورتر (micheal porter) الميزة التنافسية " تظهر الميزة التنافسية فور توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع" (عتيقة حرايرية، 2015، ص 75).

1.4. الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية في المؤسسة:

هناك عدة أساليب تحقق بها المؤسسة الميزة التنافسية نذكر منها (أحمد بن خيرة، بن النذير، 2019، ص 78، 77):

- التكلفة الأقل: هي قدرة المؤسسة على تصميم، إنتاج وتسويق منتج أو خدمة بتكلفة أقل مقارنة بالمؤسسات المنافسة، وذلك باستخدام سلسلة القيمة للمؤسسة.
- تمييز المنتج: من خلال تقديم منتج أو خدمة مميزة وذات قيمة عالية بالنسبة للمستهلك، يتم ذلك باعتماد أنشطة حلقة القيمة وتوظيف الكفاءات المادية والبشرية للمؤسسة.
- ميزة تمييز المنتج وبتكلفة أقل: يجمع هذا الأسلوب بين العنصرين السابقين، من خلال عرض منتج أو خدمة متميزة بأقل تكلفة.
- الإبداع: نظرا للتغيرات والتطورات المتسارعة في بيئة العمل تحتم على المؤسسات الابداع في الإنتاج وفي الأفكار.
- الاستجابة: بالاعتماد على سرعة الاستجابة والمرونة في الأداء.
- المعرفة: تعتبر المورد الاستراتيجي الأكثر أهمية في المؤسسة التي تسمح بامتلاك المزايا التنافسية أكثر من المنافسين.

- اختصار الوقت: العمل على تحقيق الميزة التنافسية استنادا على تخفيض عنصر الوقت لصالح الزبون.
 - المرونة: أصبحت المرونة أحد المزايا التنافسية الحاسمة بعد أن أصبح الانتاج يتم وفقا للطلب.
 - الجودة: وهي خصائص يحددها الزبون وفقا لتوقعاته.
5. المؤسسات الناشئة:

المؤسسات الناشئة أو start-up هو مصطلح يطلق على الشركات حديثة النشأة، تتميز بفكرة جديدة ومبتكرة ولها فرص كبيرة للنمو والازدهار في فترة وجيزة.

ويمكن تعريف المؤسسات الناشئة على أنها المؤسسات التي تطرح أو تسوق لمنتج جديد أو خدمة مبتكرة وتستهدف بها سوق كبير، دون مراعاة حجم المؤسسة أو مجال نشاطها، كمت أنها تتميز بدرجة مخاطرة عالية مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع، وأرباح ضخمة في حال نجاحها (بوالشعور، 2018، ص420).

1.5. أهداف المؤسسات الناشئة:

تصب أهداف المؤسسات الناشئة عامة في إيجاد نموذج ربحي يحقق الطموح نذكر منها ما يلي (زين، 2013/2014، ص04،05):

- تعظيم مبدئ المبادرة الفردية والجماعية وإعادة إحياء نشاطات تم التخلي عنها.
- خلق فرص عمل جديدة بطريقة غير مباشرة من خلال. التعاون مع أشخاص آخرين.
- ترقية الثروة المحلية.
- تمكين فئات أخرى ذات أفكار استثمارية مربحة.

6. الجانب التطبيقي للدراسة:

1.6. دراسة الحالة:

تم إجراء مقابلة مفتوحة مع السيدة صاحبة محل lady's just for women للحلويات والأكل السريع بالجلفة تأسست سنة 2015، وهي مؤسسة ناشئة، تعتبر رائدة في مجالها على مستوى ولاية الجلفة، وذلك بهدف التعرف على أساليب القيادة الريادية الأكثر نجاعة وفعالية لتعزيز الميزة التنافسية لدى المؤسسات الناشئة.

2.6. الأهداف الأساسية للمقابلة:

- معرفة مدى تبني المؤسسة للقيادة الريادية؛
- التعرف على أهم أساليب القيادة الريادية التي تحقق الميزة التنافسية في المؤسسة.

3.6. عرض نتائج المقابلة:

تم وضع جدول وتم تقسيمه إلى ثلاثة أجزاء، حيث تم التطرق في الجزء الأول إلى محاور المقابلة، والجزء الثاني خصص لعبارات الأسئلة في كل محور، أما الجزء الثالث خصص للإجابات عن الأسئلة.

المحاور	العبارات	الإجابة
المحور الأول: التعريف بالمؤسسة	فكرة المشروع من أين أتت؟	بداية كنت أمتلك ميولات لكل ما هو متعلق بالطبخ والأكل الخفيف، وكنت عندما أخرج مع صديقاتي أتمنى لو كان هناك أماكن مخصصة للنساء فقط نستطيع أن نجلس فيها ونأكل، وبما أنني ماهرة في الطبخ قامت صديقاتي بتشجيعي على المغامرة وتطبيق الفكرة.
	هل الفكرة جديدة كلياً أم موجودة	الفكرة موجودة لكن الاختلاف يكمن في السوق المستهدفة وشريحة

المستهلكين المستهدفين، فمحلات الأكل الخفيف والكافيات موجودة وتستطيع النساء الولوج لها لكن هنا هي مخصصة للنساء فقط، حتى تكون أكثر أريحية وأكثر استمتاعا بوجبتها.	ومحسنة؟	
كانت هناك عدة محاولات على مستوى الولاية ولكن لم تستمر كلها، مع ذلك يوجد هناك بعض المؤسسات الناشئة التي تعمل من المنزل وتوفر خدمة التوصيل.	هل لديكم منافسين في السوق؟	
نحن نعمل دائما على أن نقدم الأفضل في مجالنا سواء بالنسبة للجودة في أطباقنا، أو بالنسبة لسياستنا الداخلية فهذا ينعكس أيضا على أداء المؤسسة ويسمح لها بتحقيق الميزة التنافسية.	ما الاستراتيجيات التي تتبعونها لضمان البقاء والاستمرارية في خضم المنافسات السائدة؟	المحور الثاني: استراتيجيات المنافسة والميزة التنافسية
نحن نركز بشكل كبير على عنصر التميز والابداع في عملنا، سواء في عناصر المزيج التسويقي أو في مجال استخدام التكنولوجيا.	ما هي الأساليب التي تعتمدون عليها لتحقيق الميزة التنافسية؟	
لبقاء مؤسستنا في الريادة نعمل دائما على تطوير الأسلوب الريادي والاعتماد على أحدث النشاطات الريادية لبناء مركز مناسب في السوق.	ما هي استراتيجيات الحفاظ على الميزة التنافسية التي تعتمدونها؟	
يجب على المؤسسة الناشئة العمل على بناء سمعة جيدة وكسب ثقة العميل مع تعزيز مكانة العلامة التجارية بين المنافسين.	ما هي الخصائص المميزة لبقاء وتطور المؤسسات الناشئة في نظركم؟	
الفرص المتاحة في وقتنا الحالي تكمن في شبكة الانترنت لما وفرته من معايير تنافسية جديدة سمحت للمؤسسات الناشئة بالظهور التميز في وقت قياسي والقدرة على منافسة كبار المؤسسات.	ماهي الفرص المتاحة أمام المؤسسات الناشئة للنجاح والتميز؟	المحور الثالث: واقع وتحديات المؤسسات الناشئة
البقاء في حد ذاته يعتبر نجاح بالنسبة للمؤسسات الناشئة ومن ثم العمل على النمو لتحقيق الميزة التنافسية	ماهي التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة في ظل المنافسة الفكرية السائدة؟	
نعم فنحن نعمل على استراتيجياتنا التنافسية بناء على الإبداع والابتكار بأنواعه، البحث، المطور والابتكار بالتملك.	هل ترون أن مؤسستكم رائدة في مجالها؟	
مؤسستنا تقوم على مبدأ القيادة الريادية، والتي تركز بدورها على الإبداع التنظيمي الذي يعود بمردودية أكثر إيجابية، فيتم العمل على ثلاثة عناصر: الاستمرارية، التأقلم والتطور.	يعد الإبداع من أهم العناصر التي يركز عليها القائد الريادي، كما يعتبر أحد أسس بناء الميزة التنافسية، فماذا يمثل الإبداع بالنسبة لمؤسستكم؟	المحور الرابع: الريادة والقيادة الريادية
يجب توفر بعض الصفات في القائد الريادي أهمها القدرة على الابتكار، البحث عن الفرص واستغلالها، والقدرة على تحمل المخاطر إذا توفرت فنحن في الطريق الصحيح.	ماهي معايير قياس أداء القائد الريادي لديكم؟	
المخاطر التي يتحملها القائد الريادي تكمن في اختياره للفكرة التي تقوم عنها المؤسسة في حد ذاتها واختياره لأفراد فريقه.	ماهي المخاطر التي يتحملها القائد الريادي في المؤسسات الناشئة؟	
نعم، أولها وكأي مؤسسة ناشئة كان التمويل، وكذلك الإشاعات السلبية التي كنا نواجهها في البدايات بحكم أنها فكرة جديدة على مجتمعنا.	هل واجهتكم صعوبات من داخل البيئة التي تعملون بها؟	المحور الخامس: الصعوبات والأفاق المستقبلية
افتتاح فروع جديدة في ولايات أخرى.	أين ترون مؤسستكم بعد خمس سنوات؟	
نعم، بالطبع فهو خطوة مهمة ومثمرة لبناء قاعدة زبائن متينة وتحقيق ميزة تنافسية صامدة.	هل تشجعون المؤسسات الناشئة على تبني مبدأ القيادة الريادية؟	

4.6. نتائج الدراسة:

- ✓ المؤسسات الناشئة الريادية تمتلك مجموعة من الإمكانيات والقدرات التسويقية التي تتضمن الفهم المتميز لحاجات الزبائن، اتجاهات الأسواق ومتطلبات تحقيق الميزة التنافسية؛
- ✓ المؤسسات الريادية هي التي تقترب من زبائنها من خلال التمايز في المنتجات والخدمات التي تقدمها بالمقارنة مع ما تقدمه المنافسون؛
- ✓ يعد الإبداع باعتباره أحد أبعاد القيادة الريادية سر من أسرار تحقيق الميزة التنافسية؛
- ✓ هناك استجابة لدى الأفراد بضرورة صياغة استراتيجية ريادية كسلوك قيادي ريادي للولوج إلى ميدان التنافس والحصول على موقع متميز بين المنافسين؛
- ✓ إن القيادة الريادية في المؤسسات الناشئة تبرز عندما تقوم المؤسسة بتقديم منتج أو خدمة في السوق، حيث تكون المخاطرة مرتفعة؛
- ✓ ترى المؤسسات الناشئة أن القيادة الريادية وظيفة محورية وجوهرية في المنظمة، هذه الوظيفة تشمل الإبداع والابتكار، ما يساهم في التميز بين المنافسين؛
- ✓ إن المؤسسات الناشئة الذين يمارسون أبعاد القيادة الريادية، الإبداع، المبادرة وتحمل المخاطر، يملكون القدرة على بناء استراتيجيات التميز والتفرد في أعمالهم؛
- ✓ تساهم القيادة الريادية في تعزيز قدرة المؤسسات الناشئة على مواكبة التطورات التكنولوجية بجميع أنواعها؛
- ✓ تمكن القيادة الريادية المؤسسات الناشئة من الخروج من إطار منافستها، فلا تتنافس مع نظيراتها المحلية فحسب وإنما تسعى للمنافسة في نطاق أوسع؛
- ✓ إن نجاح القيادة الريادية لا يعتمد فقط على سلوكيات القائد، بل أيضا على خصائص أتباعه والخصائص البيئية والتنظيمية حوله.

7. خاتمة:

من أهم العوامل التي تحسن القدرة التنافسية في المؤسسات الناشئة هي إدارة الجودة الشاملة التي تقوم أساسا على تضافر جهود العاملين والتحسين المستمر للمنتج أو الخدمة المقدمة، والقيادة الريادية تساعد في تحقيق ذلك، من خلال التحفيز على خلق التماسك والتعاون بين العاملين والابتكار ما يمكن المؤسسة من بناء ساحة تنافسية صلبة، إذ يمكن للإدارة العليا من إحداث تطورات فعالة مبنية على المعلومات المحدثة بشكل مستمر لاتخاذ القرارات البناءة التي ترفع من أداء المؤسسة وتكافؤها بتحقيق ميزة تنافسية على مدى أطول.

التوصيات:

- التحكم والتركيز في التكنولوجيا أكثر والاتصال والاستفادة منها خاصة وأن ساحة المنافسة في مجال المؤسسات الناشئة يعتبر خصب؛
- مشاركة العمال في اتخاذ القرارات ما يسمح بتنوع الأفكار والمعلومات ويفتح المجال للإبداع والابتكار، فالمعلومات تعتبر سلاحا رئيسيا لغزو البيئة التنافسية؛
- التركيز أكثر على اليقظة التنافسية، أي الامام بالاستراتيجيات التسويقية والتجارية، التكنولوجيا المستخدمة من طرف المنافسين والاستعانة بها في صياغة الاستراتيجية التنافسية؛

- محاولة تطوير خصائص أتباع القائد الريادي والطبيعة البيئية والتنظيمية حوله؛
- محاولة غرز آليات التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية كأداة من أدوات القيادة الريادية من خلال الاهتمام بالحوافز المعنوية والبناء العقلي والفكري والمعرفي للموظفين.

8. قائمة المراجع:

1. Hitt, Michael A, Hoskisson E. Robert, Irland,R, (2007), "Management of Strategy: Concept and Cases, South-western, 1st ed, New York.
2. المايل عبد السلام محمد والشريحي، عادل محمد، (2017). "التحديات والمعوقات التي تواجه زيادة الأعمال" مؤتمر زيادة الأعمال في ليبيا، المنعقد في 11 و12 نوفمبر، سوسة، ليبيا.
3. الحدراوي حامد كريم، الريادة الاستراتيجية ودورها في صياغة استراتيجية التسويق الريادي في منظمات الاعمال، دراسة تطبيقية في معمل بببسي الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 12، العدد 04، 2010.
4. Mohary yusof, Mohammad Siddiq, saeed and Mohd Nor, Lilanie, (2012). "Internal Factor of Academic Entrepreneurship: the case of four Malaysia public research Universities, Journal of Entrepreneurship Management and Innovation JEMI, Vol.8, N°01.
5. Miskra, P., Misra, R.K, (2017). Entrepreneurial Leadership and Organizational Effectiveness: a comparative study of executive and non-executive. Procedia Computer Science, Vol.122.
6. Styron,R.A, (2015), Fostering Innovation in Higher Education through Entrepreneurial Leadership. In Proceeding from the 13th International Conference on Education and Information Systems, Technologies and Applications: EISTA.
7. دانييل جيمس راولي، هيربيرت شيرمان، من التخطيط إلى التغيير: تطبيق الخطة على مستوى التعليم العالي، العدد 31، العبيكان مكتبات ونشر، الرياض، 2007.
8. عتيقة حرارية، الميزة التنافسية، العدد 06، مخبر علم اجتماع المنظمات والمناجمنت، 2015.
9. أحمد بن خيرة، بن النذير، تنمية الموارد البشرية كمصدر لتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 38، جامعة البليدة 02، 2019.
10. أبو الشعور شريفة، دور حاضنات الاعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: دراسة حالة startup الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04، سكيكدة، 2018.

التجربة الإماراتية في دعم ريادة الأعمال بالمنظمات

The Emirati experience in supporting entrepreneurship in organizations

وهيبة عيساوي¹،

¹ المديرية الجهوية للميزانية ببيشار (الجزائر)

ملخص: إن الانتقال من الاقتصاد التقليدي، إلى الإقتصاد المعرفي القائم على المعرفة، الإبداع والابتكار، فرض على الدول وحكوماتها إتباع سياسات تسمح بخلق بيئة ومناخ مناسب يشجع لبناء اقتصاد معرفي، ودولة الإمارات العربية المتحدة واحدة من الدول التي ساربت هذا الركب، بتبني مجموعة من السياسات الداعمة لريادة الأعمال فحواها تشجيع الابتكار والإبداع، تحفيز ريادة الأعمال، بناء منظومة متكاملة لدعم واحتضان المشاريع الريادية ودعم وتمكين قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، الاقتصاد التقليدي، الاقتصاد المعرفي، الابتكار، المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

Abstract: The transition from the traditional economy to a knowledge economy based on knowledge, creativity and innovation forced countries and their governments to follow policies that allow creating a suitable environment and climate that encourages the building of a knowledge economy, and the United Arab Emirates is one of the countries that followed this path by adopting a set of policies that support pioneers. Business aims to encourage innovation and creativity, stimulate entrepreneurship, build an integrated system to support and incubate entrepreneurial projects and support and empower the small and medium enterprises sector.

Keywords: Entrepreneurship, traditional economy, knowledge economy, innovation, small and medium enterprises.

1. مقدمة:

فرضت الظروف العالمية كالعولمة وتحرير التجارة الخارجية وانتشار الشركات العابرة للقارات، المنافسة المتزايدة بين الشركات والتغيير التكنولوجي السريع، تغيير وسائل الإنتاج التقليدية بوسائل أخرى جديدة تتمثل في المعرفة والإبداع والابتكار أي الانتقال من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد المعرفي، مساهمة لهذه التغيرات ومواكبة للتطورات، تقوم الشركات على مستواها باستقطاب موارد بشرية أكثر قدرة على التطوير والتحديث، الإبداع والابتكار، و الدول وحكوماتها، على تغيير سياساتها بإتباع سياسات تمكنها من الانتقال باقتصادياتها إلى الاقتصاد المعرفي القائم على المعرفة من خلال تبني مجموعة من الاستراتيجيات والتدابير، هذه التدابير والإجراءات تبنتها أغلب الدول، وبدرجات متفاوتة، ودولة الإمارات العربية المتحدة على سبيل المثال اتبعت هذا النهج واستطاعت أن تحتل المرتبة الأولى إقليمياً والرابعة عالمياً في المؤشر العالمي لريادة الأعمال 2020 بحسب التقرير الصادر عن المرصد العالمي لريادة الأعمال، مما يجعلنا نطرح السؤال، ما هي السياسات التي اتبعتها دولة الإمارات العربية المتحدة لدعم ريادة الأعمال ومكنتها من احتلال هذه المرتبة؟

1.1. إشكالية الدراسة: تحاول هذه الدراسة الخوض في موضوع التجربة الإماراتية في دعم ريادة الأعمال على مستوى تراجمها الوطني، من خلال طرح الإشكالية:

ماهي السياسات التي اتخذتها دولة الإمارات العربية المتحدة لدعم رواد الأعمال بالمنظمات؟

2.1. أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم ريادة الأعمال، أنواع ريادة الأعمال والأهمية المرجوة من تشجيع ودعم ريادة الأعمال بالاقتصاديات الوطنية والتعرف على التجربة الإماراتية في دعم ريادة الأعمال، باعتبارها نموذج ناجح والاستفادة منها.

3.1. خطة الدراسة: لمعالجة الإشكالية المطروحة تم تقسيم الدراسة إلى قسمين رئيسيين، على النحو الآتي:

- الأعمال الريادية: تناول الأعمال الريادية، تم التعرف فيه على مفهوم الريادة وريادة الأعمال، أنواع الأعمال الريادية وأهميتها.
- سياسات دولة الإمارات العربية المتحدة لدعم ريادة الأعمال بالمنظمات: تناول تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة في دعم رواد الأعمال بالمنظمات، تم التعرف فيه على مختلف البرامج والتدابير التي عملت بها هذه الدولة لتدعم ريادة الأعمال بتراجمها.

2. الأعمال الريادية:

1.2. مفهوم الريادة:

مع التطور والتغيير الذي يشهده عالم الإدارة اليوم، أخذت كلمة الريادة Entrepreneurship تحمل في طياتها الكثير من المعاني، وباتت العديد من الكلمات تستخدم كترادفات لهذه اللفظة، وتشير المعاجم والقواميس إلى أن الأصل الفرنسي لكلمة الريادة مشتق في أصله من كلمتين لاتينيتين يقصد بهما في اللغة الإنجليزية Takes Under وفي اللغة العربية تعهد الشيء أو أراذع وطلبه، هذا ما أدى إلى عدم اتفاق الباحثين على تعريف محدد للريادة فهي تستخدم لتعني الإبداع والابتكار والإختراع والإكتشاف أو الشيء الجديد أو الشيء غير المألوف أو المرونة أو التنظيم أو الشيء المليء بالقوة والنشاط أو العمل الخلاق أو تحمل المخاطرة (العاني، 2009، ص 23).¹

الريادة هي عملية إنشاء شيء جديد ذو قيمة، وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطرة المصاحبة، واستقبال المكافئة الناتجة، إنها عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة، هذه الثروة تقدم عن طريق الأفراد الذين يتخذون المخاطر في رؤوس أموالهم، والإلتزام بالتطبيق لكي يضيفوا قيمة إلى بعض المنتجات أو الخدمات. وهذه الخدمات

والمنتجات قد تكون أو لا تكون جديدة أو فريدة، ولكن يجب أن يضيف الريادي لها قيمة من خلال تخصيص الموارد والمهارات الضرورية (العلي، 2009، ص 27)، يعتبر العلماء اليوم بيل قيتس مؤسس شركة مايكروسفت العملاقة نموذجا للريادي لأنه أسس شركة صغيرة وجعلها خلال سنوات عملا كبيرا وناجحا (برنوطي، 2005، ص 26).

2.2. مفهوم ريادة الأعمال: يمكن تعريفها على أنها:

عملية إنشاء منظمة أو منظمات جديدة أو تطوير منظمات قائمة، وهي بالتحديد إنشاء عمل أو أعمال جديدة أو الإستجابة لفرص جديدة عامة (عرفة، 2010، ص 138).

عملية سيرورة خلق وإيجاد شيء ما مختلف ذي قيمة، من خلال التوفر على المشروع والإنخراط فيه، وبذل الجهود والعطاء وتقدير أهمية الوقت والأخذ بعين الإعتبار المخاطر المالية والنفسية والإجتماعية المصاحبة لهذا المشروع من أجل الحصول على مكافآت مالية مجزية وتحقيق الإشباع الشخصي الذاتي، هي القدرة على تعريف وتقييم الفرص، ثم تطوير خطة المشروع المناسبة، ومن تم تحديد الموارد اللازمة أو المطلوبة لبناء وإدارة المشروع المنبثق (مبارك، 2009، ص 129).

3.2. مدارس صفات رائد الأعمال:

لقد ظهرت عدة اتجاهات للتعرف على خصائص وسمات رائد الأعمال الناجح، وهناك العديد من المدارس التي تقدم كل منها مجموعة من الخصائص التي تميز هذه الشخصية منها (شعبان، صفات ومهارات رائد الأعمال) :

- مدرسة السمات: تقوم على فرضية أن رائد الأعمال شخص يمتلك مجموعة من الخصائص الشخصية تمكنه من إدارة المنشأة بنجاح، كما أنه لا يمكن أن تجتمع كل السمات في شخص واحد وإنما هناك اختلاف واسع وكبير بين الأشخاص. ومن أهم هذه السمات الحاجة الشديدة للإنجاز، المنافسة والإبداع والذكاء، القدرة على تحمل المخاطر، القدرة على التفكير الإبداعي، الميل للإستقلالية، القدرة على الضبط الذاتي، العزيمة والإصرار، الثقة بالنفس.

- المدرسة البيئية الموقفية: وتؤمن بأن خصائص رائد الأعمال ترتبط كثيرا بالبيئة وما تحويه من عوامل خارجية، لذا فإن العوامل الاجتماعية والديمغرافية تلعب دورا رئيسيا في تحديد سلوك وشخصية رائد الأعمال، اقترحت هذه المدرسة عدة عوامل يمكن أن تؤثر في بناء شخصية رائد الأعمال وهي:

- الثقافة: رائد الأعمال هو وليد الثقافة التي يعيشها في بيئته وعوامل هذه الثقافة تؤثر على شخصيته وسلوكه؛

- البيئة: نظرية الجذب والدفع وبموجبها فإن سلوك رائد الأعمال يحدث بسبب عوامل ايجابية في البيئة مثل (الأفكار، الفرص الجديدة)، أولا يحدث بسبب عوامل سلبية (مثل عدم الرضا الوظيفي)؛

- منهج الحراك الاجتماعي: وبموجبه فإن الأفراد الذين يعيشون على هامش المجتمع يتجهون إلى أن يبدؤوا بحكم الضرورة وليس الإختيار أعمالا خاصة بهم أي أن التحدي يخلق الإبداع؛

- الخلفية الأسرية: حيث أن الطفل الذي يحظى برعاية تكسبه الثقة بالنفس والإستقلالية والرقابة الذاتية يكون أكثر احتمالية للتميز بخصائص ريادة الأعمال من غيره، كما أن الإنحدار من أسرة تمتلك أعمالا خاصة قد يدفع الشخص إلى مزاوله العمل الحر؛

- التعليم والخبرة: إن مستوى التعليم لدى رواد الأعمال أعلى منه بين الموظفين كما أن توفر نوعية التعليم الذي يحتاج إليه رائد الأعمال له دور في نجاحه من خلال دعم قدرته على حل المشاكل وسد النقص في الخبرة والتدريب؛

- المدرسة السلوكية: ويرى أنصارها أن سلوك رائد الأعمال لا يعتمد على مجرد وجود سمات شخصية لدى الفرد، ولكنه مرتبط بأداء الوظائف الإدارية بشكل فعال، حيث أن رائد الأعمال الناجح هو الشخص الذي يستطيع توجيه الموارد بكفاءة

ويضع الإستراتيجيات الناجح، مما يمكنه من استغلال الفرص المتاحة، لذا فإن أداء ونجاح رائد الأعمال يعتمد على عمله داخل المنظمة وامتلاكه لمجموعة من المهارات السلوكية والتي يستثمرها لصالح تطوير العمل، وقد صنفت هذه المهارات إلى نوعين:

- مهارات تفاعلية: تشمل بناء وتكوين عالقات إنسانية مع العنصر الإنساني في البيئة الداخلية والخارجية للمشروع، حيث تساعد في خلق بيئة عمل تفاعلية مبنية على المشاركة والتقدير والإحترام وغيرها؛
- مهارات تكاملية: تشمل بناء عالقات مع العاملين والمدراء والمشرفين بحيث تصبح المنشأة خلية عمل متكاملة، وتتبع فكرة التكاملية من التخصص في العمل مما يخلق الإعتمادية بينهم.
- المدرسة المعاصرة: وترى أن سلوك رائد الأعمال ناتج من عاملين رئيسين:

- الإحساس بالفرصة والناتج عن التفاعل بين السمات الشخصية للمبدع والقوى البيئية المؤثرة؛
- استغلال الفرصة والذي يتطلب امتلاك العديد من المهارات اللازمة لإدارة الموارد المتاحة.

4.2. أنواع الأعمال الريادية: يمكن تقسيم الأعمال الريادية (عرفة، 2010، ص 141، 142) إلى مايلي:

- أعمال إبتكارية متطورة من أفكار ومعلومات وتكنولوجيا متوفرة: يقوم المبادر والريادي بتأسيس أعمال ريادية بناء على أفكار ومعلومات وتكنولوجيا متوفرة، حيث يقوم الريادي بتوظيف التكنولوجيا المتطورة لأغراض تخصصية في أعمال ومجالات أخرى مختلفة، فمثلا برنامج أبحاث الفضاء الأمريكي شهد تطبيقا للعديد من التكنولوجيات الفضائية في المجالات الخدمية، كاستخدام تقنيات الإستشعار عن بعد في المجالات المدنية.
 - أعمال إبتكارية بحثية: يقوم المبادر والريادي بنقل الفكرة الجديدة إلى منتج جديد ويبني نشاطا جديدا في عالم الأعمال، ومن بين الأمثلة في هذا المجال ما قام به ستيفن جاب مؤسس شركة أبل كمبيوتر، وكذلك بيل غيتس مؤسس شركة ميكروسفت.
 - الملكية لأعمال إبتكارية: يعتبر هذا الوضع أقل أنواع الإبداع أو الريادة، حيث إن الشخص المبادر يشتري مؤسسة أو يمتلك عملا، فالحاجة للإبداع والإبتكار أقل في هذا الوضع لكنه سوف يتحمل المخاطر المالية ويقتنص الفرص.
- 5.2. أهمية ريادة الأعمال:

- يمكن تلخيص أهمية رأس المال الريادي للإقتصاد والدول في مجموعة من النقاط تتمثل (موسوعة أراجيك، 2022) فيما يلي:
- ريادة الأعمال تخلق فرص عمل جديدة: العروض الرائدة التي يقدمها رواد الأعمال تؤدي إلى خلق وظائف جديدة، ويمكن أن ينتج عنها تأثير متتالي في الإقتصاد، كما يؤدي تحفيز الشركات والقطاعات ذات الصلة التي تدعم المشروع الجديد إلى المزيد من التطوير الإقتصادي في البلد.
- ريادة الأعمال إضافة إلى الدخل القومي: المشاريع الريادية تولد حرقيا ثروة جديدة، إذ تتيح العروض، المنتجات والتقنيات الجديدة والمحسنة من رواد الأعمال إمكانية تطوير أسواق جديدة وإنشاء ثروة جديدة بالإضافة إلى ذلك فإن التأثير المتراكم لزيادة العمالة وزيادة الأرباح يسهم في تحسين الدخل القومي على شكل إيرادات ضريبية أعلى وإنفاق حكومي أعلى، مما يمكن الحكومة من استخدام هذه الإيرادات في الإستثمار في القطاعات الأخرى المتعثرة.
- ريادة الأعمال تخلق تغييرا اجتماعيا: عن طريق عروض رواد الأعمال الفريدة للسلع والخدمات الجديدة، هم يتعدون عن التقاليد ويدعمون الحرية بشكل غير مباشر، وذلك من خلال تقليل الإعتماد على الأنظمة والتقنيات القديمة، هذا يؤدي إلى تحسين الحياة الإجتماعية وزيادة الروح المعنوية والحرية الاقتصادية.

- تنمية المجتمع: يقوم رواد الأعمال برعاية مشاريع ريادة 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 الأعمال المشهورين مثل بيل جيس، أموالهم لتمويل القضايا المهمة من التعليم إلى الصحة العامة.

3. سياسات دولة الإمارات العربية المتحدة لدعم ريادة الأعمال بالمنظمات:

حلت دولة الإمارات في المرتبة الأولى إقليمياً والرابعة عالمياً في المؤشر العالمي لريادة الأعمال 2020، بحسب التقرير الصادر عن المرصد العالمي لريادة الأعمال/Global Entrepreneurship Monitor GEM – NECI، متقدمة من المركز الخامس عن تصنيف تقرير عام 2019، ومتجاوزة بذلك العديد من الاقتصادات العالمية الكبرى ضمن الترتيب العام للمؤشر، مثل الولايات المتحدة الأمريكية وكندا والمملكة المتحدة وأستراليا والعديد من دول الاتحاد الأوروبي والصين واليابان وكوريا الجنوبية (أبو ظبي- وام، 2021).

نفذت دولة الإمارات عدة سياسات وبرامج لبناء اقتصاد معرفي قائم على الابتكار والإبداع استهدفت تحفيز ريادة الأعمال في الدولة ودعم وتمكين قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة، (الإمارات العربية المتحدة، وزارة الإقتصاد، 2023)، ومن أهم سياسات وبرامج الابتكار:

1.3. استراتيجيات نشر ودعم ثقافة الابتكار:

1.1.3. الاستراتيجية الوطنية للصناعات الثقافية والإبداعية:

، طُلقت الاستراتيجية الوطنية للصناعات الثقافية والإبداعية عام 2021، بهدف النهوض بقطاع الصناعات الثقافية والإبداعية، وتعزيز حجمه وإمكانياته، ليكون ضمن أهم عشر صناعات اقتصادية بالدولة، وزيادة نسبة مساهمته لتصل إلى 5% من إجمالي الناتج المحلي بحلول 2031.

أهداف الاستراتيجية الوطنية للصناعات الثقافية والإبداعية: تهدف هذه الاستراتيجية أيضاً إلى:

- تعزيز مكانة الدولة على خريطة الإبداع الثقافي العالمي ومؤشرات التنافسية العالمية في المجال؛
- أن تكون الإمارات الوجهة الجاذبة للمبدعين في المجال الثقافي من مختلف أنحاء العالم؛
- مضاعفة عدد المنشآت العاملة في القطاع؛
- جذب المواهب والمبدعين لتأسيس وتطوير مشاريعهم المبتكرة في الدولة؛
- توفير وظائف جديدة في في القطاع الثقافي والإبداعي؛
- رفع متوسط دخل العاملين في القطاع الإبداعي؛
- رفع متوسط إنفاق الأسر على السلع والخدمات الثقافية والإبداعية؛
- زيادة حجم صادرات المنتجات والخدمات الثقافية والإبداعي.

ولتحقيق هذه الأهداف، حددت الاستراتيجية 40 مبادرة، توزع على ثلاثة محاور رئيسة هي:

- محور الموهوبين والمبدعين؛
- محور المهنيين وبيئة الأعمال؛
- إمكانات بيئة الأعمال.

ستعمل الاستراتيجية الوطنية للصناعات الثقافية والإبداعية على توحيد الجهود المبذولة على المستويين الاتحادي والمحلي، لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات العاملة في هذا القطاع، بالشراكة مع القطاعين الحكومي والخاص والمؤسسات التعليمية ومؤسسات النفع العام، بهدف تعزيز مساهمة هذا القطاع في تحقيق التنمية المستدامة، ومكانة الإمارات

كوجهة عالمية تستقطب الخبرات والمواهب الإبداعية، وتمكنها من إنتاج محتوى إبداعي في بيئة داعمة و متميزة، تضمن الاستدامة والكفاءة والجودة. (البوابة الرسمية لحكومة الإمارات، 2023)

2.1.3. استراتيجية دبي للاقتصاد الإبداعي:

بدأت دبي مسيرة الاقتصاد الإبداعي منذ عقود طويلة، بتأسيس مجتمعات إبداعية متطورة في مختلف القطاعات، مثل: مدينة دبي للإنترنت، ومدينة دبي للإعلام، ومدينة دبي للإنتاج، ومدينة دبي للاستوديوهات، وحي دبي للتصميم. ساعدت هذه المجتمعات على جعل مساهمة الاقتصاد الإبداعي في الناتج الإجمالي لدبي، يبلغ نحو 2.6 %، في 2020، فيما لا تزيد هذه النسبة على 1.1 % في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا.

- أهداف استراتيجية دبي للاقتصاد الإبداعي: بحلول عام 2025، تهدف هذه الإستراتيجية إلى:

- تحويل إمارة دبي إلى وجهة مفضلة للمبدعين من كل أنحاء العالم، وعاصمة للاقتصاد الإبداعي؛
 - مضاعفة مساهمة القطاع الإبداعي في الناتج المحلي الإجمالي لإمارة دبي، من 2.6 % في نهاية 2020، إلى 5% بحلول عام 2025؛
 - مضاعفة عدد الشركات الإبداعية في مجالات المحتوى والتصميم والثقافة، من 8,300 شركة إلى 15,000 شركة؛
 - مضاعفة عدد المبدعين من 70,000 في إمارة دبي حالياً إلى 140,000 في الفترة القادمة.
- المجالات الإبداعية: يغطي مفهوم الاقتصاد الإبداعي حقولاً متنوعة تشمل: صناعة النشر، الكتب، الإعلام المرئي والمسموع والمطبوع، مروراً بالسينما، والموسيقى، والفيديو، المشغولات الفنية والثقافية، متاحف التراث الثقافي، المواقع التاريخية الأرشيف، الأحداث الثقافية الكبرى، المكتبات، صناعة البرمجيات، وألعاب الفيديو، والتصميم بشتى أنواعه، سواء ما يتعلق منها بالأزياء أو بتصميم الألعاب، أو البرامج، أو تصميم المباني وغيرها.
- آلية تحقيق أهداف الاستراتيجية: تسعى هذه الإستراتيجية لتحقيق أهدافها، من خلال:
- تهيئة البيئة التشريعية والاستثمارية اللازمة لازدهار القطاع الإبداعي في دبي، وزيادة جاذبيتها للمبدعين والمستثمرين ورواد الأعمال، وكذلك للاستثمارات المحلية والإقليمية والعالمية
 - توفير حزم من المحفزات والحاضنات الإبداعية المتطورة، التي تواكب التطورات التكنولوجية السريعة، وتسخرها لإثراء القطاع الإبداعي، وقدرته على الحضور والمنافسة
 - توفير مناخ مناسب ومحفز للمبدعين لتوليد قيمة اقتصادية مضافة من خلال دمج الإبداع مع فرص الاستثمار الرأسمالي ذات العوائد المتميزة.
 - ستساهم دبي كذلك في تنويع وتسريع الاقتصاد القائم على المعرفة، والابتكار، والإبداع.
- تتبع الفلسفة الدافعة لاستراتيجية دبي للاقتصاد الإبداعي من الأهداف والغايات الكبيرة لإمارة دبي والمتمثلة في تعزيز الناتج الاقتصادي الإبداعي، وتحسين التماسك الاجتماعي، ولهذا الغرض ستقوم بإطلاق:
- منطقة متكاملة للمبدعين في دبي، توفر جميع الاحتياجات لتنمية قطاع إبداعي في الإمارة؛
 - إطار تصنيف الاقتصاد الإبداعي والقياس، وهو عبارة عن نظام ديناميكي يمكن دبي من تحديد نبضها الإبداعي، عبر إنشاء أداة قياس جديدة لحجم وتأثير الاقتصاد الإبداعي (البوابة الرسمية لحكومة الإمارات، 2021).

- 3.1.3. إنشاء مركز محمد بن راشد للابتكار الحكومي: تأسس مركز محمد بن راشد للابتكار الحكومي عام 2014 لتحفيز ثقافة الابتكار، وتطوير العمل في القطاع الحكومي من خلال منظومة متكاملة، لتعزيز تنافسية حكومة دولة الإمارات بحيث تكون ضمن الحكومات الأكثر ابتكاراً على مستوى العالم وهذا من خلال بعض الإنجازات المتمثلة في:
- منصة ابتكر: طور مركز محمد بن راشد للابتكار الحكومي المنصة التفاعلية " ابتكر " التي تعد الأولى من نوعها باللغة العربية للابتكار الحكومي، وتهدف إلى تعزيز الكفاءات في العالم العربي وبناء جيل من المبتكرين العرب وقادة المستقبل.
 - تهدف المنصة للوصول إلى 30 مليون مشارك عالمياً وتتضمن مسابقات جماعية مفتوحة المصدر MOOCs، وتتيح لجميع الناطقين باللغة العربية الالتحاق بمسابقات معينة مجاناً وتمنح الدارسين شهادات معتمدة من المركز.
 - دبلوم الابتكار: نفذ الدبلوم بالتعاون مع جامعة كامبريدج بالمملكة المتحدة، وهو الأول من نوعه. ويهدف إلى إعداد جيل من الرؤساء التنفيذيين للابتكار في الجهات الحكومية.
 - مختبر الابتكار الحكومي: عبارة عن مجموعة ورش عمل مبنية على منهجية التوصل إلى أفكار مبتكرة وواقعية للتحديات التي تواجه الجهات الحكومية، وتتيح للمشاركين التفكير من منظور الحلول بدلاً من منظور المشاكل.
 - حوار الابتكار: يهدف إلى إحداث تحول جذري في طريقة عمل القطاع الحكومي، وتعزيز التعاون وتكامل الجهود بين مختلف الجهات الحكومية على المستوى الوطني، وتحفيز الابتكار في المحاور الرئيسة للاستراتيجية الوطنية.
 - الرئيس التنفيذي للابتكار: وهو منصب جديد سيكون في كل جهة حكومية اتحادية. وتعتبر حكومة الإمارات الأولى في استحداث منصب الرئيس التنفيذي للابتكار.

- 4.1.3. الاستراتيجية الوطنية للابتكار: في فبراير 2018، اعتمدت حكومة دولة الإمارات الاستراتيجية الوطنية للابتكار المتقدم والتي تعتبر النسخة المطورة من الاستراتيجية الوطنية للابتكار التي أطلقت في أكتوبر 2014، ومرحلة جديدة تقوم على تمكين الإنسان من خلال الانتقال من التركيز على القطاعات الحيوية إلى الغايات والنتائج في 7 مجالات هي: الاستكشاف، مهارات المستقبل، جودة الصحة، المعيشة والحياة، القوة الخضراء، التنقل، التكنولوجيا لخدمة الإنسان.
- تهدف الاستراتيجية إلى تطوير نمط تفكير يشجع على التجربة والمخاطرة المدروسة، في القطاعين الحكومي والخاص، وابتكار حلول للمستقبل بما يدعم تحقيق محاور وأهداف مئوية الإمارات 2071، بأن تكون دولة الإمارات أفضل دولة في العالم في التعليم، والأداء الحكومي، وسعادة المجتمع، والاقتصاد. كما تهدف إلى تحفيز المبادرة في المجتمع، واختبار تصاميم حكومية جديدة لخدمته، اختبار نماذج لاقتصادات متقدمة، وتهيئة البيئة المناسبة لابتكار قطاعات جديدة وتطوير شركات ناشئة اختبار علوم متقدمة وأبحاث تؤدي إلى إنجازات علمية تساهم في تحقيق مستقبل أفضل للإنسان، إجراء التجارب واختبار الأفكار وتجربة النظم والتشريعات الجديدة ومرصد للبيانات الضخمة الآنية، إعداد منصة وطنية تحفز مواطني دولة الإمارات على الابتكار، وريادة الأعمال، إطلاق مبادرات تجريبية بالتعاون مع كبريات المؤسسات والشركات العالمية المتخصصة والرائدة في مجال الابتكار (البوابة الرسمية لحكومة الإمارات، 2022).

- 5.1.3. السياسة العليا لدولة الإمارات في مجال العلوم والتكنولوجيا والابتكار: في نوفمبر 2015، اعتمدت السياسة العليا لدولة الإمارات في مجال العلوم والتكنولوجيا والابتكار، وتتضمن السياسة 100 مبادرة وطنية، وميزانية تزيد على 300 مليار درهم إلى عام 2021. كما تشمل أيضاً مجموعة سياسات وطنية جديدة في المجالات التشريعية، والاستثمارية، والتكنولوجية، والتعليمية، والمالية بهدف تغيير معادلات الاقتصاد الوطني، ودفعه بعيداً عن الاعتماد على الموارد النفطية، وتحقيق نقلة علمية ومعرفية متقدمة لدولة الإمارات خلال السنوات القادمة.

تهدف السياسة إلى الاستثمار في المواطن الإماراتي، والارتقاء بمعارفه في مجال العلوم والتكنولوجيا، كما ترمي إلى دعم عدد من المجالات من أبحاث الفضاء، وصناعات الطيران المتخصصة، والصناعات الدوائية العالمية، ودعم أبحاث الطاقة الشمسية، والطاقة النووية السلمية، وبرامج الذكاء الاصطناعي، وغيرها.

6.1.3. صندوق محمد بن راشد لدعم الابتكار:

- التعريف بالصندوق: تبلغ قيمة الصندوق 2 مليار درهم، ويعتبر إحدى المبادرات الاتحادية التي أطلقها السيد محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي لدعم المشاريع الابتكارية في الدولة، وتعزيز النمو الاقتصادي، كما تم تكليف وزارة المالية بالإشراف على هذا الصندوق، والتنسيق مع المؤسسات المالية في الدولة، ووضع البرامج لتوفير التمويل اللازم للأفراد، والشركات المقيمة، أو المسجلة في الدولة ممن يساهم بأفكار مبتكرة، سواء كانت تقنيات، أو عمليات، أو منتجات، أو خدمات سجلت كملكية فكرية للفرد أو الشركة، وتجاوزت فعلياً مرحلة التطوير الأساسية. يجب على المتقدمين بطلبات التمويل توفير خطط عمل مستدامة لمشروعاتهم، بحيث تؤهلهم للحصول على التمويل المناسب. وستنح الأولوية للقطاعات السبعة المحددة في الاستراتيجية الوطنية للابتكار وهي: قطاعات الطاقة المتجددة، والنقل، والصحة، والتعليم، والتكنولوجيا، والمياه، والفضاء.

- أهداف الصندوق: يهدف هذا الصندوق إلى:

- دعم الاستراتيجية الوطنية للابتكار، وتحقيق رؤية الإمارات التنموية، بأن تكون ضمن العشر دول الأولى المبتكرة في العالم بحلول 2021.
- تمويل كافة الأفكار الابتكارية التي تحمل إمكانات تجارية، ويضم خبراء في كافة القطاعات لتقييم جدوى الأفكار، ويوفر تسهيلات تمويلية وتنظيمية للمشاريع التي يتم تمويلها.
- بناء بيئة متكاملة داعمة للابتكار بالتعاون مع مختلف المؤسسات، والجهات المالية والتمويلية في الدولة مثل: البنوك التجارية، ومؤسسات التمويل الاستثماري، والشركات العائلية، وغيرها.

7.1.3. مبادرة أفكاري: في عام 2016، أطلقت حكومة دولة الإمارات مبادرة أفكاري لتشجيع موظفي الجهات الحكومية الاتحادية على تقديم أفكارهم ومشاريعهم المبتكرة وذلك لدعم وتحفيز الابتكارات الصغيرة في جميع الجهات الحكومية، ومنح فرصة لأي موظف حكومي لتحويل فكرته إلى حقيقة.

8.1.3. مسرعات دبي المستقبل: في جويلية 2016، تم إطلاق، مبادرة مسرعات دبي المستقبل بهدف خلق منصة عالمية متكاملة لصناعة مستقبل القطاعات الاستراتيجية، وخلق قيمة اقتصادية قائمة على احتضان وتسريع الأعمال، والحلول التكنولوجية المستقبلية، وجذب أفضل عقول العالم لتجربة وتطبيق ابتكاراتها على مستوى مدينة دبي.

ويعبر مصطلح مسرعات الأعمال عن المؤسسات والبرامج التي تهدف لدعم رواد الأعمال والمبتكرين في تحويل أفكارهم ومشاريعهم الناشئة إلى شركات ذات قيمة تجارية، والإسهام في نمو أعمال هذه الشركات من خلال تقديم حزمة من الخدمات مثل مساحات العمل، ومختبرات الابتكار، والنمذجة، إضافة إلى الربط مع الشركاء أصحاب العلاقة، والمستثمرين المحتملين.

ويأتي إطلاق مبادرة "مسرعات المستقبل" كجزء من جدول أعمال أجندة دبي المستقبل لتطوير حلول القرن الـ 21 والتي

تشمل العديد من المبادرات الرائدة على مستوى العالم مثل:

- استراتيجية دبي للطباعة ثلاثية الأبعاد؛ استراتيجية دبي للقيادة الذاتية؛
- المجلس العالمي للتعاملات الرقمية بلوك تشين؛ متحف المستقبل ومرصد المستقبل؛

- تنظيم بطولة العالم لرياضات المستقبل.

9.1.3. دبي - موطن للابتكار والتقنية: يتم السعي لتطوير وتعزيز إمارة دبي لتصبح محورا استراتيجيا للابتكار والتكنولوجيا، ومن هذه الجهود:

- متحف المستقبل: يعد متحف المستقبل وجهة دائمة لاستعراض مستقبل العالم، وسيتم تعزيز وتغذية محتوى المتحف ومعرضاته بشكل مستمر، بأحدث الإنجازات التقنية وآخر الاكتشافات العلمية، بما يحافظ على ديناميكيته وحيويته. يشكل المتحف مختبرا شاملا لتقنيات المستقبل وأفكار المستقبل ومدن المستقبل، من خلال الاستثمار في العقل المبدع ودعم الأفكار والمشاريع والمبادرات والأبحاث التي تضيف قيمة نوعية وتسهم في تحقيق تأثير إيجابي.

- أول مبنى مطبوع بتكنولوجيا الطباعة ثلاثية الأبعاد في العالم: في ماي 2016، تم افتتاح أول مبنى مطبوع ومعد للاستخدام بتقنية الطباعة ثلاثية الأبعاد على مستوى العالم، والذي يشكل المبنى المؤقت لمؤسسة دبي للمستقبل، ويقع في حرم أبراج الإمارات. يشكل المبنى نموذجا عصريا في تصميمه، وإنجازا جديدا يضاف لسجل إنجازات دولة الإمارات في تحقيق الأسبقية العالمية ضمن قطاعات استراتيجية مهمة عالميا.

إن الطباعة ثلاثية الأبعاد بمزاياها التنافسية، والمرتبطة بالتكلفة المنخفضة، وإمكانية سرعة الإنجاز، ستكون ضمن أهم محاور الاقتصاد المستدام في دولة الإمارات (البوابة الرسمية لحكومة الإمارات، 2023)

2.3. تحفيز الشركات الصغيرة والمتوسطة: لتحفيز إنشاء ونشاط الشركات الصغيرة والمتوسطة، اتخذت الدولة مجموعة الإجراءات شملت (البوابة الرسمية لموقع الإمارات، 2023) ما يلي:

1.2.3. إصدار القانون الاتحادي رقم 2 لسنة 2014 بشأن المشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة: الهادف إلى:

- تطوير المشاريع والمنشآت حتى تكون داعما أساسيا للتنمية الاقتصادية في الدولة؛
- نشر وتشجيع ثقافة البحث والإبداع والابتكار وريادة الأعمال التي تحقق طموحات الدولة الاقتصادية؛
- تنسيق جهود الجهات المعنية لتطوير المشاريع والمنشآت؛
- تعزيز تنافسية المشاريع والمنشآت من أجل توفير فرص العمل لصالح الاقتصاد الوطني؛
- تطوير البرامج والمبادرات الرامية إلى تنمية المشاريع والمنشآت؛
- تحفيز ودعم المواطنين لدخول سوق العمل في مجال المشاريع والمنشآت والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي للدولة؛
- تعزيز مكانة الدولة كمركز لريادة الأعمال وإقامة المشاريع والمنشآت.

2.2.3. إطلاق البرنامج الوطني للمشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة: يوفر المجلس لرواد الأعمال والشركات الناشئة باقة من الامتيازات والتسهيلات اللازمة لتنمية أعمالهم، فضلا عن الأطر والمبادئ التوجيهية التي ستوفر الخبرة والتدريب والدعم الفني والإداري في مختلف المجالات لتعزيز وتطوير المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

3.2.3. إنشاء مجلس المشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة: يضم المجلس ممثلين عن جميع الجهات المعنية في القطاع الحكومي والخاص بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة. ويختص المجلس في وضع وتطوير السياسات والخطط الاستراتيجية لتنمية المشروعات والمنشآت الصغيرة، ووضع الضوابط والقواعد اللازمة للتنسيق بين البرنامج الوطني للمشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة والجهات المعنية، ومتابعة مؤشرات أداء البرنامج.

4.2.3. إطلاق مشروع 300 مليار، الاستراتيجية الوطنية للصناعة والتكنولوجيا المتقدمة: والتي بموجبها سيقوم مصرف الإمارات للتنمية بتمويل أكثر من 13,500 شركة صغيرة ومتوسطة.

5.2.3. دور وزارة اللامستحيل: تهدف إدارة منصة المشتريات الحكومية في وزارة اللامستحيل إلى تطوير منظومة عمليات المشتريات الحكومية، وتوجيهها لدعم رواد الأعمال المواطنين من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، بالاستفادة من ابتكارات التجارة الإلكترونية.

6.2.3. اعتماد الاستراتيجية الوطنية للأمن السيبراني-2019: تهدف الاستراتيجية إلى دعم معايير الأمن الإلكتروني بالدولة عبر آليات ومحاور مختلفة، مع تحفيز إيجاد شركات محلية ناشئة في القطاع، وتطوير بيئة الأمن السيبراني.

4. خاتمة:

إيماناً من الدول ودولة الإمارات العربية المتحدة على وجه الخصوص بأهمية الدور الذي تلعبه ريادة الأعمال أو الشركات الناشئة في تطوير الاقتصاد والرفع من قدرته الابتكارية، علاوة على المرونة التي توفرها هذه الشركات والقدرة على تعزيز التنافسية، نفذت دولة الإمارات عدة سياسات وبرامج لبناء اقتصاد معرفي قائم على الابتكار والإبداع استهدفت تحفيز ريادة الأعمال في الدولة ودعم وتمكين قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ترجمت في شكل اجراءات، تدابير وانجازات ساهمت في مساعدة رواد الأعمال في تأسيس وتنمية مشاريعهم، توفير الحلول الاستشارية والتمويلية، بناء علاقات، بناء القدرات والتأهيل ونشر ثقافة الريادة، بالإضافة إلى الحوافز والإعفاءات الضريبية، تهيئة بيئة عمل حاضنة لدعم وتعزيز أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة، وتشجيع تأسيس المشاريع والشركات الناشئة المبتكرة، من هنا يمكن الخروج بمجموعة من التوصيات تتمثل في:

- حدو دولة الإمارات العربية المتحدة في تحفيز ريادة الأعمال على مستوى تراها الإقليمي؛
- وجود إرادة سياسية قوية للدولة في تبني ودعم السياسات والبرامج من شأنها النهوض بريادة الأعمال؛
- تبني اقتصاد معرفي يكون بالعمل المشترك على مستوى الشركات والدول أو الحكومات.

5. قائمة المراجع:

1. سعاد نانف برنوطي. (2005). إدارة الأعمال الصغيرة أبعاد الريادة ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر.
2. سيد سالم عرفة. (2010). الجديد في إدارة المشاريع الصغيرة ، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان.
3. مظهر شعبان العاني. (2009)، إدارة المشروعات الصغيرة منظور ريادي تكنولوجي، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
4. فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي. (2009). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
5. مجدي عوض مبارك. (2009). الريادة في الأعمال المفاهيم والنماذج المداخل العلمية، الطبعة الأولى، جدارا للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، عمان.
6. أبو ظبي- وام. (05 02 2021). الإمارات الأولى اقليمياً والرابعة عالمياً في المؤشر العالمي لريادة الأعمال 2020 .
<https://www.emaratalyoum.com/business/local/2021-02-05-1.1451369>
7. الإمارات العربية المتحدة، وزارة الإقتصاد. (24 أبريل، 2023)، الجهات الداعمة لمشاريع رواد الأعمال الإماراتيين،
<https://www.moec.gov.ae/entrepreneurship-support-entities>
8. البوابة الرسمية لحكومة الامارات، (20 04 2021)، إستراتيجية دبي للإقتصاد الإباي،
<https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/finance-and-economy/Dubai-Creative-Economy-Strategy>
9. - البوابة الرسمية لحكومة الامارات، (11 02 2022)، الاستراتيجية الوطنية للابتكار المتقدم،
<https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/innovation-and-future-shaping/national-strategy-for-advanced-innovation>
10. البوابة الرسمية لحكومة الإمارات، (08 02 2023)، الاستراتيجية الوطنية للصناعات الثقافية والإبداعية،
<https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/finance-and-economy/national-strategy-for-the-cultural-and-creative-industries>
11. البوابة الرسمية لموقع الإمارات، (09 01 2023)، المشاريع الصغيرة والمتوسطة (SMEs)،
<https://u.ae/ar-ae/information-and-services/business/small-and-medium-enterprises/small-and-medium-enterprises>
12. موسوعة أراجيك، (03 09 2022)، ماهي ريادة الأعمال وما هي أهميتها،
<https://www.arageek.com>
13. هيثم عبد الكريم شعبان، (بلا تاريخ)، صفات ومهارات رائد الأعمال،
<https://faculty.mu.edu.sa/public/uploads/pdf>
14. وام الإمارات، (بلا تاريخ)، خطوات ومبادرات لتشجيع الإبتكار،
<https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/the-uae-government/government-of-future/innovation-in-the-uae/steps-and-initiatives-to-encourage-innovation-in-the-uae>

برامج تعليم زيادة الأعمال مدخل لتحقيق الجامعة الريادية-رؤى لممارسات تطبيقية دولية -

Entrepreneurship education programs as an introduction to the entrepreneurial University “Visions of international applied practices”

حسين ترير¹، محمد صالح²

¹ جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل (الجزائر)

² جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على برامج تعليم زيادة الأعمال وما تلعبه من دور كأسلوب علمي يشكل مدخلا لتحقيق الجامعة الريادية وفقا للممارسات التطبيقية لهذا النوع من التعليم بعيد الجامعات التي صارت رائدة بما حققته وما زالت تحققه إلى اليوم من مخرجات داعمة النمو، وتوليد الدخل، وتوفير فرص العمل، ناهيك عن اعتلاء هذه الجامعات لسلم الترتيب بين قريناتها على المستوى العالمي، ولعل من أبرز هذه الممارسات هي تجارب كل من جامعة Stanford بالولايات المتحدة الأمريكية، وجامعة Jyväskylä بفنلندا، وجامعة سنغافورة الوطنية UNS، وجامعة Utara بماليزيا، واستخدام البحث المنهج الوصفي لملاءمته لطبيعة وأهداف الدراسة. وأظهرت الدراسة عددا من النتائج كان من أهمها أن الهدف من برامج التعليم الريادي هو خلق أفراد مبادرين وقادرين على خلق الثروة، كما أن أهم تحدي لها ليس تزويد المعارف والمهارات لدى الطلبة، بل تمكينهم وتطوير متطلبات وفرص التطبيق الفعلي والتجريب لأفكارهم ومشاريعهم، وأنه مع تنامي أهمية المعرفة ودور الجامعة الجديد فقد تبوأ مكان أكثر وضوحا لدى كل من المجتمع والحكومة والصناعة. وقدمت الدراسة توصيات رئيسية من أهمها الاعتماد على الطرق والمناهج القائمة على الممارسة الفعلية، وتمكين الطلبة من الاحتكاك المباشر بالنماذج الناجحة لرواد الأعمال، والوقوف على عوامل نجاحها، وتقريبهم من هيئات الدعم والمرافقة والحاضنات، والسعي لتحويل الجامعة من الأدوار التقليدية وجعلها شريك حقيقي يسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: زيادة الأعمال؛ تعليم زيادة الأعمال؛ برامج تعليم زيادة الأعمال؛ الجامعة الريادية.

Abstract: This study aims to identify entrepreneurship education programs and the role they play as a scientific method that constitutes an entry point for achieving an entrepreneurial university according to the applied practices of this type of education in many universities that have become pioneers with what they have achieved and are still achieving today in terms of outputs that support growth, generate income, and provide opportunities Work, not to mention the ranking of these universities among their peers at the global level, and perhaps the most prominent of these practices are the experiences of Stanford University in the United States of America, Jyväskylä University in Finland, the National University of Singapore UNS and the University of Utara in Malaysia, and the research used the descriptive approach for its suitability to the nature and objectives of the study. The study showed a number of results, the most important of which was that the aim of entrepreneurial education programs is to create individuals who are proactive and capable of creating wealth, and that the most important challenge for them is not to provide students with knowledge and skills, but rather to empower them and develop requirements and opportunities for actual application and experimentation of their ideas and projects, and that with the growing importance of knowledge The university's new role has assumed a more visible place with both society, government and industry. The study presented major recommendations, the most important of which is relying on methods and curricula based on actual practice, enabling students to have direct contact with successful models of entrepreneurs and standing on their success factors, bringing them closer to support and accompanying bodies and incubators, and striving to transform the university from traditional roles and make it a true partner that contributes to economic and social development.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurship education; Entrepreneurship education programs; Entrepreneurial University.

إن التطورات الاقتصادية والتكنولوجية التي شهدتها العالم من مطلع السبعينات والثمانينات، وما صاحبها من انفتاح في شتى المجالات والأصعدة في ظل انعكاسات العولمة، وكذا التحولات العميقة التي شهدتها المجتمعات المعاصرة أدى إلى تغيير في توجه اقتصادياتها بحيث تم الانتقال من اقتصاد الآلة أو الصناعة إلى اقتصاد ما يعرف باقتصاد المعارف والمعلومات أو الاقتصاد الذي يتمحور حول المورد البشري أو رأس المال الفكري أو البشري، حيث أصبحت المنظمات اليوم تعتمد على الكثير من المعارف كمورد وتوظفها لخلق الثروة، وذلك للمساهمة في التغيير على مستوى جميع المجالات. وهذا ما أدى إلى تنامي الاهتمام بالمعرفة الابتكارية وازداد التهافت على امتلاكها وتطبيقها وتوليدها وأضحت الحاجة إليها ملحة، ومع ازدياد التوجه العالمي إلى خلق اقتصاد يبني على المعرفة اتجهت العديد من الدول والمنظمات إلى البحث عن الاستراتيجيات والأساليب والآليات اللازمة لإحداث تغييرات ايجابية داخل مجتمعاتها وذلك بغية النهوض بها في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

وتعد الجامعات ومؤسسات التعليم العالي من المؤسسات المعنية بتحقيق هذا التطور من خلال المراهنة على تنمية رأس المال البشري والاستثمار فيه، ومن خلال تحسين وتشكيل مخرجاتها التعليمية وتأهيلها بالقدرات اللازمة لمواجهة هذه التحديات. وإدراكا لهذه التحديات والدور الفعال للجامعة من خلال الوظائف الرئيسية لها لمواجهتها، اتجهت العديد من حكومات الدول إلى الاهتمام بمجال زيادة الأعمال باعتباره تخصصا أكاديميا يساهم في تنمية الاقتصاد والمجتمع على حد سواء من خلال مضاعفة الفرص وترجمة الأفكار الجديدة والمبتكرة والمشاريع ذات القيمة المضافة. وكما تميل إلى الاهتمام بتعليم ريادي يكتسب من خلاله المتعلم أساليب وأدوات تساعد على توليد المعرفة وإعادة صياغتها وكيفية القيادة والمبادرة والإبداع والابتكار في إنتاج الأفكار لإيجاد الحلول للمشكلات والمساهمة في بناء المجتمع والاقتصاد.

ولقد ازداد الاهتمام بمجال تعليم زيادة الأعمال منذ التسعينيات من القرن العشرين، حيث يعد جزء رئيسي من المنظومة التعليمية والتربوية، كما ازداد عدد الجامعات التي تعكف على تدريس دوراته وتضاعفت الدراسات المتخصصة في زيادة الأعمال خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا. وبالتالي تسعى الجامعات أن تربط التعليم باحتياجات سوق العمل والتغيرات العالمية التي تطرأ عليه، وأبرزها أن يكون توجه التعليم نحو زيادة الأعمال ونشر ثقافة العمل الحر وتهيئة الشباب وتشجيعهم على الأعمال الرائدة، وذلك من خلال تسطير ووضع برامج لتعليم زيادة الأعمال هدفها الرئيسي العمل على تحقيق الأهداف المرجوة من التعليم الريادي.

كل هذه التغيرات السابقة شكلت تحديا للجامعة على مستوى بينتها الداخلية وعلاقتها ببيئتها الخارجية، وبالتالي فتفعيل أدوارها فرض عليها إعادة صياغة وتشكيل ملامح جديدة لصورة الجامعة الحديثة وذلك لمواكبة متطلبات المجتمع المعاصرة، وهو ما جعلها تتجه لتبني أدوارا جديدة لا تنفصل عن أدوارها التقليدية والذي من خلاله تتمكن من المساهمة الفعالة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، ونتاج لذلك ظهرت العديد من المفاهيم الحديثة للجامعة والتي من أبرزها الجامعة الريادية، والذي بدأ يشكل مع بداية الألفية الثالثة وانتشر في أوروبا وجنوب شرق آسيا، بعد أن انطلق من أمريكا، بحيث يدعو هذا المفهوم إلى أن أحد أهم أدوار الجامعة الرئيسية هو المساهمة في التنمية الاقتصادية من خلال إطلاق المشاريع الابتكارية والإبداعية المنتجة.

1.1. مشكلة الدراسة: مما سبق يمكن صياغة إشكالية البحث في السؤال الرئيس التالي:

هل أن برامج تعليم زيادة الأعمال تشكل مدخلا للجامعة الريادية؟

وللإجابة عن التساؤل الرئيسي السابق فإن ذلك يقودنا إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي هي في حاجة للبحث

والتمحيص من بينها:

- فيما تتمثل برامج تعليم زيادة الأعمال؟ وما مبررات ومتطلبات تبني هذا النوع من برامج التعليم؟

- ما المقصود بالجامعة الريادية؟ وهل أن التعليم الريادي الجامعي يدعم توجه الطلاب نحو المشاريع الريادية؟

- ما المردود المنتظر من الجامعة الريادية عند رعايتها للتعليم الريادي؟

- ما أهم الممارسات التطبيقية الدولية الرائدة في مجال برامج تعليم ريادة الأعمال؟

2.1. الفرضية الرئيسية للدراسة: تبنت الدراسة فرضية رئيسية صيغت بالشكل التالي:

● يوجد لبرامج التعليم الريادي دور قد يكون مدخلا في تحقيق الجامعة الريادية وفقا للممارسات التطبيقية الدولية لهذا النوع من التعليم.

3.1. أهمية الدراسة: نبعت أهمية الدراسة من أهمية فكرة ريادة الأعمال وانتشارها بخاصة في المجتمعات الغربية حتى أصبحت

ضرورة ملحة لتعزيز التنمية الاقتصادية، وبناء على ذلك يمكن لنا استجلاء هذه الأهمية من خلال الاعتبارات التالية:

● هذه الدراسة قد تلفت الأنظار كونها على حد علم الباحثان من الدراسات القلائل في مجال برامج تعليم ريادة الأعمال وما لها

من دور في تحقيق الجامعة الريادية بما يسمح من تفعيل العلاقات بين المثلث ثلاثي الأبعاد "الحكومة، والجامعة،

والصناعة"، على أساس علمي ممنهج، مما يسهم في إشراك فئة الطلبة في الحراك الاقتصادي؛

● الإسهام في إضافة دراسة نوعية في مجال إدارة مؤسسات التعليم العالي تعمل على تعزيز التحول من جامعة تقليدية إلى جامعة ريادية بما؛

● مساهمتها لتوجه الدولة نحو دعم وتنشيط ريادة الأعمال لطلاب الجامعات بما يعزز مواكبة تطورات القرن الحادي والعشرين؛

● قد تساعد الدراسة واضعي السياسات والقائمين على اتخاذ القرار في تقديم بدائل وحلول لما يعانيه التعليم الجامعي من

قصور في مجال برامج تعليم ريادة الأعمال.

4.1. أهداف الدراسة: تعالج الدراسة الحالية المدخل لتحقيق جامعة ريادية على أساس برامج تعليم ريادة الأعمال والتي تعد

المحرك الرئيسي لها، لذا ووفق ذلك فإن أهداف هذه الدراسة تتضح من خلال النقاط التالية:

● توضيح مضمون وخصائص برامج تعليم ريادة الأعمال والجامعة الريادية؛

● المساهمة في تنمية الفكر الإداري بشأن الجامعة الريادية وتطوير الممارسة الإدارية وفق متطلبات برامج تعليم ريادة الأعمال؛

● عرض أفضل الممارسات الدولية في مجال برامج تعليم ريادة الأعمال وتلمس الأدوار المناطة بها في تحقيق الجامعة الريادية؛

● السعي لتشكيل رؤية استشرافية للمسؤولين عن التعليم الجامعي بالمردود المنتظر لبرامج تعليم ريادة الأعمال في تحقيق جامعة ريادية؛

● تقديم توصيات ومقترحات تغيي قرارات الممارسين وصناع السياسات.

5.1. منهج الدراسة: يصنف البحث الحالي ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من

خلال وصف موضوع البحث وصفا دقيقا منظما مقترنا بالتحليل والتفسير والتعليل للمعطيات النظرية بغية الوصول إلى نتائج

عملية يمكن الاستفادة منها في تطبيق واستخدام هذه المنهجية في الأبحاث والدراسات الاجتماعية. وبغرض تحقيق أهداف الدراسة

قمنا بتقسيمها على النحو الآتي:

- المحور الأول: الخلفية النظرية لمتغيرات الدراسة؛

- المحور الثاني: نظرة على ممارسات تطبيقية دولية في مجال برامج تعليم ريادة الأعمال والجامعة الريادية؛

2. الخلفية النظرية لمتغيرات الدراسة:

وبغرض الإلمام بمختلف المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة والمتمثلة في برامج تعليم ريادة الأعمال والجامعة الريادية

وجب تقديم وعرض الخلفيات النظرية لكل منها، ونحاول من خلال ذلك أن نحدد معالم كل منها بدقة.

1.2 مفاهيم عامة حول برامج تعليم زيادة الأعمال: نحاول ضمن هذا الجزء التطرق إلى أساسيات برامج تعليم زيادة الأعمال من خلال معرفة مفهومها وكذا أهم الأهداف التي ترمي إليها، وأنواعها وأصنافها، بالإضافة إلى مكونات محتوى هذه البرامج والدور الذي تلعبه في تنمية ثقافة وفكر زيادة الأعمال لدى الطلبة بالجامعة.

1.1.2 مفهوم برامج تعليم زيادة الأعمال: قبل استجلاء ماهية برامج تعليم زيادة الأعمال وجب البدء بمفهوم كل من مصطلح زيادة الأعمال ومصطلح تعليم زيادة الأعمال، فقد اختلف الباحثين والدارسين في وضع تعريف موحد سواء لكل من زيادة الأعمال أو تعليم زيادة الأعمال، حيث أنه في ورقة عمل إحصائية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية "OECD" سنة 2008 وجد أنه على الرغم من أن وظيفة رجل الأعمال قد تكون قديمة قدم مؤسسات المقايضة والتبادل، إلا أنه لا يوجد تعريف مقبول على نطاق واسع لمصطلح زيادة الأعمال، فالاتحاد الأوروبي قدم تعريفا يصفها فيه على أن: "زيادة الأعمال هي قدرة الفرد على تحويل الأفكار إلى أفعال، ويشمل الإبداع والابتكار والمخاطرة والقدرة على تخطيط وإدارة المشاريع من أجل تحقيق الأهداف". (Martin, 2016, p. 17) ويعرفها المركز الأمريكي للتعليم الريادي "CEIEE" بأنها: "العملية التي تعد الأفراد بمفاهيم ومهارات معينة تمكنهم من إدراك الفرص التي يغفل عنها الآخرون، والتمتع برؤى جديدة وتقديرات الذات وتزويد الأفراد بالمعلومات المطلوبة لإدراك الفرص وجمع الموارد على قاعدة المخاطرة وتعزيز الرغبة للمبادرة بإطلاق وممارسة إدارة الأعمال التجارية". (شكشك، 2023، صفحة 06)

في حين يعرف تعليم زيادة الأعمال في الوثيقة المشتركة لمنظمة اليونسكو ومنظمة العمل الدولية سنة 2006 تحت عنوان "نحو ثقافة للريادية في القرن الواحد والعشرين" بأنه: "مقاربة تربوية تهدف إلى تعزيز احترام الذات والثقة بالنفس عن طريق تعزيز المواهب والإبداعات الفردية، وفي الوقت نفسه بناء القيم والمهارات ذات العلاقة والتي ستساعد الطلبة في توسيع نظرتهم إلى التعليم الدراسي وما يليها من فرص. وتبني الأساليب اللازمة لذلك على استخدام النشاطات الشخصية والسلوكية والاتجاهية وتلك المتعلقة بالتخطيط للمسار الوظيفي" (المصري، 2010، صفحة 17) كما يعرفه Rosni Bakar & Other بأنه: "التعليم الذي يساعد الطلاب على تنمية الاتجاهات المتميزة والابتكار والاعتماد على النفس بدلا من الاعتماد على المؤسسات الحكومية في التوظيف، ويساعد هذا النوع من التعليم في تخريج جيل يعتمد على ذاته ويمتلك مهارات التفكير المستقبلي". (عقبة، 2022، صفحة 176) ويعرف أيضا على أنه: "تلك البرامج التعليمية التي تدعم الاتجاه نحو الوعي بزيادة الأعمال، وكذلك البرامج التي تطور الكفايات اللازمة لإنشاء شركة أو القدرة على إيجاد وظيفة، وهي كذلك البرامج التعليمية التي تركز على دعم بقاء وتطور المشروعات الصغيرة". (سليمان، 2018)

- تعريف برامج تعليم زيادة الأعمال: يعرفها Fayolle & Other على أنها: "أي برنامج بيداغوجي/تربوي أو عملية تعليمية لمواقف ومهارات تنظيم المشاريع، والتي تتضمن تطوير بعض السمات الشخصية، وبالتالي فهي لا تركز حصريا على الإنشاء الفوري لأعمال جديدة" (Fayolle, Gailly, & Lassas-clerc, 2006, p. 702) كما يعرفها أرناؤوط بأنها: "تلك المشروعات والأنشطة التي يتم تخطيطها وإدارتها بالجامعات، بغرض تطوير 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". (أرناؤوط، 2017، صفحة 200) وتعرف أيضا أنها: "مجموعة من الأنشطة والمشروعات التي يتم التخطيط لها وإدارتها وذلك لتحقيق أهداف ونواتج تعليم مستهدفة لتعليم زيادة الأعمال، وتكوين عقلية متعددة التخصصات تتمتع بالمهارات الحياتية والقدرة على حل المشكلات والتفكير النقدي والعمل التعاوني، وهذا ليس فقط بل وتمكينهم من تأسيس وإدارة المشروعات، وإعداد جيل من الشباب قادر

على اقتحام سوق العمل بمبتكرات جديدة تتمتع بالأصالة والابتكار والإبداع، وإيجاد الفرص الجديدة، واستغلالها بطريقة ريادة". (دياب، 2020، الصفحات 303-304)

من خلال ما سبق يمكن تعريف برامج تعليم ريادة الأعمال على أنها تشير إلى تلك الأنشطة أو المشاريع أو العمليات التعليمية التي تتبناها الجامعات، وتقوم بالتخطيط لها وإدارتها وذلك بغرض تطوير وتنمية المهارات والسمات الشخصية للطلبة الجامعيين، وكذا لتحقيق أهداف ونتائج تعليم مستهدفة للتعليم الريادي، وتعزيز ثقافة العمل الحر والإبداع والابتكار والتطوير والبحث والاستكشاف، والاستثمار في الفرص، بالإضافة لتكوين عقلية متعددة التخصصات تتسم بالمهارات الحياتية والمقدرة على إيجاد الحلول للمشكلات والتفكير النقدي والعمل التعاوني، وأخيرا لتمكين الطلبة من إنشاء وإدارة المشاريع الجديدة أو تنمية وتوسيع مشاريع قائمة فعليا.

2.1.2 أهداف برامج تعليم ريادة الأعمال: إن برامج تعليم ريادة الأعمال تستهدف مجموعة من الأهداف والمتمثلة في: (عثمان، 2018، صفحة 370)

- خلق أفراد مبادرين قادرين على إنشاء مشروعات جديدة تتسم بالنمو، وجلب الثروة، ودعم العلاقة بين المجتمع الأكاديمي ومجتمع الأعمال؛
- الحصول على المعارف المرتبطة بريادة الأعمال؛ تحديد مهارات ريادة الأعمال والتحفيز لها؛
- ترقية الحلول الإبداعية للمشكلات وإعداد خريجين أكثر مغامرة خلال عملهم سواء بتأسيس شركات جديدة أو بتطوير شركات قائمة بالفعل؛
- دعم الاتجاهات والمهارات الشخصية التي تشكل الأساس العقلي والسلوكي لريادة الأعمال؛
- تحسين عقلية الشباب لتمكينهم أن يكونوا أكثر إبداعا وثقة بالنفس في كل ما يقومون به، وتحسين جاذبيتهم لأصحاب العمل؛
- تشجيع الشباب على البدء بالأعمال المبتكرة؛
- استخدام الطرق القائمة على الممارسة، حيث يشارك الطلاب في عمل المشروع وفي الأنشطة خارج الصف؛
- تزويد الطلبة بمهارات الأعمال الأساسية للعمل الحر أو الإدارة الذاتية والمعارف التي تساعدهم في كيفية بدء مشروع تجاري أو اجتماعي بنجاح؛
- زيادة وعي الطلبة نحو العمل الحر وريادة الأعمال كاختيار وظيفي محتمل؛
- تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو ريادة الأعمال والعمل الحر؛ تحسين دور الشباب في المجتمع والاقتصاد.

3.1.2 أنواع وأصناف برامج تعليم ريادة الأعمال: حسب Linan هناك أربعة أنواع مختلفة من برامج تعليم ريادة الأعمال وهي: (Lorz, 2011, p. 10)

- التوعية حول ريادة الأعمال " **Entrepreneurial Awareness Education** ": يهدف هذا النوع من البرامج إلى زيادة المعرفة حول ريادة الأعمال والتأثير على المواقف التي قد تؤثر على النوايا؛
- التعليم من أجل بدأ التشغيل " **Education for Start-Up** ": يتمثل هذا النوع في تلك البرامج الموجهة للأشخاص الذين لديهم فكرة ريادة بالفعل وهم في حاجة إلى حلول للأسئلة العملية حول العمل لحسابهم الخاص؛
- التعليم من أجل ديناميكية ريادة الأعمال " **Education for Entrepreneurial Dynamism** ": هذا النوع من البرامج يركز على الأشخاص الموجودين رواد الأعمال بالفعل، ويريدون تعزيز السلوكيات الديناميكية بعد مرحلة البدء والتشغيل؛

- التعليم المستمر لرواد الأعمال "Continuing Education for Entrepreneurs": يشير هذا النوع من البرامج إلى برامج التعليم مدى الحياة كما وتركز على رواد الأعمال ذوي الخبرة.

ويمكن تبيان أنواع برامج تعليم زيادة الأعمال كما حددهما كل من Linan & Pribadi في الجدول التالي:

الجدول 1: يوضح أصناف برامج تعليم زيادة الأعمال

الوصف	فئة تعليم زيادة الأعمال	الرقم
الهدف الرئيسي من التوعية حول زيادة الأعمال هو تعزيز الوعي بفهم زيادة الأعمال بين الأفراد . لذلك ، لن تساعد هذه الفئة التعليمية بشكل مباشر في تدفق المزيد من رواد الأعمال .قد يعتمد هذا على عنصر واحد أو أكثر من العناصر التي تحدد النية، ولكن ليس على النية بشكل مباشر.	التثقيف التوعوي لريادة الأعمال	01
يتكون من التدريب على كيفية أن تكون ملكاً لمشروع صغير .ويركز التدريب على السمات العملية المرتبطة بمرحلة البدء: التنظيم القانوني؛ كيفية الحصول على الأموال؛ تحصيل الضرائب؛ تسويق؛ تخطيط الموارد؛... إلخ.	التعليم لبدء التشغيل	02
لن يكون الهدف من وراء ذلك هو رفع النية إلى أن تصبح رائد أعمال فحسب، بل أيضاً نية إنشاء وتطوير سلوكيات ديناميكية عندما يكون المشروع قيد التشغيل بالفعل.	التعليم من أجل ديناميكية ريادة الأعمال	03
يركز هذا التعليم على تعليم الكبار بشكل عام، وهو مصمم خصيصاً لأصحاب المشاريع الحاليين للسماح بتحسين المهارات والمواهب والإمكانيات والقدرات.	التعليم المستمر لرواد الأعمال	04

Source: Devrath & Kongalla, (2020) Entrepreneurship Education among Indian Youth: Challenges and Prospects, Quest journals, Journal of Research in Business and Management, Vol10, Issue7, P 206.

كما يمكن تصنيف برامج تعليم زيادة الأعمال إلى برامج تعليمية وأخرى تدريبية، وكلا الصنفين يهدف إلى التحفيز على

زيادة الأعمال، إلا أنهما يختلفان من حيث الأهداف والجمهور المستهدف، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 2: يوضح الاختلاف بين البرامج التعليمية والتدريبية لريادة الأعمال

البرامج التدريبية	البرامج التعليمية	من حيث الأهداف
بناء المعارف والمهارات لبدء مشروع تجارية وتشغيله	بناء المعارف والمهارات في ريادة الأعمال	من حيث الجمهور المستهدف
أصحاب الأعمال الحرة المحتملين والممارسين الفعليين	طلبة المرحلتين الثانوية والجامعية	

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على البنك الدولي، برامج تعليمية وتدريبية لريادة الأعمال حول العالم: أبعاد النجاح. الموقع

[https://www.albankaldawli.org/ar/topic/education/publication/entrepreneurship-education-and-training-programs-around-the-world-dimensions-for-success.print\(22/03/2023,21:37\).](https://www.albankaldawli.org/ar/topic/education/publication/entrepreneurship-education-and-training-programs-around-the-world-dimensions-for-success.print(22/03/2023,21:37).)

3.1.2. محتوى برامج تعليم زيادة الأعمال: حسب Vesper فإن هناك انتقادات وجهت لريادة الأعمال بصفتها مجال أكاديمي وهذا راجع لعدم كفاية البرامج التعليمية، فقد أكد على ضرورة معرفة ما هو مفيد لرواد الأعمال وذلك لتحديد جزء من تلك المعرفة التي يمكن تدريسها في المؤسسات التعليمية. ولقد قدم طريقة لتصنيف المعرفة المفيدة لأصحاب المشاريع (صنف المعرفة إلى أربع فئات)، ووضح أن كليات إدارة الأعمال التي لديها دورات في ريادة الأعمال تقدم في العادة أول فئتين من المعرفة وعرف هذه الفئات كما يلي: المعرفة العامة للأعمال؛ المعرفة العامة للمشاريع؛ المعرفة الخاصة بالفرص؛ المعرفة الخاصة بالمشروع. كما أبرزت دراسة حول التعليم الريادي في الدول العربية، أن المناهج الدراسية تلعب أدواراً هامة في إدماج وتعزيز ما أسمته بالكفايات، وهذه الأخيرة تم تصنيفها إلى ثلاث أصناف وهي: الكفايات والمهارات الوظيفية؛ كفايات ومهارات الاتصال؛ المهارات التطويرية والعقلية العليا، في حين يرى Valerio أن برامج تعليم زيادة الأعمال تستهدف كل من العقلية والقدرات الريادية، فالعقلية الريادية يقصد بها المهارات الاجتماعية والعاطفية والوعي العام بريادة الأعمال، وأما قدرات ريادة الأعمال فالمقصود بها كفاءات رواد الأعمال ومعرفتهم ومهاراتهم التقنية التي ترتبط بريادة الأعمال الخاصة بهم.

أما في دراسة الحشوة فقد وضحت المهارات الأساسية المستهدفة في برامج تعليم زيادة الأعمال على المستوى الجامعي والمتمثلة في: مهارات مرتبطة بالأعمال، الإبداع والابتكار، مهارات الاتصال، المخاطرة واتخاذ القرار، التفكير الناقد والتحليلي، العمل في فريق، المبادرة، المعرفة بالموارد المتاحة لإقامة مشاريع جديدة... إلخ، كما وضعت المفوضية الأوروبية سنة 2016 إطاراً لريادة الأعمال وذلك من خلال تحديد ثلاث مجالات للكفاءة وهي: "الأفكار والفرص" و "الموارد" و "في العمل". (قروش و فضيلي، 2020، صفحة 40)

4.1.2 دور برامج تعليم ريادة الأعمال في تنمية فكر ريادة الأعمال لدى الطلبة: إن لبرامج تعليم ريادة الأعمال دور في بناء وتنمية المعارف والمهارات في ريادة الأعمال لدى الطلبة والتي بدورها تحفزهم وتدفعهم إلى فكر ريادة الأعمال وإنشاء مشاريعهم الخاصة، ويتلخص هذا الدور فيما يلي: (عبد العزيز، 2021، الصفحات 301-302)

- تعلم الطلبة أساسيات ريادة الأعمال وممارسة الأنشطة المختلفة لملكية المشاريع وإتقان المهارات الأساسية للنجاح في اقتصاد العمل الحر؛
- الوعي بالكفاءة وتعلم الطلبة الحديث بلغة الأعمال، فيرون المشكلات من وجهة نظر أرباب العمل؛
- التطبيقات الإبداعية واكتشاف الطلبة الأفكار الريادية وتخطيط الأعمال من خلال حضورهم العديد من الندوات والتي تتضمن العديد من التطبيقات الإبداعية؛
- حاجة العديد من الطلبة إلى مساعدة خاصة لترجمة فكرة العمل الريادي إلى واقع عمل يخلق فرصة عمل فعلية، وهو ما يمكن للجامعة أن تلعبه في ظل الدور الحديث المنوط بها؛
- تعريف الطلبة بعالم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتلقيهم مهارات إنشائها وكيفية تأسيسها؛
- تعليم الطلبة مهارات تسيير وإدارة أعمال المشاريع الريادية من خلال تلقيهم مهارات التخطيط، التنظيم، التوجيه، ومتابعة الأعمال وتقييمها وتقويمها؛
- تعريف الطلبة بمهارات تنمية وتطوير مؤسساتهم في المستقبل، فمن خلال الندوات المستمرة ومجموعات الدعم يمكن مساعدة رائد الأعمال في معرفة وتمييز المشكلات المحتملة والتعامل معها في الوقت المناسب، وحلها بفعالية، وهذا ما يمكنه من تنمية وتطوير المشروع؛
- تمكين الطلبة من الاحتكاك بنماذج ناجحة من رواد الأعمال والوقوف على أسباب نجاحهم؛
- تقريب هيئات الدعم والمرافقة من الطلبة من خلال الاتفاقيات الثنائية المبرمة بينها وبين الجامعة؛
- تقريب الطلبة المبدعين من حاضنات الأعمال المقامة في الجامعة وتحسيسهم بأنه قدم تم إنشاؤها من أجلهم وللتكفل بأفكارهم الريادية ودفعهم ومساعدتهم لتجسيدها في الواقع؛
- تعميم مفهوم ريادة الأعمال وتحسيس الطلبة بأنها اختيار أساسي وليس بديلاً في ظل شح فرص التوظيف الحكومي والخاص؛
- تحسيس الطلبة بأن الجامعة على علاقة بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي، وذلك نتيجة إبرامها العديد من الاتفاقيات مع مختلف مؤسسات قطاع الأعمال وتفعيلها لفتح مجال التريص الميداني، وهي فرصة للاحتكاك بالواقع التطبيقي الفعلي.

2.2 الإطار الفلسفي والفكري للجامعة الريادية:

ضمن هذا الجزء من الدراسة التطرق إلى أهم الأطر الفكري للجامعة الريادية وذلك من خلال التعرف على مفهوم ومدى الأهمية التي تكتسبها، وكذا أهم الأهداف التي تصبو لتحقيقها، وذكر أهم الخصائص والسمات التي تميزها، بالإضافة للوقوف على الدور الفعال الذي تلعبه الجامعة في مجال وعالم ريادة الأعمال.

1.2.2 مفهوم الجامعة الريادية: الجدير بالذكر إلى أن ظهور مفهوم الجامعة الريادية بدأ في كل من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، وكان ذلك عند نهاية سنوات التسعينات، حيث عملت الأربعين جامعة الأولى في أمريكا على تدريس مقررات الريادة، كما كان لديها مراكز متعلقة بالريادة. وفي سنة 2005 أصبح 80% من الجامعات الأمريكية لديها مراكز ريادية بمسميات مختلفة، فقد أدركت هذه الجامعات أهمية الربط بين الجانب النظري والجانب التطبيقي وتوظيف النظرية المعرفة في ميادين العمل. (الرويلي، 2021، صفحة 78) فيعرفها الحجار بأنها: " تلك الجامعة التي تقدم برامج وخدمات ابتكارية في مجالات التدريس

والبحث العلمي وخدمة المجتمع، وتحتل مكانا مميزا بين الجامعات، ولديها القدرة على استيعاب أو التنبؤ بالمخاطر واستثمارها كفرص ايجابية، ولها السبق دائما في كل تقدم وتطور يشعر به العاملون والمستفيدون والمجتمع ككل". (محمد، توفيق، و موسى، 2020، صفحة 305) وتعرف أيضا على أنها: "الجامعة التي تحقق دورا ملحوظا في تقديم التسهيلات المادية وتدعيم الأنشطة المتعلقة ببدء الأعمال الريادية المبتكرة والتخطيط لها، وتنظيم وتطوير المشاريع داخل الجامعة، والإعداد للتنمية والريادة الأكاديمية المحلية والعالمية من خلال التركيز على المهمة الثالثة للجامعة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في بيئاتها". (عبد الوهاب، 2018، صفحة 11)

كما عرفها **Gibb, Haskins & Robertson** بأنها: "تلك الجامعة التي تعمل على تمكين الموظفين والطلاب من إنشاء مشروعات والسعي لتنمية الابتكار والإبداع في مجال البحوث والتعليم واستخدام المعرفة والإسهام الفعال في تعزيز التعليم في بيئة مجتمعية تتميز بمستويات عالية من الغموض والتعقيد وتوفير تعليم متبادل مع المجتمع". (اسماعيل، 2022، صفحة 113) وتعرف أيضا الجامعات الريادية بأنها: "الجامعة التي تبني النموذج الحلزوني الثلاثي (الجامعة - الحكومة - الصناعة) في إدارة عملياتها التي تتسم بالابتكارية والإبداع والمخاطرة، وتسعى لتنمية زيادة الأعمال والريادة الأكاديمية من خلال التربية الريادية وتسويق البحوث والتراخيص وبراءات الاختراع وإنشاء الشركات التابعة لها لتحقيق الرسالة الثالثة للجامعة المتمثلة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية(خدمة المجتمع وتنمية البيئة)، فضلا عن وظائفها التقليدية المتمثلة في التعليم والبحث العلمي، وخدمة المجتمع، وذلك من خلال رؤية ورسالة واستراتيجية ريادية، واستقلال ذاتي، وتطوير مؤسسات وبرامج وبنية ريادية متكاملة، وتوفير استدامة مالية عبر مصادر تمويل متنوعة، والوصول للعالمية وامتلاك ميزة تنافسية لتحقيق مكانة مرموقة متقدمة بين الجامعات العالمية الريادية". (أحمد، 2022، صفحة 1505)

من خلال سرد التعاريف السابقة قمنا باستنتاج بعض النقاط التي تتميز بها الجامعة الريادية والمتمثلة في الآتي:

- التركيز على الأدوار أو الوظائف الرئيسة للجامعة والتي تنقسم للدورين الكلاسيكيين وهما أولا التعليم أو التدريس وثانيا البحث العلمي، والدر الحديث أو الوظيفة الثالثة والمتمثلة في خدمة وتنمية المجتمع؛
- امتلاك القدرة على استيعاب أو التنبؤ بالأخطار والاستثمار فيها كفرص ايجابية، والتميز بالاستباقية في كل تطور وتقدم يستفيد منه الموظفون أو الطلبة والمجتمع ككل؛
- تمكين الموظفين والطلبة على حد سواء وتقديم التسهيلات المادية لهم وتدعيمهم في جميع الأنشطة والفعاليات التي تتعلق ببدء الأعمال الريادية الإبداعية والتخطيط لها، بالإضافة لتنظيم وتطوير المشروعات داخل الجامعة في مجال البحوث والتعلم وتوظيف المعارف والمعلومات؛
- السعي لتنمية زيادة الأعمال والريادة الأكاديمية عبر تدريس الريادية وتسويق مخرجات البحوث والإنتاج العلمي وبراءات الاختراع والتراخيص؛
- تبني النموذج الحلزوني الثلاثي المتكون من "الجامعة- الحكومة- الصناعة" في إدارة مختلف برامجها وعملياتها التي تتميز بالابتكار والإبداع والمخاطرة.

2.2.2 أهمية الجامعة الريادية: تبرز أهمية الجامعة الريادية في كونها تولد القيمة المضافة والابتكارية للمعرفة التي تنتجها، وتقوم بتحويلها إلى تنمية المجتمع اقتصاديا واجتماعيا، فأهمية المعرفة المتزايدة والدور الجديد للجامعة في احتضان المنظمات القائمة على التكنولوجيا، قد بوئت الجامعة مكانا أكثر وضوحا لدى كل من المجتمع والحكومة والصناعة، كما أن الجامعة الريادية تعد عنصر فعال ومهم في بناء العلاقات مع الحكومة والصناعة التي تعزز التعلم المعتمد على الإبداع وتشجيعه.

(اسماعيل، 2022، صفحة 113)، وتكمن أهمية الجامعة الريادية في العديد من المزايا والتي نوجزها في النقاط التالية: (أحمد، 2022، صفحة 1505)

- بناء القدرات البشرية المبدعة، وصقلها بالمعرفة التي تمكنها من تحقيق تنمية المجتمع، فلا يتوقف دورها على تزويد الطلبة بالمعرفة فقط، بل تسعى لتطوير المعرفة؛
 - تساهم في دعم البحث العلمي والذي بدوره يساهم في الوصول إلى كل ما هو جديد في العلم والمعرفة؛
 - تساهم في بناء شركات فعالة مع الحكومة والصناعة، وكذا التعرف على احتياجات مؤسسات المجتمع من الخريجين، وعلى ضوء ذلك تحاول بناء خريج يلبي احتياجات سوق العمل، ولا ينتظر إيجاد فرص عمل بل هو من يسعى لخلقها لنفسه وذلك من خلال إقامة المشروعات الريادية المبتكرة، والعمل على الاستفادة منها؛
 - تساهم في نشر ثقافة ريادة الأعمال بين المورد البشري بالجامعة، والقضاء على البيروقراطية في الإدارة، وتحاول استغلال الفرص المتاحة أمامها بشكل أمثل، بما يخول انضمامها أو إدراجها ضمن التصنيفات العالمية للجامعات؛
 - تسعى لدمج التكنولوجيا ضمن مختلف العمليات التي تحدث داخلها، ووضع استراتيجية تراعي التقنيات الرقمية الحديثة، باعتبارها تمثل وسيلة هامة لإحداث التطوير بالجامعة بما يحقق ريادتها.
- 3.2.2 أهداف الجامعة الريادية: تسعى الجامعة الريادية إلى تحقيق جملة من الأهداف والمتمثلة في: (عبد اللطيف و أمين، 2021، الصفحات 160-161)

- إيجاد جيل من رواد الأعمال والمبدعين، يقدمون إبداعاً في شكل منتج أو خدمة أو عملية أو مشروع جديد... الخ؛
- تحويل الجامعات من الأدوار التقليدية كمقدم للتعليم وصانع للمعرفة إلى شريك في تحقيق التنمية الاقتصادي للمجتمع وكذا تسويق البحث العلمي لتطوير الاقتصاد الوطني؛
- الارتقاء بالجامعات من خلال تحسين مستوى العاملين بها، وتعزيز التفكير الإبداعي والريادي لدى كل من أعضاء هيئة التدريس والطلبة وتأهيلهم لمسايرة التطورات التقنية والتكنولوجية؛
- توليد ونقل المعرفة وتوطين التكنولوجيا في المجتمع من خلال نشر النتائج وتطبيقها؛
- تقديم المساهمات المرتبطة بالتوجهات التنموية للمجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والقومي والدولي؛
- تنمية مهارات وقيم ريادة الأعمال في نفوس الطلبة كغرس قيم حرية العمل والفكر، وتعزيز الدفاع عن قيم العدالة والأمانة والكرامة والشرف؛
- تحقيق الريادة العلمية للجامعات والتفوق في جميع التخصصات التي يحتاجها المجتمع من خلال تطوير البحوث العلمية وتوفير المعرفة القابلة للتطبيق، وذلك من خلال تحقيق الشراكة مع قطاعات الإنتاج لتطويره وربط البحث العلمي بالواقع الميداني، وتقديم الخدمات الاستشارية وحل المشكلات؛
- مساعدة الطلبة في الحصول على المعارف والمعلومات المبتكرة والتي تمكنهم من الحصول على الوظائف المبتكرة أو تأسيس أعمال صغيرة خاصة بهم، وتوفير فرص عمل جديدة ومبتكرة عبر تكوين رواد أعمال لديهم العديد من الشركات الناشئة كبدائل للوظيفة.

4.2.2 خصائص الجامعة الريادية: هناك عدة خصائص تميز الجامعة الريادية، ومن أهم هذه الخصائص نذكر: (أبو عيادة و رضوان، 2021، صفحة 103)

- القيادة: أن تكون قادرة على تطوير الثقافة الأكاديمية من خلال دمج القيم الأكاديمية التقليدية مع وجهات النظر الحديثة.
- التمويل: أن تعمل على توفير مصادر تمويل متجددة، لدعم أي مشروع أو نشاط ريادي في جميع أقسام الجامعة.
- الحوافز: العمل على توفير نظام الحوافز لجميع الأقسام الأكاديمية التي تعمل جاهدة لتقديم أفكارا ريادية في صلب العمل الأكاديمي.

- الأقسام العلمية: تعمل على التنسيق بين الجامعة والمحيط الخارجي لخلق وظائف جديدة.
- وحدة إدارية: هدفها الأساسي العمل على نشر ثقافة الإبداع والروح الريادية في جميع أقسام الجامعة.
- الابتكار: العمل على ابتكار أعمال ومشاريع لها التأثير الفعال على إنشاء وظائف ونظم وبرامج جديدة.

5.2.2 دور الجامعات في مجال زيادة الأعمال: إن نسبة التفوق في مجال زيادة الأعمال في أي مجتمع تتحدد بمدى تعرض الشباب أو الطلبة داخل الجامعات ومؤسسات التعليم العالي لأنشطة برامج تعليمية عن زيادة الأعمال، بحيث أن أهم النقاط التي يتمحور حولها دور الجامعات في مجال زيادة الأعمال تتمثل في: (الحمالي و العربي، 2016، الصفحات 410-411)

- يغرس التعليم الثقة بالنفس لدى الطالب، كما يعزز رغبته ونيته وقدرته على إنشاء مشروع خاص به؛
 - هذا النوع من التعليم يدرّب الطالب على كيفية عمل خطة مشروعه والتخطيط السليم للموارد البشرية والإدارية بصفة عامة.
- كما يجب ألا يتعارض تعليم زيادة الأعمال مع العمل بشكل عام، لأن الهدف من التعليم تعزيز الابتكار والإبداع وتوظيف الذات، وقد يتضمن العناصر التالية:

- الارتقاء بالصفات والمهارات الإنسانية المشكّلة للسلوك وعقلية زيادة الأعمال كالإبداع والمبادرة، والمخاطرة والاستقلالية، الثقة بالنفس، القيادة، روح الفريق، الخ؛
 - زيادة وعي الطلبة بماهية التوظيف الذاتي وزيادة الأعمال كبدل متاح للعمل على قدر المستطاع؛
 - المشاركة الفعلية في المشروعات وأنشطة زيادة الأعمال، وغرس المهارات والمعرفة بكيفية تدشين المشروعات وإدارتها بنجاح.
- فكان على الجامعات ومؤسسات التعليم العالي تهيئة العديد من المقررات، عوضاً عن الاكتفاء بتطبيق النماذج العملية من الخارج، وخاصة في المراحل الأولى التي تتطلب تعزيز تعليم زيادة الأعمال، فمن الأفضل في هذه المرحلة تواجد العديد من البدائل والخيارات التي يتبناها الطلبة، والعديد من الأنشطة المنهجية وخطط العمل التنافسية، والعديد من الأنشطة الأخرى التي تتميز بإدخال العمل المجتمعي إلى البيئة التعليمية، وأي كانت المقررات التي يتم تدريسها في الجامعة، فيجب أن تغطي تلك المقررات كافة الجوانب التالية: توليد الأفكار ومعرفة الفرص؛ خلق المشروعات أو المؤسسات الجديدة؛ تنمية المشروعات الصغيرة.

3. ممارسات تطبيقية دولية رائدة في مجال برامج تعليم زيادة الأعمال والجامعة الريادية:

تتعدد وتختلف الرؤى والممارسات التطبيقية لتعليم زيادة الأعمال بالجامعات حول العالم، وذلك بناء على السياسات التي تتبناها حكومات هذه الدول وكذا فلسفة الجامعة وأهدافها ورسالتها، وتشكل برامج تعليم زيادة الأعمال والتوجه نحو التعليم الريادي في الآونة الأخيرة، أحد الحلول الجوهرية لتنمية الفكر الريادي وغرس ثقافة زيادة الأعمال وإنشاء المشاريع الابتكارية والإبداعية وتبني العمل الحر خاصة في ظل شح مناصب التوظيف في القطاع الحكومي والخاص، وذلك من خلال الابتكار والإبداع في الأنشطة والمشاريع المتعلقة بالتعليم الريادي والتخطيط لها وإدارتها، ولقد قمنا في دراستنا هذه بتسليط الضوء على بعض الممارسات التطبيقية في بعض الجامعات العالمية الرائدة في هذا المجال.

1.3 تجربة جامعة ستانفورد Stanford بالولايات المتحدة الأمريكية: (أرناؤوط، 2017، الصفحات 212-221)

في سنة 1971 أطلقت جامعة جنوب كاليفورنيا "Southern California" برنامج ماجستير في إدارة الأعمال في مجال تنظيم المشاريع، وفي سنة 1972 تلتها برامج أكثر تركيزاً في المرحلة الجامعية الأولى. وبحلول الثمانينات بدأت أكثر من 300 مؤسسة من مؤسسات التعليم الجامعي في تقديم برامج ومقررات في الأعمال الحرة والشركات الصغيرة. وقبل التسعينيات نما هذا العدد إلى 1050 مؤسسة لذا يعتبر الظهور الحقيقي لتعليم ريادة الأعمال في سنة 1980.

وتتعدد إسهامات الجامعات الأمريكية في تعليم ريادة الأعمال فعلى سبيل المثال صمم مركز بحوث التعليم في مجال ريادة الأعمال منهجاً دراسياً مبتدئاً لطلبة المرحلة الجامعية، حيث يتكون من سلسلة من المقررات الإلزامية والاختيارية، والعديد من الدورات، والتي تساعد الطلبة على تطوير مهارات ريادة الأعمال بدءاً من التفكير، والمبادرة والمرونة والإبداع والمغامرة، والتفكير المجرد، والقدرة على التغيير، من خلال البرامج التعليمية المبتكرة والتوعية، وخطط التوسع، والبحوث الأكاديمية لدعم تعليم ريادة الأعمال. وفي سنة 2002 عرضت الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من 2200 برنامج في أكثر من 1600 مدرسة وكان هناك حوالي 44 مجلة أكاديمية علمية محكمة وأكثر من 100 مركز، وعشرات من المنظمات المهنية في مجال تعليم ريادة الأعمال.

هذا الاهتمام ببرامج تعليم ريادة الأعمال - يؤكد مستقبل التعليم والبحث في هذا المجال، حيث اتسعت هذه البرامج بشكل كبير في الجامعات الأمريكية وهو ما يعكس مناسبة طرق التدريس لبرامج تنظيم المشاريع، بالإضافة إلى أن تكون المقررات والمشاريع والبرامج ومراكز تعليم ريادة الأعمال مصدراً للدخل للجامعات والكليات، ومن أبرز هذه الجامعات جامعة ستانفورد "Stanford"، ففي سنة 1996 تم تأسيس مركز الدراسات الريادية "CES" بكلية الدراسات العليا لإدارة الأعمال لتلبية لاحتياجات رجال الأعمال والمجتمع الريادي، ويمثل جهد تعاوني يمتد داخل الجامعة بأكملها لدعم البحث والتدريس. كما يقدم للطلبة مجموعة متنوعة من البرامج التي تمس مختلف جوانب ريادة الأعمال من جميع كليات الجامعة، وتغطي هذه البرامج مجالات الإدارة، المالية، التكنولوجيا، القانون، التعليم، التصميم،... الخ، حيث يمكن لكافة طلبة المرحلة الجامعية والدراسات العليا الالتحاق بها. علاوة على ذلك يتم توفير الفرص التجريبية، بحيث يمكن للطلبة تعلم الأنشطة اليومية لبدء أو اختبار مفاهيم الأعمال الجديدة، والتي تقدم من طرف مركز الدراسات الريادية "CES".

في حين تم تقديم برنامج ستانفورد "Stanford" للمشاريع التقنية "STVP" سنة 1995 بكلية الهندسة، حيث يتضمن حزمة دورات وبرامج لا منهجية للطلبة، وكذا دعم البحوث في ريادة الأعمال، وكما يضم برنامج "STVP" العديد من برامج الزمالة التي تمكن الطلبة من الحصول على الخبرة والمعرفة المتعمقة من الشركات المبتدئة في مجال التكنولوجيا من خلال تقديم مجموعة من الدورات والبرامج بكلية الهندسة. فخريجو جامعة ستانفورد قد أسسوا أو أنشئوا أو قادوا الآلاف من الشركات والتي من أشهرها: Google، Nike، HP،... الخ، كما أكد تقرير في سنة 2011 برعاية شركة رأس المال الاستثماري "Sequoia Capital" أن 39900 من الشركات النشطة في الولايات المتحدة الأمريكية، ترجع جذورها إلى جامعة ستانفورد "Stanford". كما يحافظ خريجو الجامعة على روابطهم بها، من خلال تواصلهم الدائم معها، وذلك من خلال البرامج التطوعية والتعاونية في مجال البحوث وتقديم المشورة والنصح للطلبة الحاليين، وتقديم محاضرات. ومن أهم وظائف الطلبة بعد التخرج من برامج تعليم ريادة الأعمال ما يلي:

- يتواصل 40% من الطلبة بالمؤسسات الإنتاجية بستانفورد بهدف إيجاد وظائف مناسبة لهم؛
- يقوم الخريجون بإنشاء الشركات، حيث يقدر عدد الشركات التي أنشئوها بحوالي 18 ألف شركة في كاليفورنيا "California" تولد مبيعات سنوية حول العالم تقدر بمبلغ 1,27 تريليون دولار، وتوظف أكثر من 3 ملايين شخص؛

- يوجد ما يقرب من 44% من طلبة الدراسات العليا لجامعة ستانفورد "Stanford" من خارج الولايات المتحدة الأمريكية منذ سنة 1984، وقد ازدادت هذه النسبة لتصل إلى 56% سنة 2010.
- ومما سبق تتعدد ملامح تعليم زيادة الأعمال في جامعة ستانفورد "Stanford" وهو الأمر الذي يعكس حرص السياسة العامة للجامعة على تطوير التعليم الريادي، وتمثل أهم برامج تعليم زيادة الأعمال بالجامعة في:
 - برنامج القيادة التنفيذية العليا في ستانفورد "SSELP": يعد برنامجا تنفيذيا رائدا، يمتد لـ 9 أشهر، وتم تقديمه من طرف مركز ستانفورد روك "Stanford Rock Centre"، ويعد مبادرة مشتركة بين كلية الحقوق وكلية الدراسات العليا في إدارة الأعمال. وقد صمم البرنامج لمساعدة كبار المسؤولين التنفيذيين على تحديد وفهم الموضوعات المهمة التي تلعب دورا محوريا في نجاح أو فشل أنشطة الشركات، ويساعد كذلك على إعداد المديرين التنفيذيين لتولي أدوارا قيادية أكبر داخل الشركة أو الانتقال لأدوار أوسع.
 - مركز ستانفورد للمشاريع التقنية "STVC": هو مركز لزيادة الأعمال تأسس سنة 1995 بكلية الهندسة، ويقدم دورات وبرامج لا منهجية للطلبة، ويساعد على القيام بالبحوث العلمية في مجال المشاريع التقنية ذات التأثير العالي، كما ينتج مجموعة كبيرة ومتنامية من المحتويات عبر الانترنت، إضافة لتوفير الخبرات للأشخاص في جميع أنحاء العالم.
 - برنامج مايفيلد "Mayfield" للمشاريع التقنية بستانفورد "Stanford": يعتبر برنامجا للعمل والدراسة المكثفة لمدة 9 أشهر وهو من أرقى الخبرات في مجال زيادة الأعمال في البلاد، حيث يقدم للطلبة تعليما شاملا في زيادة الأعمال، من حيث فهم المبادئ الرئيسية للقيادة والابتكار والإبداع، ويتضمن سلسلة من الدورات المتخصصة في إدارة المشاريع التكنولوجية، فضلا عن توفير فرص للتدريب على مستوى عالمي، ويتعلم الطلبة مباشرة من خلال أعضاء هيئة التدريس بكليات الهندسة الأخرى، ومؤسسي المشاريع وأصحاب رؤوس الأموال في المجتمع.
 - زمالة القادة الرياديين "DFJ": وتستهدف طلبة الماجستير والمهتمين بالمشاريع الرائدة في الحياة المهنية لمدة 6 أشهر، كما يقدم برامج للطلبة ذوي خبرات مهنية سابقة، أو ذوي الوقت المحدود لمتابعة أنشطة زيادة الأعمال أثناء الدراسة، من خلال ورش العمل والدورات والإرشاد والخبرات الميدانية. وتهدف زمالة "DFJ" لتوفير أكبر قدر ممكن من الخبرات المنظمة للأفراد، في حين تترك مجالاً للطلبة لاستكشاف المواضيع الأكثر ملاءمة لمصالحهم ومسار حياتهم المهنية، ويقتصر التسجيل على 12 فرد من طلبة الماجستير في مجال الهندسة خلال شهري سبتمبر وأكتوبر.
 - برنامج "Accel" للطلبة المبتكرين "AIS": يقدم البرنامج للطلبة المبتكرين تجربة شاملة وعميقة للغوص في عالم تكنولوجيا زيادة الأعمال، واكتشاف مهارات وإمكانيات تسويق التكنولوجيا، وتقييم الفرص، والتدريب على القيادة الريادية، من خلال ورش العمل وفرق المشاريع، ودراسات حالة، والخبرات الميدانية، ويتم من خلاله بناء المعارف والمهارات الريادية، والتصدي للتحديات الريادية واكتشاف الفرص للاستفادة منها.
 - برامج مركز الدراسات الريادية "CESP": ويقوم المركز بتقديم مجموعة من البرامج والمتمثلة في ما يلي:
 - مقررات في زيادة الأعمال والاستثمار في مرحلة مبكرة "CES";
 - برنامج بدء التشغيل "Startup Garage" (برنامج مكثف في التدريب العملي)؛
 - أستوديو المشروع بستانفورد "Stanford";
 - دراسات حالة حول زيادة الأعمال.

- برنامج "Draper Hills" للزمالة الصيفي: أطلقت الجامعة سنة 2005 برنامج "Draper Hills" للزمالة الصيفي في الديمقراطية والتنمية "DHSFDD"، وهو برنامج للتعليم التنفيذي لمدة 3 أسابيع يتم استضافته في مركز جامعة ستانفورد "Stanford" للديمقراطية والتنمية وسيادة القانون. كما يضم مجموعة مكونة من 25 إلى 30 ممارسا في منتصف حياتهم المهنية في مجالات القانون والسياسة والحوكمة والمشاريع الخاصة والمجتمع المدني والتنمية الدولية من البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية، بحيث يوفر هذا البرنامج التدريبي منتدى فريدا للقادة الناشئين للتواصل وتبادل الخبرات وتلقي التدريب الأكاديمي لإثراء معارفهم والنهوض بعملهم.

- برنامج قيادة الأعمال الاجتماعي "PSE": الهدف منه تطوير الخبرة العملية لرواد الأعمال وإيجاد قادة عالميين مبدعين وناشطين ومدافعين عن حقوق الإنسان ودعاة للعدالة بين الجنسين، وكذا بناء جسر بين الأوساط الأكاديمية والممارسين. كما يساهم في توليد نهج مبتكر لتشكيل نماذج أكثر شمولاً من الديمقراطية، وتعزيز التنمية المستدامة وتحفيز التغيير الاجتماعي.

- برنامج الإشعال بستانفورد "Stanford": يتيح هذا البرنامج للمبتكرين صياغة وتطوير وتسويق أفكارهم من خلال التعرض لأساسيات الأعمال، والجوانب العملية وتحديد وتقييم الأفكار التجارية ونقلها للآخرين، ويستغرق البرنامج 100 ساعة من التعليم مخصصة للمحاضرات الصيفية ودورات التدريب، وتقديم المشورة من خلال جلسات مع مدير هيئة التدريس. بالإضافة لذلك يتطلب البرنامج ما يقرب من 100 إلى 150 ساعة إضافية من التحضير لجلسات العمل الجماعي على المشاريع.

2.3 تجربة جامعة يوفاسكولا "Jyväskylä" للعلوم التطبيقية بفنلندا: (جرين، براش، إيزمان، نك، وبيركيز، 2019، الصفحات 40-50)

تعتمد فنلندا مفهومها واسعا عن تعليم ريادة الأعمال، ويرجع تعليم الريادة بشكلها الحالي في فنلندا إلى منتصف عقد التسعينات، ففي سنة 1992 قام المجلس الوطني للتعليم بتعيين لجنة مهمتها وضع تصور عن ريادة الأعمال مع اقتراح نماذج تنموية مختلفة وتطبيقها، بناء على مراجعة الوضع القائم ذلك الوقت، ونتيجة لذلك اقترحت وزارة التعليم والثقافة إطارا لإدراج ريادة الأعمال ضمن المناهج التعليمية في جميع المراحل الدراسية بدءا من المدارس الابتدائية وصولا إلى المرحلة الجامعية.

إن الطريق لتعليم ريادة الأعمال في التعليم العلي في فنلندا لم يكن ممهدا، إلا أن الجامعات بذلت جهودا حثيثة لزيادة الخريجين الراغبين في العمل الحر. كما أسهمت مراكز وحاضنات الأعمال الداعمة للشركات الناشئة وفعاليات مثل "Slash2" في تسليط المزيد من الضوء على تعليم ريادة الأعمال الأكاديمي، كما أن للتعليم العالي دور هام في إطلاق طاقات الابتكار في الشركات الساعية لتحقيق النمو، وتلتزم جميع الجامعات الفنلندية بدعم ريادة الأعمال إلا أن شكل وحجم هذا الدعم يختلفان اختلافا كبيرا، ففي حين يوجد في فنلندا العديد من الممارسات الريادية الناشئة الجيدة بشكلها الأكاديمي، تتفرد تجربة "أكاديمية الفريق" على إتاحة الفرصة لجميع الطلبة للعمل ضمن فريق رواد الأعمال منذ اليوم الأول وطوال البرنامج، بحيث يقومون بإدارة مشاريعهم التعاونية والتعلم باستخدام نقد حقيقي والتعامل مع عملاء حقيقيين.

فبرنامج "أكاديمية الفريق" هو مركز التميز في ريادة الأعمال التابع لجامعة يوفاسكولا "Jyväskylä" للعلوم التطبيقية ويقع مقره في حرم جامعي مستقل، وقد صمم المركز تلبية لاحتياجات فريقه المكون من 180 رائد أعمال. تأسست "أكاديمية الفريق" سنة 1993 لإدارة برنامج تدريب عملي مدته ثلاث سنوات ونصف ويؤهل طلبته لنيل درجة البكالوريوس في إدارة الأعمال. ويعمل حاليا 5 مدربين متفرغين مع 180 طالب في البرنامج ويشترط حصول مدربي البرنامج على درجة جامعية في الأعمال مع خبرة في العمل التجاري وإتمام دراسة المنهج التربوي الخاص بجميع المعلمين في جامعة "Jyväskylä" للعلوم التطبيقية في فنلندا. ويتبع البرنامج منهج التدريب العملي والتعلم مع الأقران عن طريق تشكيل فرق تتكون من 10 إلى 20 طالبا، يتم تكوينهم أثناء مرحلة تعريف الطلبة بالبرنامج، على أن يعمل جميع الطلبة في شكل تعاونيات مستقلة. وعليه يتم تعليم الأعمال عبر ممارستها، ويتبنى البرنامج فلسفة تقوم على فكرة أنه لا يمكن تعليم ريادة الأعمال باعتبارها علما نظريا صرفا، بل يجب أن ترتبط

دائما بالخبرات العملية الفردية. ويتحدى نموذج "أكاديمية الفريق" الوضع الراهن للتعليم والتعلم بالقول أن: لا وجود للطلبة، بل رواد أعمال يعملون ضمن فريق؛ لا وجود للفصول الدراسية، بل مكتب مفتوح لتنفيذ خطة التعليم؛ لا وجود للتعليم، بل للتعلم؛ لا وجود للمعلمين، بل للمدربين؛ لا وجود للمحاكاة، بل للعمل الحقيقي؛ لا وجود للتحكم، بل للتنظيم الذاتي.

ويتم دمج النظرية ضمن البرنامج عبر القراءة عن سبل القيادة والتسويق والإبداع والابتكار وزيادة الأعمال ونمو الشخصية، بحيث يقوم كل طالب بقراءة من 60 إلى 80 كتابا عن النشاط الاقتصادي خلال فترة البرنامج فضلا عن كتابة أطروحة في نهايته، فمع ارتفاع معدلات البطالة بين خريجي الجامعات مؤخرا أصبح لزاما على الجامعات اعتماد مناهج أكثر إبداعية لدعم إنشاء الشركات الجديدة، فكانت "أكاديمية الفريق" رائدة، ليس فقط في تعليم الريادة بل واستخدامها وسيلة للتعليم؛ تعلم الأعمال بممارستها، كما يساعد هذا المنهج أعضاء الفريق على تطوير مهاراتهم وصقلها بما يتناسب مع تحديات القرن الحادي والعشرين، ويستند نموذج "أكاديمية الفريق" على نظرية "Nonaka Takeuchi" المعززة لفرص اكتساب الخبرات ومشاركتها مع الآخرين وإيجاد حلول جديدة محتملة واختبار جميع تلك المفاهيم في صورة ممارسة عملية. ويعتمد منهج "أكاديمية الفريق" التعليمي كلا من التعليم الذاتي الفردي والتعلم الجماعي. ويبدأ الطلبة أولا بكتابة خطة تعلم خاصة بهم تحدد الموضوعات التي يريدون تعلمها، ثم يتم تبادل خطط تعلم أعضاء الفريق وتحديثها بشكل منتظم مع تقدم الطلبة في دراستهم. وتتضمن الأسئلة التي تشملها خطة التعلم:

كما يعمل مدربو الفريق على ضمان انسيابية الحوار بشكل مفصل وعميق بما يكفي، وكذلك عرض ومناقشة الموضوعات من زوايا مختلفة. وتؤدي عملية خلق المعرفة إلى التجربة العملية التي يمكن لفريق رواد الأعمال تطبيقها على شكل حزمة خدمات ضمن مشاريع العملاء، حيث يكون فريق رواد الأعمال نفسه مسؤولا عن جميع أنشطة المبيعات. وتمثل حملات التسويق والفعاليات الخاصة بالعملاء والعروض الترويجية للمنتجات أمثلة نموذجية على الخدمات التي تقدمها الجمعيات التعاونية. وهكذا يجد الطلبة الحافز لتعلم النظرية من خلال تطبيقها الفوري في مشاريع يديرها عملا حقيقيون، ويحافظ الطلبة على مذكراتهم التعليمية لتدوين أفكارهم حول المخرجات الأساسية لعملية التعلم، التي تبادلوها مع باقي أعضاء الفريق عند الالتحاق بالبرنامج، كما يقومون بتحليل عملية التعلم بانتظام وتدوين خواطهم بشأن عوامل الفشل والنجاح الفردي أو الجماعي. وفي الأخير يقومون بتحديث خطط التعلم الفردية وفقا لذلك. وعند إتمام أحد المشاريع يتلقى عضو من الفريق تقييما متكاملا من أعضاء الفريق والمدربين والعملاء. وتضمن هذه الممارسات تنفيذ عملية تعلم فعالة من خلال مقارنة الأقران وبناء مهارات القرن الحادي والعشرين.

ولقد وجد أن 39% من خريجي برنامج "أكاديمية الفريق" استمروا في العمل كرواد أعمال فور التخرج، وبعد عامين قام 47% منهم بتأسيس شركات خاصة. واستطاع 97% من الخريجين الحصول على وظيفة عقب تخرجهم، ويرجع ارتفاع نسب النجاح إلى صقل مهارات الفريق وإلى شبكة العلاقات الواسعة التي يستطيع الطلبة تأسيسها أثناء عملهم مع عدد كبير من مشاريع العملاء خلال رحلة عملهم كرواد أعمال لمدة 3 سنوات ونصف، ويتم تمويل البرنامج من قبل الحكومة بمعدل 13500 دولار أمريكي لكل طالب سنويا، وكذلك يمكن تلقي أموال إضافية من خلال الجوائز المحلية والدولية ومشاريع التنمية، ويقوم الطلبة أنفسهم بإدارة شركات الفريق التعاونية وهو ما يساعد في تحويل فكرة المشروع إلى حقيقة بشكل سريع للغاية. ففي السنة الأولى يبلغ رقم الأعمال عادة بين 34 و68 ألف دولار، بينما يصل في السنة الثالثة إلى نحو 450 ألف دولار. ويدفع رواد الفريق إيجارا متواضعا لمقر العمل وكذلك نفقات تشغيل شركتهم، والتي هي كيان قانوني بالطبع. وتعمل الشركات التي أنشأت أثناء البرنامج وبعده في قطاعات مثل الاستشارات وتنظيم الفعاليات وتجارة التجزئة والإعلانات، بالإضافة إلى شركات أخرى رقمية وخدمية.

ولقد أسهمت نسبة كبيرة من خريجي البرنامج ممن اختاروا دراسة الريادة، في تعزيز الاهتمام به محليا ودوليا. فقد حاز برنامج "أكاديمية الفريق" على شهرة واسعة وصار مقصد الزيارات والمقارنة المرجعية محليا ودوليا، مطلقا شبكة عريضة من الشركات المرتبطة به. وفي فنلندا تشكلت شبكة من 30 مدرسة ثانوية مهنية وجامعة علوم تطبيقية على غرار منهج "أكاديمية الفريق"، كما تشكلت شبكة دولية مكونة من 16 مركزا على غرار البرنامج في اسبانيا، وهولندا وهنغاريا والمملكة المتحدة وفرنسا والبرازيل والأرجنتين. وبالرغم من أن تركيز الشركات الدولية المرتبطة بالبرنامج بشكل رئيسي ينصب على التعلم الجماعي وريادة الأعمال، فإن تطبيق مفهوم البرنامج يختلف من بلد إلى آخر ويخضع لمفهوم التكيف الثقافي.

3.3 تجربة جامعة سنغافورة الوطنية "UNS":

إن نظام التعليم العالي بسنغافورة جد متقدم ولكنه جد انتقائي، بحيث أن أقل من 25% من الطلبة يستطيعون الوصول إلى الجامعة. كما يغادر عدد كبير من الطلبة البلاد كل سنة من أجل متابعة دراستهم العليا في دول أخرى، ومن جهة أخرى تطمح سنغافورة إلى استقبال عدد كبير من الطلبة من دول أخرى. وهناك أربع جامعات وطنية بسنغافورة فقط، وجامعة سنغافورة الوطنية واحدة من بينهم، وتوجد بالقرب من المجمعات التكنولوجية التي توجد بها شركات متخصصة في التكنولوجيا العالية. (بورمان و بشطة، 2021، صفحة 357)

وتقوم الحكومة في سنغافورة بتقديم جهود ملموسة تهدف من خلالها إلى نشر وتطبيق ريادة الأعمال في التعليم، وقد تم تنفيذ مشاريع ريادية عديدة، منها تدريس مقرر ريادة الأعمال، وتوفير درجة جامعية عن مقرر ريادة الأعمال. ويهدف تعزيز ثقافة ريادة الأعمال داخل الجامعات تم إنشاء شركات بين القطاع الخاص والجامعة، الهدف منها تقديم المشاريع الطلابية التي تتسم بالإبداع والابتكار ومنح الطلبة جوائز على تلك المشاريع والمبادرات، بالإضافة لتوفير التعلم التجريبي للطلبة في مجال ريادة الأعمال. فقد تم إنشاء مركز لريادة الأعمال بجامعة سنغافورة الوطنية، حيث يعكف على تقديم العديد من الأنشطة في سبيل تدعيم تعلم ريادة الأعمال بحيث يقوم بما يلي: (عقبة، 2022، صفحة 178)

- تقديم خدمات لدعم ريادة الأعمال من برامج تعليمية ودورات تدريبية من طرف رواد الأعمال وأعضاء هيئة التدريس؛
- تشجيع الابتكار من خلال توفير التمويل للطلبة وتوفير الخطط؛
- توفير حاضنات الأعمال والتدريب العملي للمبتكرين ولرواد الأعمال المتميزين.

وتتمثل منظومة ريادة الأعمال بجامعة سنغافورة الوطنية في ثلاث عناصر هامة وهي: (موسى، 2018، الصفحات 600-603)

1.3.3 فلسفة وأهداف الجامعة: أنشأت جامعة سنغافورة الوطنية "UNS" لجنة ريادة الأعمال وفريقا من المستشارين المهنيين لتقديم التوجيه والمشورة لتطوير وتشغيل برنامج تعليم ريادة الأعمال. كما اعتمدت الجامعة رؤية جديدة تمثلت في "نحو مؤسسة معرفية عالمية".

2.3.3 برامج و أنشطة الجامعة: هناك عدة برامج وأنشطة وفعاليات تقدمها جامعة سنغافورة الوطنية في مجال تعليم ريادة الأعمال، ومن أهمها ما يلي:

- برنامج أبحاث ريادة الأعمال: صممت جامعة سنغافورة الوطنية برنامج لتشغيل الباحثين الذين لديهم نية لتسويق إبداعاتهم وابتكاراتهم.

- دورة ريادة الأعمال: تقدم "كليات ما وراء البحار" "NUS Overseas Colleges" التابعة لجامعة سنغافورة الوطنية منح دراسية لطلبتها، تكون في صورة برنامج مدته سنة كاملة في تعليم ريادة الأعمال في 6 مواقع مختلفة بالخارج، وتهتم هذه البرامج بتوفير التعليم من خلال الخبرة العملية مع التدريب الميداني في الشركات المبتدئة القائمة على التكنولوجيا جنبا إلى جنب مع الدورات

- ذات الصلة، ويشكل برنامج مقدمة في زيادة الأعمال "MIE" ما مجموعه 16 وحدة أكاديمية ويمكن أن تكتمل في سنة دراسية واحدة. ودورات زيادة الأعمال المقدمة بـ "كليات ما وراء البحار" غير مقتصرة على التخصصات التجارية فقط، بل يمكن لطلبة جامعة سنغافورة الوطنية من جميع التخصصات أن تأخذ برنامج قصير في زيادة الأعمال، كما أنها تقدم برنامج صيفي لمدة أسبوعين للمشاركين المحليين والأجانب في مجال زيادة الأعمال.
- زيادة الأعمال العملية: يتم تشجيع الطلبة على حضور "كليات ما وراء البحار" وذلك للحصول على الريادة الدولية وعلى خبرات التدريب الدولي، كما أنها تؤكد على الخبرة الدولية من خلال تحفيز طلبة الدراسات العليا لزيارة مراكز التكنولوجيا.
- الابتكار المستمر للمنهج الدراسي: وضعت جامعة سنغافورة الوطنية برنامج "كليات ما وراء البحار" لتشمل التدريب القائم على التكنولوجيا في المراكز الرائدة عالمياً، وفي نفس الوقت هناك إمكانية للحصول على دروس مستفادة من الجامعات الأجنبية المتميزة في مجال زيادة الأعمال.
- فعاليات التشبيك: تنظم شركة جامعة سنغافورة الوطنية للمشروعات بشكل دوري فعاليات التواصل الرسمية بين الشركات المبتدئة ومستثمري المشروعات والشركاء من الشركات، كما ترتب فعاليات مماثلة مثل عرض الأفلام للشبكات الاجتماعية، وزيارات الطلبة من الخارج.
- النوادي الطلابية لزيادة الأعمال: تعمل جمعية زيادة الأعمال بجامعة سنغافورة الوطنية للخدمات كمركز للتدريب على تنظيم المشروعات والتشبيك، ومساعدة الطلبة على تطوير المهارات والمعارف والاتصال، كما أنها تهدف إلى تعزيز ثقافة المبادرة بينهم، إضافة إلى استضافتها مسابقة عالمية لخطة الأعمال والتي تسمى "المنافسة الاستثمارية لرأس المال الاستثماري لدول شرق آسيا".
- مسابقات خطة العمل: عقدت جامعة سنغافورة الوطنية مسابقة سنوية لخطة الأعمال تحت عنوان "Global Startup @ Singapore" لتشجيع أفكار البدء وتحديد فرص المشروعات المحتملة.
- الدرجات العلمية: تقدم جامعة سنغافورة الوطنية للطلبة درجة البكالوريوس في زيادة الأعمال، غير أنها لا تقدم درجة الماجستير في زيادة الأعمال حتى الوقت الحاضر.
- 3.3.3 الإدارة والتمويل: أما بخصوص مبادرات الإدارة وتمويل المشروعات فإن جامعة سنغافورة الوطنية:
- قسم زيادة الأعمال الأكاديمية: جعلت جامعة سنغافورة الوطنية برامج تعليم زيادة الأعمال جزءاً لا يتجزأ من برامج منظومة زيادة الأعمال بها.
- مركز زيادة الأعمال: أنشأت جامعة سنغافورة الوطنية مركز لإدارة الابتكار وتقنيات زيادة الأعمال، الذي تم تغيير اسمه لاحقاً إلى "مركز زيادة الأعمال" وقد أدرجت فيه مؤسسة لرعاية المبادرات وإنشاء المشروعات.
- صناديق الاستثمار في المشروعات: تعمل مؤسسة جامعة سنغافورة الوطنية للحاضنات في المساعدة على مطابقة المشروعات الجديدة للفكر الريادي، وتساعدتهم في الحصول على التمويل اللازم من مجموعة من المصادر الحكومية والخاصة.
- الحاضنات: تستضيف جامعة سنغافورة الوطنية برنامج "a Start-up Runway program" لتزويد رواد الأعمال من أجل مساعدتهم بشكل شامل لمشروعاتهم الجديدة.
- والملاحظ من تجربة جامعة سنغافورة الوطنية فيما يتعلق بمنظومة زيادة الأعمال أنها تعكس مرحلة التطور التي تشهدها البلاد، وما تحتاج إليه من خبرات ريادية قادرة على إنشاء مشروعاتهم الخاصة، كما أن إنشاء مراكز تعمل في مجال تدريب الطلبة على زيادة الأعمال يعتبر السمة الأبرز في جامعة سنغافورة الوطنية.

4.3 تجربة جامعة أوتارا "Utara" بماليزيا:

- منذ تسعينيات القرن الماضي اهتمت ماليزيا بزيادة الأعمال، وقامت بتوظيف المناهج الدراسية والمقررات في تنشئة الطلبة الجامعيين الرياديين، عبر مختلف الجامعات الماليزية ومن ضمن هذه الجهود: (عقبة، 2022، صفحة 179)
- تقديم مقررات عن زيادة الأعمال تدرس بالجامعة ضمن المناهج كمقررات اختيارية وإجبارية؛
 - تشجيع ثقافة زيادة الأعمال وتقديم الحوافز المادية والمعنوية للطلبة؛
 - تقديم برامج تساعد على اكتشاف الطلبة الرياديين ومحاولة توظيف قدراتهم الإبداعية ودعمهم؛
 - إنشاء مراكز متخصصة لتدعيم الفكر الريادي وتنمية مهارات الطلبة على الابتكار وتقديم الاستشارات؛
 - تعليم الطلبة كيفية إعداد خطط العمل للمشروعات الجديدة والقيام بدراسات الجدوى والمتابعة المستمرة، بالإضافة لتنظيم ندوات من قبل رواد أعمال بارزين بالمجتمع الماليزي؛
 - اهتمام العديد من الجامعات الماليزية بزيادة الأعمال منها: جامعة "Utara"، جامعة "Malaya"، جامعة الوسائط المتعددة.
- ولقد قدمت خطة ماليزيا الوطنية للتعليم العالي (2007-2010) تصورا واضحا للتحويل من التعليم التقليدي للتعليم الريادي، من أجل تضمين مهارات تنظيم المشاريع بين الطلبة الجامعيين، وهذه التطورات في تعليم زيادة الأعمال بماليزيا تؤكد على أهمية إيجاد نظام بيئي للتعليم الريادي بالتعليم العالي. ومع إنشاء وزارة لريادة الأعمال والتنمية التعاونية سنة 1995 تم تعزيز أنشطة ريادة الأعمال، بحيث أصبحت هيئة تنسيقية توفر المعلومات والتدريب والمساعدة المالية، والمباني اللازمة لدعم أصحاب المشاريع، أما حاليا ألغيت ونقلت اختصاصاتها لوزارة التجارة الداخلية.
- ففي جامعة أوتارا الماليزية يتم تنظيم زيادة الأعمال المبرمجة في إطار معهد التعاون وتنمية زيادة الأعمال "CEDI"، ويتمثل دوره في تطوير وتدريب الأفراد في سياق تنظيم المشاريع، ويتلقى جميع الطلبة بالجامعة أحد أشكال المعرفة الريادية من خلال أربع مبادرات لتحفيز اهتمامهم بأنشطة زيادة الأعمال. وتتماشى فلسفة وأهداف برامج تعليم زيادة الأعمال مع فلسفة الجامعة وأهدافها الرامية من خلالها لتوليد مدراء ورجال أعمال قادرين. فمنذ إنشائها قدمت أربع برامج مختلفة في التدريب على تنظيم المشاريع، إضافة لمجموعة متنوعة من برامج تعليم زيادة الأعمال، كنتيجة للتفاعل بين التأثيرات البيئية، وعمليات التخطيط والبحث والتطوير لتعليم زيادة الأعمال، والتدريب الريادي، والتي تعتبر انعكاسا للسياسات الحكومية، كالسياسة الاقتصادية الجديدة، والسياسة الإنمائية الوطنية التي تؤكد على أهمية أصحاب المشاريع في تشكيل الأهداف القومية والإنمائية الوطنية العامة، وفي سنة 1992 احتلت جامعة أوتارا شهرة كبيرة وأضحت مركزا لريادة الأعمال في ماليزيا. وتتمثل هذه البرامج في:
- 1.1.3 برنامج المشاريع الطلابية: تم تطويره لزيادة عدد رواد الأعمال في ماليزيا، من خلال غرس قيم زيادة الأعمال بين الطلبة، وقد تم وضع خطة العمل الخاصة في البداية تحت إشراف مركز البحوث والاستشارات، وفي سنة 1993 تم تسليم البرنامج إلى مركز الأعمال وتنمية الأعمال الحرة "BEDEC" بعد الأداء الواعد للمشاركين فيه. وتم تغيير مسمى المركز إلى معهد تنمية المشاريع "EDI"، وتشمل أنشطة التبادل الإلكتروني للبيانات والبحوث والاستشارات، والتدريب ونشر المعلومات على منظمي المشاريع والوكالات المحلية، ويتم توجيه هذه الأنشطة من خلال وحدة استشارات تنظيم المشاريع ووحدة التدريب على تنظيم المشاريع ومركز الإعلام وبرنامج المشاريع الطلابية.

2.1.3 الدورات التدريبية المشتركة بين الجامعات: تعتبر جزء من متطلبات الجامعة، فعلى أي طالب - عند التحاقه بأي برنامج - كسب ما لا يقل عن 04 ساعات معتمدة من المناهج الدراسية المشتركة، وحاليا تضم الجامعة 16 قسما للمناهج الدراسية المشتركة، ولكل منها وحدات فرعية خاصة بها، والتي يمكن للطلبة الالتحاق به. ومنذ ماي 1997 عرضت زيادة الأعمال باعتبارها واحدة من الأنشطة والهدف من ذلك هو خلق الوعي في دراسة تنظيم المشاريع وإدارة الأعمال للطلبة في أي برنامج.

3.1.3 مقرر أساسي في زيادة الأعمال: بداية الموسم الدراسي 2003-2004 اشترطت الجامعة عند التخرج على جميع الطلبة الدارسين في مختلف البرامج الدراسية التسجيل للحصول على مقرر أساسي في زيادة الأعمال. بهذه الطريق يتعرض كل طالب في الجامعة لدراسة زيادة الأعمال، ومع ذلك يصبح من واجب كل هيئة تدريس تسجيل طلبتهم بهذا المقرر، فضلا عن توفير المحاضرين لتدريسه، كما يجب على المحاضرين من الكليات خارج كلية إدارة الأعمال الخضوع للتدريب تحت إشراف قسم زيادة الأعمال كي يصبحوا مؤهلين لتدريس هذا المقرر.

4.1.3 برنامج شهادة البكالوريوس مع مرتبة الشرف في زيادة الأعمال: لفترات طويلة عرضت زيادة الأعمال كمقرر اختياري للطلبة في ثلاثة برامج مختلفة في إدارة الأعمال، التعليم الريادي، وبرامج السياحة والضيافة وإدارة البيئة، وإدراكا من الجامعة أن دراسة مقرر واحد أو دورة واحدة غير كاف لتعليم زيادة الأعمال، تقرر تقديم برنامجا كاملا لا سيما وأن الهدف من الجامعة هو تثقيف الأغلبية من رواد الأعمال المحتملين حول زيادة الأعمال. (أرناؤوط، 2017، الصفحات 237-242)

4. خاتمة:

أولت هذه الدراسة اهتمام ببرامج تعليم زيادة الأعمال كسبيل وبديل ورؤية جديدة لتحقيق الجامعة الريادية نتيجة للتحديات والتغيرات التي تواجهها في بيئتها الداخلية والخارجية، وهذا لكي تقوم بأدوارها الرئيسية وخاصة دورها الريادي في خدمة المجتمع وتستجيب لظروفه واحتياجاته وخاصة في تحسين دور الشباب في المجتمع والاقتصاد وزيادة الوعي نحو العمل الحر، وعلى ضوء ما سبق تمخضت لنا مجموعة من النتائج يمكن عرضها على النحو التالي:

- ✓ الهدف من برامج تعليم زيادة الأعمال هو خلق أفراد مبادرين ومبتكرين ومبدعين قادرين على إنشاء مشروعات جديدة تتسم بالنمو أو بتطوير مشروعات قائمة وتنميتها، وخلق الثروة والمساهمة في تدعيم العلاقة بين المجتمع الأكاديمي ومجتمع الأعمال؛
- ✓ إن التحدي الرئيسي لبرامج تعليم زيادة الأعمال لا يقتصر على دعم وبناء وتزويد المعارف والمهارات الريادية لدى الطلبة، بل يركز كذلك على تمكينهم وتوفير متطلبات وفرص التطبيق الفعلي والتجريبي وتطوير الخبرة العملية لديهم؛
- ✓ تعمل برامج تعليم زيادة الأعمال على توفير بيئة محفزة لنشاط زيادة الأعمال وإنشاء المشروعات الابتكارية والإبداعية؛
- ✓ الأهمية المتنامية للمعرفة والدور الجديد للجامعة المتمثل في احتضان المنظمات القائمة على التكنولوجيا، بوأت الجامعة مكان أكثر وضوحا لدى كل من المجتمع والحكومة والصناعة؛
- ✓ إن اهتمام الجامعات ببرامج تعليم زيادة الأعمال كان سببا رئيسيا في تحقيق ريادتها وكذا تنمية العديد من الاقتصاديات والمجتمعات الدولية؛

✓ ساهمت سلسلة المقررات والمشاريع والبرامج ومراكز التعليم الريادي بجامعة "Stanford" أن تكون مصدر دخل لها، وسبب في تكوين خريجين مؤسسين ومنشئين وقادة لآلاف من الشركات الرائدة بالولايات المتحدة الأمريكية؛

✓ أتاح برنامج "أكاديمية الفريق" بجامعة Jyväskylä بفنلندا الفرصة لجميع الطلبة العمل ضمن فريق رواد الأعمال وكذا القيام بإدارة مشاريعه التعاونية والتعلم من خلال نقد حقيقي والتعامل مع عملاء حقيقيين؛

✓ ساهمت رؤية جامعة سنغافورة الوطنية UNS المتمثلة في "نحو مؤسسة معرفة عالمية" من خلال برنامجها "كليات ما وراء البحار" أن تكون صورة عاكسة لمرحلة التطور التي شهدتها سنغافورة بحيث أضحت مثال يقتدى به بين الدول؛

- ✓ اكتسبت جامعة "UTARA" شهرة كبيرة وأضحت مركزا لريادة الأعمال بماليزيا من خلال برامج التعليم الريادي المقدمة من طرف معهد التعاون وتنمية ريادة الأعمال "CEDI"، بحيث يتعرض كل طالب في الجامعة لدراسة ريادة الأعمال بدون استثناء. التوصيات: وبالاستناد على النتائج التي توصلت إليها الدراسة ورؤية الباحثين للموضوع، فهذا يسمح لنا بتقديم بعض المقترحات أو التوصيات التي يؤمل أن تسهم في دعم تطبيق وتبني برامج تعليم ريادة الأعمال من طرف الجامعات، ومن بينها:
- العمل على تعليم الطلبة أساسيات ريادة الأعمال وممارسة الأنشطة المختلفة لملكية المشاريع وإتقان مهارات النجاح في اقتصاد العمل الحر، وتوعيتهم بالكفاءة وتعلم الحديث بلغة الأعمال، فيرون المشكلات من وجهة نظر رواد وأرباب أعمال؛
 - الاعتماد على الطرق والمناهج القائمة على الممارسة الفعلية، وتمكين الطلبة من الاحتكاك المباشر بنماذج ناجحة لرواد أعمال والوقوف على عوامل نجاحها، وتقريبهم من هيئات الدعم والمراقبة والتمويل وحاضنات الأعمال المقامة بالجامعة للتكفل بأفكارهم وتحفيزهم ومساعدتهم على تجسيدها واقعا، بالإضافة لتحسيسهم بعلاقة الجامعة بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي نتيجة إبرامها لشراكات واتفاقيات مع مختلف مؤسسات قطاع الأعمال لفتح مجال التربص الميداني؛
 - المساعدة على دعم الاتجاهات والمهارات الشخصية المشكلة للأساس العقلي والسلوكي لريادة الأعمال، وتحسين عقلية الطلبة لتمكينهم أن يكونوا أكثر إبداعا وثقة بالنفس في كل الأفعال التي يقومون بها، وكذا تنمية الاتجاهات الايجابية نحو ريادة الأعمال والعمل الحر؛
 - تحويل الجامعة من الأدوار التقليدية كمقدم للتعليم وصناعة المعرفة إلى شريك حقيقي يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وكذا من خلال تسويق مخرجات الأبحاث العلمية لتطوير الاقتصاد الوطني وخلق الثروة من خلال إقامة المشروعات الريادية المبتكرة وإيجاد الحلول للمشكلات المطروحة، بالإضافة للسعي لدمج التكنولوجيا ضمن مختلف العمليات التي تحدث داخلها، مع وضع استراتيجية تراعي التقنيات الرقمية الحديثة، بما يضمن تحقيق ريادتها؛
 - من أجل ضمان نجاح برامج تعليم ريادة الأعمال وبغرض تحقيق ريادة الجامعات، نقترح عقد المزيد من الفعاليات والمؤتمرات والمنتديات والاطلاع على الممارسات التطبيقية الدولية الرائدة والوقوف على أسباب وعوامل نجاحها.

5. قائمة المراجع:

1. Tom Martin & Associates/TMA, (Novembre, 2016), Best practice in Entrepreneurship Education and Training in the Further Education and Training sector -final report, the Institute of Management Consultants and Advisers, Ireland.
2. رمزي سمير شكشك، (2023). أثر التعليم لريادة الأعمال على نية الطلبة لإنشاء المشاريع الريادية: دراسة حالة كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة-قطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 31 (العدد 2)، الجامعة الإسلامية غزة عمادة شؤون البحث العلمي والدراسات العليا، فلسطين (قطاع غزة).
3. منذر المصري، محمد الجمي، أحمد الغساني، أبو بكر بدوي، (2010)، التعليم للريادة في الدول العربية، مشروع مشترك بين اليونسكو ومؤسسة StartREAL البريطانية، دراسات حالة عن الدول العربية الأردن تونس سلطنة عمان مصر، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، مكتب اليونسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية بيروت، لبنان.
4. محمد محمد عبد التواب عقبة، (2022)، تصور مقترح لتفعيل آليات التعليم لريادة الأعمال بالسنة التحضيرية بالجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة على ضوء الخبرات الأجنبية رؤية 2030 (دراسة مقارنة)، مجلة جامعة أم القرى للعلوم النفسية والتربوية، المجلد 14 (العدد 1)، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
5. حنان حسن سليمان، (2018)، تصور مقترح لتلبية المتطلبات الإدارية اللازمة لدعم تعليم ريادة الأعمال لطلاب التعليم الثانوي الفني الصناعي في مصر، مجلة كلية التربية بالإسماعيلية، المجلد 2018 (العدد 42 ج 1)، جامعة قناة السويس كلية التربية، مصر.
6. Alain Fayolle, Benoît Gailly, Narjisse Lassas-Clerc, (2006), Assessing the impact of entrepreneurship education programmes a new methodology, Journal of European Industrial Training, Vol.30 (No.9), Emerald.

7. أحمد إبراهيم سلمى أرناؤوط، (2017)، دراسة مقارنة لبرامج تعليم زيادة الأعمال ببعض الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية وماليزيا وإمكانية الاستفادة منها في مصر، مجلة التربية المقارنة الدولية، المجلد 7 (العدد 7)، الجمعية المصرية للتربية المقارنة والإدارة التعليمية، مصر.
8. إكرام عبد الستار محمد دياب، (2020)، دراسة مقارنة لبرامج زيادة الأعمال بالتعليم قبل الجامعي في كلا من الولايات المتحدة الأمريكية والصين وفنلندا وإمكانية الاستفادة منها في مصر، المجلة التربوية، المجلد 2020 (العدد 80)، جامعة سوهاج كلية التربية، مصر.
9. عبيد كمال محمد عثمان، (2018)، فاعلية أنشطة متكاملة في تنمية معارف ومهارات قيادة الأعمال والاتجاه نحوها لدى طالبات شعبة الملابس الجاهزة بالمدرسة الثانوية الصناعية، المجلة التربوية، المجلد 51 (العدد 51)، كلية التربية بسوهاج، مصر.
10. Michael Lorz,(2011), The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention, Doctor of Philosophy in Management, University of St.Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs, Bamberg Germany.
11. Ramesh Chander Devrath, Ramakrishna Kongalla,(2020), Entrepreneurship Education among Indian Youth: Challenges and Prospects, Quest journals, Journal of Research in Business and Management, Vol.10, Issue7,India.
12. مجموعة البنك الدولي، (2015)، برامج تعليمية وتدريبية لريادة الأعمال حول العالم: أبعاد النجاح، الموقع:
13. <https://www.albankaldawli.org/ar/topic/education/publication/entrepreneurship-education-and-training-programs-around-the-world-dimensions-for-success.print> (22/03/2023, 21:37).
14. عيسى قروش، سمية فضلي (2020)، مساهمة برامج التعليم الجامعي في تعزيز المهارات والمعارف للطلبة في مجال زيادة الأعمال، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7 (العدد 3)، جامعة بشار، الجزائر.
15. قري في عبد العزيز، (2021)، قياس اتجاهات طلبة الماستر لمكانة برامج تعليم زيادة الأعمال في تحفيزهم نحو التفكير الريادي دراسة ميدانية لأراء عينة من طلبة ماستر تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة بجامعة باجي مختار، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، المجلد 4 (العدد 2)، المركز الجامعي إليزي، الجزائر.
16. سعود بن رغيان الرويلي، (2021)، المتطلبات المستقبلية لتطبيق صيغة الجامعة الريادية في الجامعات السعودية الناشئة، مجلة جامعة الملك خالد للعلوم التربوية، المجلد 32 (العدد 1)، جامعة الملك خالد للعلوم التربوية، الجزائر.
17. فاطمة صلاح الدين رفعت محمد، صلاح الدين محمد توفيق، هاني محمد يونس موسى، (2020)، الجامعة الريادية صيغة مقترحة لتطوير التعليم الجامعي المصري المعاصر، مجلة كلية التربية بنها، المجلد 31 (العدد 123)، جامعة بنها، مصر.
18. إيمان جمعة محمد عبد الوهاب، (2018)، مسارات التحول بمؤسسات التعليم الجامعي المصري نحو صيغة الجامعة الريادية دراسة استشرافية، مجلة كلية التربية، المجلد 2 (العدد 1، الجزء 2)، جامعة كفر الشيخ كلية التربية، مصر.
19. عبد الرحمن حسان منصور إسماعيل، حلمي علي محمد الشيباني، (2022)، متطلبات تطبيق الجامعة الريادية في جامعة تعز، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، المجلد 2022 (العدد 22)، جامعة تعز فرع التربية، اليمن.
20. نهال مجدي إبراهيم أحمد، (2022)، معوقات تحول جامعة المنصورة إلى جامعة ريادية وسبل التغلب عليها دراسة ميدانية، مجلة كلية التربية، المجلد 118 (العدد 4)، جامعة المنصورة، مصر.
21. عماد عبد اللطيف محمود عبد اللطيف، مصطفى أحمد أمين، (2021)، متطلبات تحويل الجامعات المصرية إلى جامعات ريادية في ضوء الهندسة العكسية: دراسة ميدانية، المجلة التربوية، المجلد 87 (العدد 87)، كلية التربية جامعة سوهاج، مصر.
22. هبة توفيق أبو عيادة، إيناس نبيل رضوان، (2021)، تصور مقترح لتحويل الجامعات الأردنية إلى جامعة ريادية في ظل جائحة كوفيد 19، مجلة دراسات، المجلد 2021 (العدد 102)، جامعة عمار ثلجي الأغواط، الجزائر.
23. راشد بن محمد الحمالي، هشام يوسف مصطفى العربي، (2016)، واقع ثقافة زيادة الأعمال في جامعة حائل وآليات تفعيلها من وجهة نظر الهيئة التدريسية، المجلة التربوية، المجلد 76 (العدد 76)، رابطة التربويين العرب، مصر.
24. باتريشيا جرين، كانديدا براش، إلين إيزمان، هايدي نك، سام بيركينز، (2019)، تعليم زيادة الأعمال: نظرة عالمية من الممارسة إلى السياسة حول العام، مؤتمر القمة العالمي للابتكار في التعليم، مؤسسة قطر، قطر.
25. عبد القدر بورمان، بلال بشطة، (2021)، أهمية التعليم الريادي في تعزيز التوجه المقاولاتي في الجزائر-إشارة إلى تجربة سنغافورة، مجلة الإبداع، المجلد 11 (العدد 2)، جامعة البليدة 2، الجزائر.
26. أحمد محمد بكرى موسى، (2018)، منظومة زيادة الأعمال بجامعات كل من سنغافورة وتايوان والمملكة العربية السعودية: دراسة مقارنة، مجلة كلية التربية، المجلد 37 (العدد 178 ج2)، جامعة الأزهر، مصر.

الوصول إلى ريادة الأعمال في المؤسسات ونماذج مقترحة لتجارب ريادة الأعمال في بعض دول العالم

Access to entrepreneurship in institutions and suggested models for entrepreneurship experiences in some countries of the world

حمدان زينب¹، العكلي الجليلي²

¹ جامعة سعيدة الدكتور مولاي الطاهر (الجزائر)

² جامعة سعيدة الدكتور مولاي الطاهر (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية وصول المؤسسات إلى ريادة الأعمال، مع استعراض مراتب البلدان الرائدة حسب المؤشر العالمي لريادة الأعمال (GEI) لسنة 2019، وتسليط الضوء على بعض التجارب الدولية والعربية في ممارسات ريادة الأعمال، مثل تجربة الولايات المتحدة الأمريكية، سنغافورة، فنلندا، الصين، الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية، وذلك من أجل استخلاص أهم الاقتراحات في مجال ريادة الأعمال، مع إبراز أهمية الموضوع بوصفه أحد الخيارات التي تلجأ إليها المؤسسات للتكيف والتلاؤم مع متطلبات المنافسة في بيئة الأعمال، وتأثيره على الاقتصاد من خلال توليد عدد كبير من فرص العمل، وزيادة الناتج المحلي الإجمالي ونصيب الفرد من الدخل القومي، واهتمام الحكومات بالجانب التعليمي لريادة الأعمال في المؤسسات التعليمية، مع دعم رواد الأعمال من خلال الجودة التنظيمية ورأس المال المخاطر والتكنولوجيا والابتكار العملي.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ المؤشر العالمي لريادة الأعمال (GEI)؛ بيئة الأعمال؛ المنافسة؛ تجارب الدول.

Abstract: This study aims to identify how institutions reach entrepreneurship, with a review of the ranks of the leading countries according to the Global Entrepreneurship Index (GEI) for the year 2019, and to shed light on some international and Arab experiences in entrepreneurial practices, such as the experience of the United States of America, Singapore, Finland, China, United Arab Emirates and Saudi Arabia. This is in order to extract the most important suggestions in the field of entrepreneurship, while highlighting the importance of the subject as one of the options that institutions resort to adapt the requirements of competition in the business environment, and its impact on the economy by generating a large number of job opportunities, Increase gross domestic product and per capita share of national income, and the interest of governments in the educational aspect of entrepreneurship in educational institutions, while supporting entrepreneurs through organizational quality, risk capital, technology and practical innovation.

Keywords: Entrepreneurship ; Global Entrepreneurship Index (GEI) ; Business Environment ; Competition ; Country

1. مقدمة:

تعتبر ريادة الأعمال أمراً حيوياً لاقتصاد أي بلد لأنها تدعم مساهمة الحكومة في توفير السلع والخدمات، بالإضافة إلى خلق الوظائف وجلب الثروة على المستوى المحلي (Harada, 2022,p1)، كما أنها تساهم في النمو الاقتصادي والابتكار، وزيادة الرخاء داخل المجتمعات، فالحكومات تهتم بريادة الأعمال وتعتبرها عاملاً أساسياً في الاعتراف بتقدم المجتمع، كما تختلف ريادة الأعمال في البلدان وفقاً للنتائج المحلي الإجمالي ووفقاً لمستوى النمو الاقتصادي للبلد، إن حركة ريادة الأعمال هي استجابة للبيئة الاقتصادية، والتي تشمل تمويل السياسات العامة والبرامج المتخصصة والتعليم والتدريب والتقدم التكنولوجي والبنية التحتية في المجالين المادي والثقافي (سايبو، 2021، ص91)، حيث أظهرت التجارب العالمية أن ريادة الأعمال تحفز خلق الوظائف، فمعظم الوظائف الجديدة يتم إنشاؤها من قبل الشركات الشابة، والتي تسهم في زيادة المبيعات والإنتاجية (الجزار، 2019، ص2).

يعتبر الدعم الحكومي مهم لتحرير الاقتصادات الناشئة حيث يمهد لريادة الأعمال الطريق للاستثمار الأجنبي، ويغرس تكنولوجيا جديدة ويزيد بشكل كبير من معدلات التوظيف، ولقد أظهرت دول مجلس التعاون الخليجي بالفعل مبادرات جديدة لتطوير ريادة الأعمال مثل واحة قطر للعلوم والتكنولوجيا، ومدينة المعرفة الاقتصادية في المملكة العربية السعودية، وواحة المعرفة في سلطنة عمان، ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم في دبي (Saber & Hamdan, 2019,p6)، فريادة الأعمال المبنية على آلية تحويل الأفكار الرائدة إلى مشروعات ناجحة أمر يتطلب العديد من المقومات، ونضج النظم الإيكولوجية الأساسية بالدولة التي تدعم ريادة الأعمال، والجدير بالذكر أنه لم تعد الحكومات هي المسؤول الوحيد عن تطور ريادة الأعمال والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، بل تعد مسؤولية العديد من المؤسسات والقطاعات الخاصة (الجزار، 2019، ص2). ومما سبق يمكن صياغة الإشكالية لهذه الدراسة بالشكل التالي: كيف يمكن للمؤسسات الوصول إلى الريادة، وفيما تتمثل

أهم التجارب العالمية الناجحة في ريادة الأعمال؟

1.1. أهمية الدراسة: تعتبر هذه الدراسة مهمة لأنها تعالج موضوع ريادة الأعمال وتأثيرها على الاقتصاد والذي يمكن الإشارة إليه في التالي: (المبيريك & الجاسر، 2014، ص9)

- دور ريادة الأعمال في التنمية الاقتصادية من خلال زيادة الناتج المحلي الإجمالي ونصيب الفرد من الدخل القومي، فضلاً عن مساهمتها في إحداث تغييرات في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية للأمم، والنمو وزيادة الإنتاجية؛
- لريادة الأعمال العديد من الفوائد الاجتماعية والاقتصادية، مثل تشجيع الاستثمار، وجذب رأس المال، وزيادة قيمة العملة الوطنية، وحل قضايا البطالة والفقر، ورفع مستويات المعيشة؛
- إدراك العوامل التي تؤثر على ريادة الأعمال من أجل فهم كيفية مساعدة وتنمية الأعمال التجارية بطريقة شاملة؛
- تتمثل أهمية الريادة في إعادة تجديد اقتصاد الدولة وابتكار فرص الابداع واستغلال الفرص السوقية؛
- وستعرض الدراسة الوضع الحالي لريادة الأعمال عالمياً وعربياً حسب المؤشر العالمي لريادة الأعمال الصادر عن المعهد العالمي لريادة الأعمال والتنمية (GEDI) وتصنيفات مراتب الدول، وعرض عدد من التجارب العالمية والعربية.

2.1. أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- محاولة الإحاطة بمختلف المفاهيم المتعلقة بريادة الأعمال؛
- تسليط الضوء على تصنيفات الدول حسب المؤشر العالمي لريادة الأعمال (GEI)؛
- الوقوف على أهم التجارب العالمية والعربية الناجحة في مجال ريادة الأعمال.

3.1. هيكل الدراسة: ومن أجل الإلمام بجميع جوانب الموضوع وسعياً للإجابة على الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم الدراسة إلى:

- المحور الأول: عموميات حول ريادة الأعمال؛

- المحور الثاني: النظام البيئي لريادة الأعمال والعوامل المؤثرة فيه؛

- المحور الثالث: تصنيفات الدول حسب المؤشر العالمي لريادة الأعمال (GEI)؛

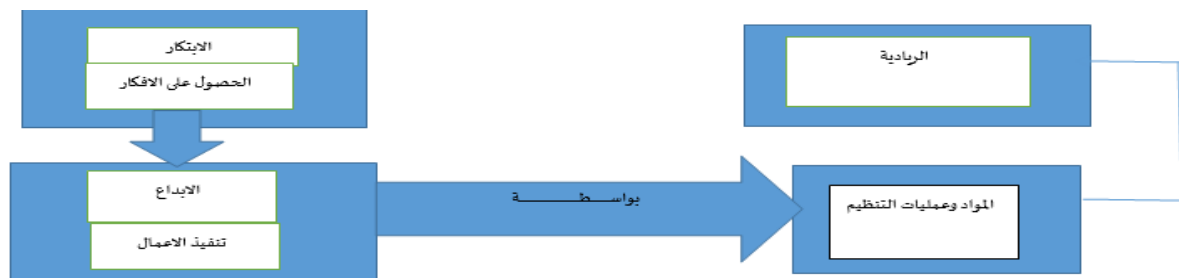
- المحور الرابع: بعض التجارب العالمية والعربية في مجال ريادة الأعمال.

2. المحور الأول: عموميات حول ريادة الأعمال

1.2. مفهوم ريادة الأعمال: تشير الدراسات إلى أن أصل الكلمة فرنسي ويرجع إلى العالم الاقتصادي الشهير جين ساي، الذي استخدم المصطلح في العام 1800، و غالباً ما ترتبط ريادة الأعمال بإنشاء المؤسسات ، إما بدافع الحاجة إلى البقاء أو الرغبة في الاستفادة من الفرص (دروم، 2019، ص2)، هناك عدد من التعريفات التي تم اقتراحها، ولا يوجد إجماع على تعريف واحد ، ولا يمكننا التطرق إلى هذه التعريفات دون الرجوع إلى الاقتصادي النمساوي جوزيف شومبيتر (Joseph Schumpeter) ، الذي يؤكد أن رائد الأعمال هو شخص يستخدم الاختراع في بيئة تجارية ، ويشير إلى مهارة واستعداد الأشخاص للتعرف على الفرص وخلقها بشكل فردي ، او جماعي داخل وخارج المنظمات (Rosario et al., 2019,p3).

و عرف Drucker Peter الريادة بأنها قدرة المنظمة على تعظيم العوائد والأرباح من خلال استغلال امثل و الممكن للفرص لتحقيق التميز، و القدرة على المنافسة (علاي & علاي، 2021، ص464)، ويرى بعض الأكاديميين أن دراسة موضوع الريادة بدأ مع الاقتصادي (Joseph Schumpeter) وأكد في كتاباته أن تكوين الثروة يقتضي التغيير والتجديد ، سواء من خلال طرح سلعة أو خدمة جديدة في السوق ، أو اعتماد نمط جديد للإنتاج ، أو اقتحام سوق جديد ، أو إنشاء هيكل تجاري جديد (دروم، 2019، ص3)، وحسب دراسة (Harada, 2022)، فإن ريادة الأعمال أمر بالغ الأهمية لمجموعة متنوعة من الأسباب ، بما في ذلك تعزيز التكيف الاجتماعي وتحفيز الابتكار في دولة معينة. كثيراً ما ينظر إلى رواد الأعمال على أنهم أصول وطنية يجب تطويرها وتحفيزها وتعويضها بإنصاف قدر الإمكان حتى يتمكنوا من الاستمرار في تعزيز خلق فرص العمل والمساهمة في التقدم العام للبلد، تم ربط ريادة الأعمال بالابتكار. وفقاً لنظرية (Joseph Schumpeter) ، او مايسمى بنظرية "التدمير الخلاق" ، حيث تتمثل هذه العملية "التدمير الخلاق" من خلال اغتنام الفرص وتطوير التكنولوجيا و المفاهيم الجديدة لصنع منتجات مبتكرة (سايي، 2021، ص92). تعرف ريادة الأعمال حسب مرصد الريادة العالمي (GEM) كمظهر من مظاهر الجهود الفردية أو الجماعية التي تنتج السلع والخدمات بهدف جني الأرباح. وفقاً لذلك ، فإن الشخص الذي ينشئ المشروع ويديره ويتحمل مخاطره فهو رجل أعمال ، او فيما كان مسجلاً بصفة شخصية اعتبارية وغير منظم (المطيري، 2019، ص3)، يعد الإبداع من متطلبات الريادة .ويعد عامل مهم لتنافسية المنظمات في مجال عملها، لأنه يساهم في التفرد بمنتجاتها او عملياتها او أسواقها عن المنافسين الآخرين ويحقق الميزة التنافسية المستدامة ضمن محيطها الأزرق (حسن، 2013، ص287)، والشكل التالي يوضح الريادية ضمن محيطها الأزرق.

الشكل(1): الريادية ضمن محيطها الأزرق



المصدر: حسن، ميسون علي، (2013)، الريادة في منظمات الاعمال مع الاشارة لتجربة بعض الدول ، جامعة بابل مجلة العلوم الإنسانية، ص287.

2.2. صفات رائد الأعمال: عرف المفكر الاقتصادي جوزيف شومبيتر (1883-1950)، الريادي بأنه "المدمر الخلاق" (Creative Destruction) ID الذي يفكك الأساليب التقليدية للإنتاج والتسويق والأنشطة التجارية الأخرى ذات الصلة بالأعمال التجارية (دروم، 2019، ص4)، ورواد الأعمال هم أولئك الذين لديهم رؤية للتعرف على الابتكار والدافع لتسويقه، وهم الجسر بين الاختراع والتسويق (Ács et al., 2019,p1)، وهم الأشخاص الذين يقومون بتحديث وسائل الإنتاج وتقديم منتجات جديدة والميل نحو المخاطرة (القرنة، 2014 ص17)، ويساهم رواد الأعمال في تحسين مستوى التنوع الاقتصادي والإبداع في تقديم السلع والخدمات وفتح أسواق جديدة وتحسين القدرة التنافسية، ويمكن تفريق بين العرض والطلب على ريادة الأعمال، يشير الطلب إلى الفرص المتاحة للنشاط الاقتصادي، بينما يشير العرض إلى المهارات المطلوبة والموارد المتاحة (Saberi & Hamdan, 2019,p4).

إن ظهور السلوك الريادي يتأثر أيضا بشكل كبير بالثقافة، من خلال القيم والمعايير الاجتماعية التي يمكن أن تحفز أو تمنع المواقف والطموحات الريادية (Inacio Junior et al., 2021,p3)، ينظر إلى رواد الأعمال على أنهم أصول وطنية يجب غرسها وإلهامها وتطويرها إلى أفضل مستوى ممكن للتأكد من أنهم قد يتقدمون بروح خلق فرص العمل بالإضافة إلى مساهمتهم في التنمية الاقتصادية للدولة (Harada, 2022p5)، ويعرف كيرزنتز (1997) Kirzner رائد الأعمال على أنه فرد يستكشف فرص السوق ويحقق التوازن النسبي للأسواق (Inacio Junior et al 2021,p3)، فالريادي لديه سمات متفرد بها تكون جزءا من شخصيته، وتكون نتاج البيئة المحيطة به كالأسرة، المدرسة، المجتمع.

3.3. أهم صفات رائد الأعمال (المطيري، 2019، ص 3-4):

- يتصف بالقيادة وروح المغامرة وحسن الإدارة؛ له القدرة الابتكار والإبداع والعمل المنظم؛
- يتمتع بروح المغامرة وشخصية مبادرة حرة، يؤمن بالاستقلالية، لا يحب إلقاء الأوامر عليه، متفائل بطبيعته، قوي الإيمان بنفسه، حالم، يتمتع بالثقة بالنفس بأنه سيغير العالم؛
- يتقبل العائد الإيجابي والسلبي؛
- مؤمن بفكرة النجاح، وامتلاكه الطاقة والإمكانيات لتخطي الصعوبات في سبيل تحقيق أهدافه؛
- الاستعداد وميل نحو المخاطرة؛ الرغبة في النجاح؛

4.2. مهارات رائد الأعمال: هناك مجموعة من المهارات الواجب توافرها في رائد الأعمال، يمكن تصنيفها في ثلاثة مهارات (دروم، 2019، ص8):

- مهارات تقنية: مهارات الكتابة والاتصال والوعي بالبيئة وإدارة الأعمال القائمة على التكنولوجيا، ومهارات الاستماع، والمهارات التنظيمية، والقدرة على تكوين الروابط والشبكات، والقدرة على العمل الجماعي؛

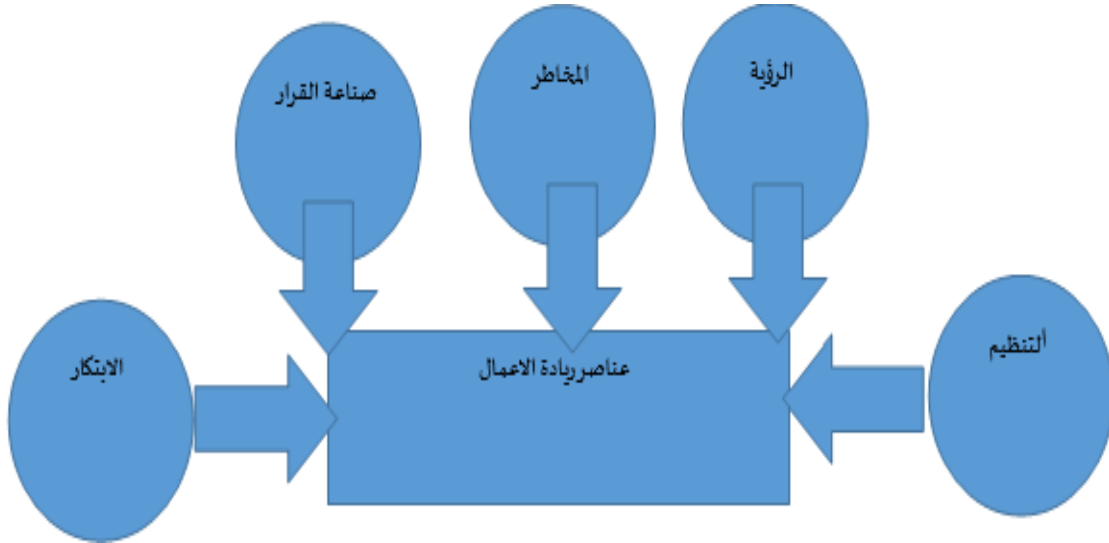
- مهارات إدارة الأعمال: تحديد الأهداف وتطوير الخطط واتخاذ القرارات، بالإضافة إلى إقامة العلاقات الإنسانية والتسويق والتمويل والمحاسبة؛

- مهارات الريادة الشخصية: الإيجابية والمخاطرة والمثابرة والقيادة الحكيمة والابتكار والقدرة على وضع الأفكار موضع التنفيذ؛

5.2. عناصر أساسية لريادة الأعمال: تحتوي ريادة الأعمال على خمسة عناصر أساسية، يمكن توضيحها فيما يلي (طه، 2022، ص7):

- الابتكار: الوصول إلى الحل الابداعي غير المألوف للمشكلات، عملية تحويل الفكرة الإبداعية إلى مشروع ناجح، بمعنى آخر القدرة على المبادرة في إنشاء مشاريع خاصة جديدة ذات أفكار مختلفة والرقى نحو القمة؛

- صناعة القرار: شخصا فريدا له القدرة على اتخاذ القرارات الصائبة والحكيمة، والريادي لا يصنع قرارا عقلانيا وإنما يعتمد على الحدس والبديهية الصحيحة، وهذا ما يميز جودة أداء الريادي عن غيره؛
 - المخاطرة: إنشاء عمل حر يتسم بالإبداع ويتصف بالمخاطرة، الرغبة في استثمار الفرص مع تحمل المسؤولية عند الاخفاق، والاستباقية (Proactiveness) التي تتعلق بالمبادرة وقت التنفيذ، ويوجد ثلاث أنواع للمخاطر وهي:
 - مخاطر العمل الناتجة عن المجازفة دون معرفة احتمالية النجاح؛
 - المخاطرة المالية الناتجة على استخدام كم كبير من الموارد التي تمتلكها المؤسسة دون إيجاد احتياط لذلك؛
 - المخاطر الشخصية الناتجة عن موقف الريادي تجاه شيء ما أو إتباعه لطريقة ما دون النظر للاحتمالات؛
 - الرؤية: وهي ما تحدد هوية وثقافة المؤسسة، يجب أن يملك رائد الأعمال الرؤية التي تمكنه من التطور وغزو الأسواق الخارجية، وفقا لحاجة تلك الأسواق؛
 - التنظيم: يؤدون الوظائف الإدارية مثل التخطيط والتنظيم وتحديد المهام أفضل من خلال تحسين التنسيق والرقابة الداخلية والهيكل التنظيمي، كما يؤدي إلى تسهيل العمليات الإبداعية التي تمكن المنظمة من الاستمرار ومواصلة عملها وإيجاد الحلول الإبداعية للمشكلات التي تواجهها بكفاءة وفاعلية، والى إحداث تغييرات ايجابية في بناء المنظمة وفي عملياتها الإدارية، ويساعدها على التكيف والتفاعل مع كافة المتغيرات البيئية المحيطة بها.
- الشكل(2): العناصر الأساسية لريادة الأعمال



Source :Gautam, (2021). "Elements of Entrepreneurship",Entrepreneurship Cell, Motilal Nehru College, Delhi University .

يعد تطبيق مفاهيم ريادة الأعمال إحدى الأدوات التي تستخدمها المؤسسات للبقاء في العالم الحديث لأنها تمكنهم من البحث عن استراتيجيات وأساليب جديدة من شأنها دفع أعمالهم نحو الابتكار والنمو والاستمرارية والأداء الأعلى ، دائما ما تكون منظمات ريادة الأعمال في الصدارة في عالم الأعمال لأنها قادرة على موازنة مبادراتها بنجاح مع قدراتها التقنية ، وتهتم بالتخطيط الاستراتيجي ، ولديها فهم واضح للأهداف المؤسسية(عيسى، 2020، ص209)، والجدول التالي يوضح خصائص المؤسسات التقليدية والمؤسسات الريادية والفرق بينهما.

جدول (1): الفرق بين خصائص المؤسسات التقليدية والمؤسسات الريادية

الخصائص التنظيمية	المؤسسة التقليدية	المؤسسة الريادية
الاستراتيجية	-دفاعية، الحفاظ على الحصة السوقية يحتل الاولوية الاولى. -تحقيق التغيير والتنوع من خلال الاندماج والاستحواذ.	-تبحث عن مشروعات جديدة بشكل مستمر. -الحفاظ على الحصة السوقية الحالية من خلال التكيف مع الاسواق.
المسح البيئي	-النظر الى التغيير باعتباره تهديدا -مسح البيئة الخارجية لتحديد التهديدات.	-النظر الى التغيير باعتباره فرصا -مسح البيئة الخارجية وداخلية بحثا عن فرص جديدة.
الفعالية والرقابة	-نظرة قصيرة الاجل بالدرجة الاولى (معايير ربع سنوية وسنوية لتقييم الأداء).	-نظرة طويلة الاجل بالدرجة الاولى معايير التكيف والقدرة على البقاء والاستمرار.
المخاطرة	شيء ينبغي تجنبه.	-وسيلة للنمو والتكيف والبقاء والاستمرار اذا احسن استغلالها.
الثقافة التنظيمية	-موضوعية وتحليلية. -تهدف الثقافة التنظيمية الى الحفاظ على الوضع الحالي.	-هناك حاجة ايضا للمؤثرات والعوامل العاطفية. -تهدف الثقافة التنظيمية الى تدعيم ورعاية الابتكار والقدرة على التكيف.
الهيكل والاتصالات	-اهمية خطوط السلطة الرسمية. -اهمية قنوات الاتصال الرسمية.	تسيطر الهياكل غير الرسمية الاتصالات الافقية على التصرفات والقرارات.
صناعة القرارات	-تضع الادارة العليا مؤشرات ضيقة للتنظيم -هذه المؤشرات الضيقة قد تسمح او لا تسمح بمرور المعلومات من اسفل التنظيم الى الاعلى.	-تصيح الادارة العليا الرؤية والرسالة التنظيمية. -يوجد تشجيع لمشاركة العاملين في المستويات الدنيا للتنظيم والاستفادة من هذه الشركة.
الافراد	-ينظر اليهم على انهم مورد وثير يمكن الحصول عليه وتغيره بسهولة.	-ينظر عليهم على اهم احد الموارد الرئيسية التي يجب الحفاظ عليها واستخدامها بفعالية.
القدرة على الابداع	-شيء يجب تجنبه.	-شيء يجب تدعيمه وتطويره وتشجيعه.

المصدر: ودان و الاخرون.(2016)، إستراتيجيات بناء الفكر الإبداعي لدى المنظمات الريادية (دراسة نموذجية لمدينة صومام جيجل)، مجلة التنظيم والعمل، ص78-79.

3.المحور الثاني النظام البيئي لريادة الأعمال:

1.3. مفهوم النظام البيئي: النظام هو مجموعة منظمة من الأنظمة الفرعية المتفاعلة والمتراصة التي تعمل معا ككل لتحقيق غرض ما بشكل عام، تتكون النظم البيئية لريادة الأعمال من ركائز(يتم تجميعها في أنظمة) مؤشرات فرعية(يمكن تحسينها لأداء النظام على مستوى النظام البيئي)، والأداء الاقتصادي لا يتأثر فقط بوفرة أو توافر عوامل رئيسية محددة للإنتاج أو الموارد، ولكن أيضا بالطريقة التي يتم بها تشكيل هذا النشاط الاقتصادي أو تنظيمه، ريادة الأعمال هي عامل مهم يحسن النجاح الاقتصادي، وهناك اعتراف متزايد في أدبيات ريادة الأعمال بأن نظرية ريادة الأعمال التي تركز فقط على رائد الأعمال قد تكون ضيقة جدا، وارتبطت مفاهيم ريادة الأعمال والابتكار بالتنمية الاقتصادية، ويعد المؤشر العالمي لريادة الأعمال أداة مهمة لمساعدة البلدان على تقييم نظامها البيئي وتقييمه بدقة لخلق المزيد من فرص العمل. كما يعتبر النظام البيئي لريادة الأعمال طريقة جديدة لوضع النظم الاجتماعية المعقدة والمتراصة، والتي تكون مبنية على بعضها البعض في هيكل واحد موحد (Ács et al., 2019,p2)

2.3.النظام البيئي الكلي Macro-Ecosystem: ويشمل النظام البيئي الكلي العوامل الآتية: (الميريك & الجاسر، 2014ص25

- العوامل الثقافية؛ العوامل القانونية والتشريعية؛
- العوامل السياسية؛ العوامل الاقتصادية؛
- البنى التحتية؛

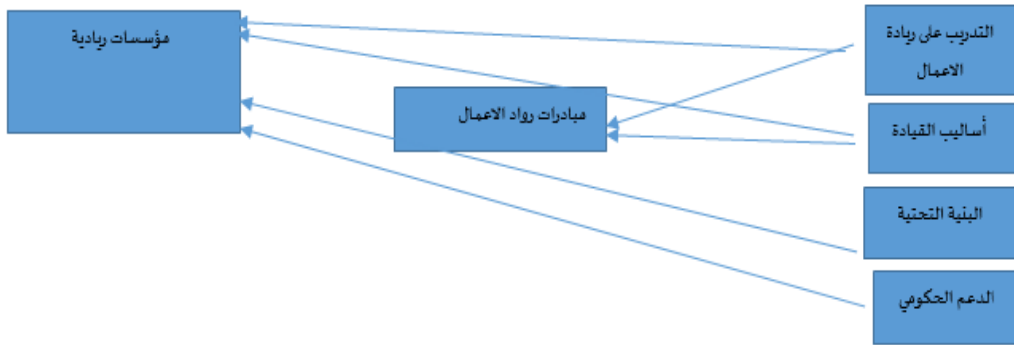
3.3. العوامل التي تؤثر على المؤسسات ريادة: يوجد العوامل التي تؤثر على ريادة الأعمال وهي(Kassa & Mirete, 2022,p4-5):

- يعد التدريب والتعليم أفضل الطرق لتعزيز الإبداع وتغيير عقلية رواد الأعمال، يساعد التدريب الملاك على اكتساب ميزة تنافسية من خلال تنسيق الموارد المتاحة، إلى جانب ذلك، يجب دعم تنمية القوى العاملة من خلال الاستثمار والمعرفة والمهارات والكفاءة لتحقيق تحول المؤسسات، أكدت نتائج الدراسات المختلفة أن هناك علاقة قوية وإيجابية بين تدريب الموارد البشرية وأداء وابتكار المؤسسات؛

- إمكانية الوصول إلى البنية التحتية تتعلق بالألات والخدمات والبنية التحتية مثل الطرق والجسور والطاقة والاتصالات والتعليم وإمدادات المياه وأنظمة الصرف الصحي التي تم تطويرها من قبل الحكومة والتي تعتبر ضرورية لعمليات وواجبات تصنيع المشروعات الصغيرة والمتوسطة؛
- إن روح المبادرة لدى المالكين لها تأثير إيجابي كبير على إبداع الشركات الصغيرة والمتوسطة العاملة في التصنيع وتقديم الخدمات؛
- الدعم الحكومي: يمكن للحكومة أن تؤثر سلباً وإيجاباً على أصحاب المشاريع من أجل الابتكار، ووضع سياسات لتشجيع الابتكار وأيضاً تطوير الحواجز من خلال سن القواعد واللوائح، وتوفير رأس المال الأولي والدعم، والإعانات غير النقدية، وتوفير أماكن تبادل المعرفة والمعلومات وبراءات الاختراع وروابط أنشطة البحث والتطوير؛
- القيادة المالكين إن أساليب القيادة الأخرى مثل الديكتاتورية أو الاستبدادية ليست مناسبة لتعزيز ابتكار المؤسسات وتعرف القيادة الريادية بأنها القيادة التي يمكنها مشاركة الرؤية وخلق الفرص واغتنام تلك الإمكانيات للحصول على ميزة تنافسية وتماشي لتطوير الأشخاص المسؤولين، والقادرين على اتخاذ القرارات وتحديدتها، والقادرين على العمل بشكل مستقل، فالقيادة الريادية تصنع قائداً مستجيباً ومبتكراً واستباقياً في مواجهة بيئة تنافسية وفرص السوق المتغيرة (Ximenes et al., 2019,p4).

تقدم شبكات ريادة الأعمال مجموعة متنوعة من المزايا لرواد الأعمال، بما في ذلك تعزيز الإبداع، وتحديد واغتنام الفرص، والوصول إلى تبادل الموارد، ونشر المعلومات، والتحقيق الآفاق الكبرى، توفر شبكات ريادة الأعمال الظروف الأساسية والكافية لتبادل المعرفة والأصول التي تشجع على تطوير نظام بيئي جديد يعزز ممارسات الأعمال المبتكرة وترتبط سمات الشخصية للرواد المؤسسات، بالضمير المهني، التي يتم تفسيرها بالاعتمادية والعمل الجاد والمثابرة، والبراعة في تنظيم المشاريع بين المنظمات (Mayanja et al., 2021,p14)، والشكل أدناه يوضح العوامل التي تؤثر على المؤسسات الريادية.

الشكل (3): العوامل التي تؤثر على المؤسسات الريادية



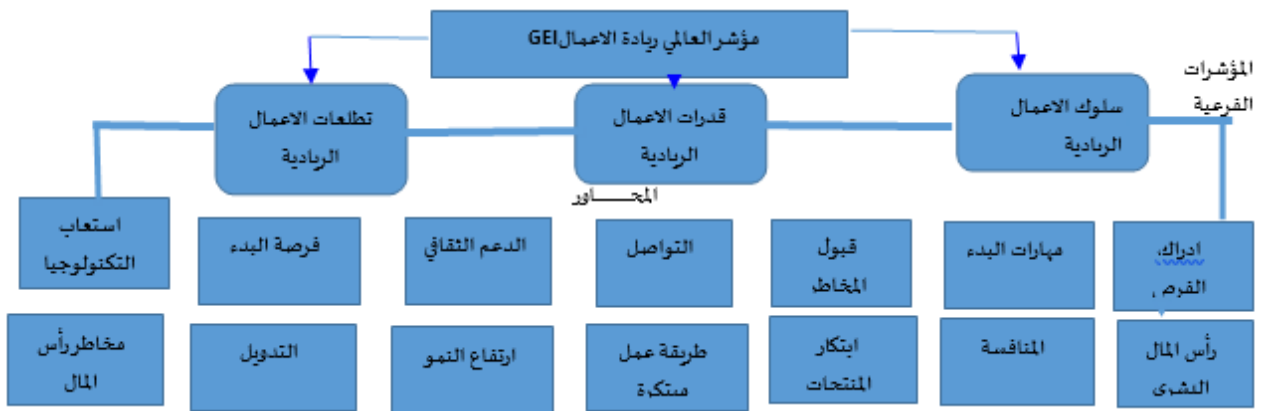
Resource : Kassa, E. T., & Mirete, T. G. (2022). Exploring factors that determine the innovation of micro and small enterprises: the role of entrepreneurial attitude towards innovation in Woldia, Ethiopia. Journal of Innovation and Entrepreneurship, p6.

4. المحور الثالث تصنيفات الدول حسب المؤشر العالمي لريادة الأعمال (GEI) :Global Entrepreneurship Index

يعد المؤشر العالمي لريادة الأعمال (GEI) Global Entrepreneurship Index (GEI) أحد المقاييس الرئيسية لتقييم مستوى ريادة الأعمال عبر الدول ومدى نجاح ترجمة الأفكار إلى مشاريع، يقيم تقرير مؤشر ريادة الأعمال العالمي الصادر عن المعهد العالمي لريادة الأعمال والتنمية (GEDI) نقاط القوة والضعف في نظام ريادة الأعمال، وتقديم صورة شاملة عن أداء كل دولة على الصعيدين المحلي والعالمي. يغطي المؤشر 137 دولة حول العالم. ويتضمن المؤشر ثلاثة مؤشرات فرعية (سلوك الأعمال الريادية، قدرات الأعمال الريادية، تطلعات الأعمال الريادية) ممثلة في 14 محورا على النحو التالي: (الجزار، 2019، ص6)

- إدراك الفرصة: يمكن للأفراد تحديد الفرص لبدء الأعمال التجارية، وتهيئة مناخ بيئة العمل المؤسسية؛
- مهارات البدء: المهارات اللازمة لبدء الأعمال التجارية، مع وجود تعليم جامعي؛
- قبول المخاطر: استعداد الافراد لتحمل مخاطر الاعمال التجارية؛
- التواصل: تعرف رواد الأعمال على بعضهم البعض؛
- الدعم الثقافي: هل اختيار ريادة الأعمال أمر بسيط أم أنه صعب بسبب عدم وجود الحوكمة؟
- فرصة البدء: هل توجد تسهيلات حكومية تمنح لرواد الاعمال؟
- استيعاب التكنولوجيا: هل هناك صناعة تكنولوجية متطورة، وهل يمكن للشركات أن تتبنى تقنيات جديدة بسرعة؟
- أرس المال البشري: هل أصحاب المشروعات مدربون ولديهم تعليم في المجال ريادة الاعمال، ويمكنهم الوصول الى سوق العمل؟
- المنافسة: هل رواد الأعمال ينتجون سلعاً وخدمات ذات جودة عالية؟
- ابتكار المنتجات: هل يمكن تطوير منتجات جديدة بوجود التكنولوجيا الحديثة؟
- طريقة عمل مبتكرة: هل تستخدم الشركات أحدث التقنيات ولديها إمكانية الوصول إلى التمويل، ويمكن استقطاب عنصر بشري متفوق في مجالات العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات؟
- ارتفاع النمو: هل ترغب الشركات في التوسع وامتلاك القدرة الاستراتيجية للقيام بذلك؟
- التدويل: هل يرغب رواد الاعمال في الوصول إلى الأسواق الدولية؟
- مخاطر رأس المال: هل الأفراد والمؤسسات قادرين على توفير رأس المال؟

الشكل (4): مؤشر العالمي لريادة الأعمال GEI



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على الجزار، س. (2019). ريادة الأعمال بوابة العالم العربي لتحفيز النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية

المستدامة كيف يمكن تحويل الافكار الى مشروعات ناجحة؟، ص 6

تصدر الولايات المتحدة العالم في ريادة الأعمال، وهي الأولى في منطقة أمريكا الشمالية، وتسبقها مباشرة نظير كندا، تحتل أستراليا المرتبة الأولى في منطقة آسيا والمحيط الهادئ، قبل القوى الاقتصادية هونغ كونغ وتايوان، اليابان، سنغافورة، الصين، سويسرا التي احتلت المرتبة الرابعة في المنطقة الأوروبية والثامنة بشكل عام لمدة عامين، وعززت العودة الى مكانتها وتبقى الأولى في أوروبا، تحتل شيلي المرتبة الأولى في أمريكا الجنوبية والوسطى ومنطقة البحر الكاريبي (المركز التاسع عشر إجمالاً) بفارق 11 مركزاً عن ثاني أكبر دولة ريادة في المنطقة، بورتوريكو في المركز 30، تحتل إسرائيل المرتبة 12 بشكل عام وتتصدر منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، متقدمة على الإمارات العربية المتحدة في المرتبة 25، في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى، تحتل بوتسوانا الصدارة في المرتبة 51، متقدمة على تسع دول أوروبية بشكل رئيسي من شبه جزيرة البلقان وأوروبا الشرقية حسب الجدول 2.

الجدول (2): الأداء الريادي لبعض الدول حسب المناطق

ترتيب العالمي	الدولة	المنطقة	الناتج المحلي الإجمالي للفرد GDP	المتغيرات المؤسسية	المتغيرات الفردية	مؤشر ريادة الأعمال العالمي GEI
1	الولايات المتحدة الأمريكية	أمريكا الشمالية	\$ 54 225	95.6	80.0	86.8
2	سويسرا	أوروبا	\$ 57 410	93.7	70.9	82.2
6	أستراليا	آسيا والمحيط الهادي	\$ 39 753	88.3	70.3	77.5
12	إسرائيل	الشرق الأوسط /شمال أفريقيا	\$ 33 132	83.9	72.1	67.9
19	شيلي	جنوب ووسط أمريكا /منطقة البحر الكاريبي	\$ 22 767	64.3	76.6	58.3
51	بوستوانا	أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى	\$ 15 807	46.0	66.0	34.4

Source :Ács et al.(2019),The Global Entrepreneurship Index 2019,p11

تصنف بلدان العالم وفقا لنصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي GDP، وهو مقياس لمدى تطور كل دولة. يعرض الجدول 3 الترتيب العام للدول بناء على مؤشر تعليم الفتيات. باعتماد على السنوات السابقة، تصدر الولايات المتحدة وسويسرا وكندا المراتب الأولى في تصنيف المؤشر العالمي لريادة الأعمال، واحتلت الدانمارك وأستراليا المراتب 4 و6 على التوالي، واحتلت هونغ كونغ الدولة الآسيوية المرتبة 13، تليها تايوان في المرتبة 18، وكوريا الجنوبية في المركز 21 وانتقلت هولندا من المركز 10 إلى المركز 8، بعد إيسلندا التي احتفظت بمركزها. تظهر هذه الدول مستويات دخل عالية بالإضافة إلى أداء ريادي قوي. من بين دول الاتحاد الأوروبي تحتل المملكة المتحدة فقط المرتبة 5 بين الدول العشر الأولى. وتحتل الدول الأوروبية الكبيرة الأخرى المراتب المتوسطة: فرنسا في المرتبة 14، وألمانيا في المرتبة 15، وإسبانيا في المرتبة 31، تليها إيطاليا في المرتبة 36. في حين كانت بولندا وإسبانيا وإيطاليا أقل كفاءة من حيث تنظيم المشاريع في العام الماضي، وكانت المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا فقط متوازنة بشكل عام في الركائز الأربعة عشر، فقد تحسنت مراتب جميع الدول الكبرى في عام 2019. كانت المفاجأة الأكبر هذا العام هي قفزة المجر من المرتبة 50 إلى المرتبة 33، والتي كانت مدفوعة في الغالب بمؤشر الطموح وامتصاص التكنولوجيا، وكلاهما كان لهما تقييمات عالية للغاية للمؤسسات سريعة النمو، والتداول، ورأس المال الاستثماري. على الرغم من هذه التطورات، لا تزال أوروبا تجد صعوبة في إنشاء أعمال تجارية جديدة بمليارات الدولارات. في حين لا تزال اليابان، تحتل المرتبة 26 وغير متوازنة في الركائز الأربعة عشر لريادة الأعمال.

تظهر أدنى التصنيفات لريادة الأعمال في البلدان ذات الناتج المحلي الإجمالي المنخفض، مثل باكستان وبنغلاديش وأوغندا وغيرها من البلدان الأفريقية المتخلفة، هذه الدول لديها أداء ريادي منخفض وغير متوازن، ومع ذلك، من المتوقع أن يكون لدى العديد من الدول، بما في ذلك دولتان اشتراكيان سابقتان -صربيا وروسيا- ودولتان من أمريكا الجنوبية -البرازيل وترينيداد وتوباغو معدلات أعلى في ريادة الأعمال. وكذلك دول البرازيل، وصربيا، وروسيا، وإيطاليا، وترينيداد وتوباغو، وهي دول معروفة باختراعاتها، إذا استخدمت موارد تنظيم المشاريع بكفاءة عالية وفقا لخطوط اتجاه التنمية الخاصة بها.

تحتل دولة الإمارات العربية المتحدة المرتبة 25، وتأتي قطر بعد ذلك في المرتبة 28 عالميا، تليها البحرين وعمان في المرتبتين 38، و39 على التوالي، ويرجع هذا التطور أساسا إلى توافر الخدمات اللوجستية، وفرص الاستثمار في ريادة الأعمال، والدعم الحكومي من خلال فوائض رأس المال الكبيرة وآليات الحوكمة (Saber & Hamdan, 2019p6). وسجلت المملكة العربية السعودية، ودولة الكويت مرتبة أقل 42، و47 على التوالي التي حصلت على أدنى تصنيف في هذا المؤشر، قد يكون هذا بسبب سوق ريادة الأعمال التنافسي أو نقص فرص الاستثمار، تعمل اليونيسكو ومؤسسة STRATREAL معا في مشروع بعنوان "التعليم

من أجل ريادة الأعمال في البلدان العربية" بهدف مساعدة الدول المهتمة في وضع خطط تنمية وطنية وأطر تعليمية، من خلال مساعدة صانعي القرار الإقليميين في وضع سياسات وبرامج لتعليم ريادة الأعمال.

يتمثل الهدف العام للمشروع في دعم تطوير السياسات والبرامج التعليمية التي تدمج تعليم ريادة الأعمال في النظم التعليمية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. يؤدي تضمين تعليم القيادة إلى تحسين جودة التعليم من خلال زيادة ملاءمته وجدواه. كما أنه يساعد الشباب في المنطقة العربية من المشاركة الكاملة في الحياة الاجتماعية والاقتصادية في مجتمعاتهم (والثقافة، 2012، ص2).

الجدول(3): تصنيف مؤشر ريادة الأعمال العالمي GEI لجميع البلدان.

التصنيف العالمي	الدولة	GEI	التصنيف العالمي	الدولة	GEI	التصنيف العالمي	الدولة	GEI
28.8	كوستاريكا	65	46.2	هنغاريا	33	86.8	الولايات المتحدة الأمريكية	1
28.8	لبنان	66	45.9	الصين	34	82.2	سويسرا	2
28.6	صربيا	67	45.6	قبرص	35	80.4	كندا	3
28.3	المغرب	68	45.1	إيطاليا	36	79.3	الدانمارك	4
27.7	بيرو	69	44.1	ليتوانيا	37	77.5	المملكة المتحدة	5
27.1	المكسيك	70	43.8	البحرين	38	73.1	أستراليا	6
26.2	جورجيا	71	43.6	عمان	39	73.0	إيسلندا	7
26.2	بليز	72	43.5	الجمهورية التشيكية	40	72.3	هولندا	8
26.0	فيتنام	73	42.6	سلوفاكيا	41	71.3	إيرلندا	9
26.0	الأرجنتين	74	42.1	العربية السعودية	42	70.2	السويد	10
26.0	إندونيسيا	75	40.1	ماليزيا	43	70.2	فلندا	11
25.5	بناما	76	39.8	تركيا	44	67.9	إسرائيل	12
25.2	أوكرانيا	77	39.3	لاتفيا	45	67.9	هونكونغ	13
25.1	الهند	78	38.6	رومانيا	46	67.1	فرنسا	14
24.8	جمايكا	79	37.4	الكويت	47	66.7	ألمانيا	15
24.8	روسيا	80	36.5	بروناي دار السلام	48	64.9	النمسا	16
24.6	مصر	81	36.1	كرواتيا	49	62.2	بلجيكا	17
24.3	أرمينيا	82	35.4	اليونان	50	62.1	تايوان	18
23.8	غابون	83	34.4	بوتسوانا	51	58.3	شيلي	19
23.6	جمهورية الدومينيكان	84	34.1	كولومبيا	52	58.1	لوكسمبورغ	20
23.1	مقدونيا	85	34.0	تونس	53	58.1	كوريا	21
23.0	فلبين	86	33.5	تايلاند	54	57.8	استونيا	22
22.5	البانيا	87	32.2	باربادوس	55	56.5	سلوفينيا	23
22.4	الجزائر	88	32.1	أذربيجان	56	56.1	النرويج	24
22.1	بوليفيا	89	31.8	الجبل الأسود	57	54.2	الإمارات العربية المتحدة	25

21.7	توباغو ترينيدادو	90	31.6	جنوب افريقيا	58	53.3	اليابان	26
21.6	غانا	91	31.0	كازخستان	59	52.4	سنغافورة	27
20.8	نيجيريا	92	30.1	اوروغواي	60	51.6	قطر	28
20.3	سنغال	93	30.1	بلغاريا	61	49.5	بولندا	29
20.2	مولدوفا	94	30.0	ناميبيا	62	48.7	بورتوريكو	30
20.0	رواندا	95	29.4	الأردن	63	46.9	اسبانيا	31
19.8	كينيا	96	29.4	إيران	64	46.3	برتغال	32
التصنيف العالمي	الدولة	GEI	التصنيف العالمي	الدولة	GEI	التصنيف العالمي	الدولة	GEI
14.8	أوغندا	125	17.2	اثيوبيا	111	19.5	بوسنا وهرسك	97
14.8	ليبيريا	126	17.2	هندوراس	112	19.4	طاجيكستان	98
13.4	بوركينافاسو	127	17.1	غامبيا	113	19.2	جمهورية قرغيزستان	99
13.3	بنين	128	16.6	ليبيا	114	19.1	كوديفوار	100
13.1	فنزويلا	129	16.6	باراغواي	115	19.1	سيرلانكا	101
12.8	موزمبيق	130	16.3	زامبيا	116	19.1	جمهورية لاوس	102
12.7	سيراليون	131	16.3	غيانا	117	18.	سوازيلاند	103
12.5	بنغلادش	132	16.1	برازيل	118	18.7	غواتيمالا	104
11.6	ملاوي	133	16.1	نيكاراغوا	119	18.5	اكوادور	105
10.5	موريتانيا	134	15.7	السلفادور	120	18.4	سورينام	106
10.2	بوروندي	135	15.6	الكامبرون	121	18.1	ميانمار	107
9.1	مدغشقر	136	15.5	غينيا	122	17.7	كامبوديا	108
8.8	تشاد	137	15.5	مالي	123	17.3	باكستان	109
			15.3	أنغولا	124	17.3	تانزانيا	110

Source: Ács et al., (2019), The Global Entrepreneurship Index 2019, p19

5. المحور الرابع بعض التجارب العالمية والعربية الناجحة في مجال ريادة الأعمال:

- إن الدول التي تمكنت من سد فجوة أزمة البطالة وتشجيع الشباب على خلق فرص عمل لأنفسهم من خلال توسيع مواهبهم هي البلدان الناجحة اقتصاديا على مستوى العالم والعالم العربي في ريادة الأعمال، ونذكر أهمها.
- ❖ تجربة الولايات المتحدة الأمريكية: ان تاريخ وثقافة صنع ريادة الأعمال تم في الولايات المتحدة الأمريكية، فالدولة تم إنشاؤها من قبل أفراد اغتتموا الفرص بحثا عن أرض مجهولة، وتم وصفها بأرض الفرص، ووفقا لدراسة حديثة وجدت أن أكثر من 70% من الأمريكيين يفضلون العمل لأنفسهم كرواد أعمال بدلا من عمل لدى الأشخاص آخرين، وهو اتجاه تدعمه تقارير من Global Entrepreneurship Monitor.business (2013)، لا يزال جزء كبير من سكان الولايات المتحدة يحبون ريادة الأعمال، ذكرت صحيفة الإيكونوميست البريطانية أن الولايات المتحدة هي "منارة ريادة الأعمال" في عام 2009، وتعد من أقوى الدول العالم في الريادة، وتحتل المرتبة الأولى عالميا في تصنيف مؤشر ريادة الأعمال العالمي GEI لجميع الدول، ولقد وجدت عدة عوامل شجعت بقوة ريادة الأعمال في الو. م. أ وهي (Jerine et al., 2014, p74):
- الثقافة: بإضافة إلى الثقافة التاريخية التي تختفي بالولايات المتحدة بوصفها «أرض الفرص»، «تقدم ثقافة ريادة الأعمال نموذجا جذابا لمستقبل العمل؛
 - السياق القانوني والتنظيمي: تيسر قوانين براءات الاختراع والملكية والعمل إنشاء المشاريع الاقتصادية والتطور الديناميكي؛

- الهجرة: على الرغم من اعتبار سياسة الهجرة تقييدية، يحرص رواد الأعمال الطموحون على الاستفادة من تلك النظم الجذابة والمواتية؛
- الأسواق المالية: تسهل مصادر التمويل القوية والمبتكرة، مثل رأس المال الاستثماري والمستثمرون الممولون وأسواق التمويل الجماعي الناشئة فرص الحصول على رأس المال؛
- المستهلكون "المغامرون": هم مستهلكون يبدون استعدادا لاختبار منتجات جديدة ودعم رواد الأعمال المحليين؛
- المؤسسات الأكاديمية المشاركة: تلعب الجامعات الأميركية دوراً حيوياً في دعم بيئة الأعمال وتعزيز الريادة من خلال حاضنات الأعمال وأصحاب رأس المال، والتوسع السريع في التركيز على تعليم الريادة، تقدم المؤسسات الأميركية أيضاً برامج تعليمية متكاملة في مجال ريادة الأعمال، وكانت جامعة جنوب كاليفورنيا أول جامعة تقدم أول دورة علمية حديثة ومتقدمة في ريادة الأعمال في عام 1971، ثم تابعتها جامعات أمريكية أخرى وجامعات أخرى في العديد من دول العالم، ونتيجة لذلك، أثرت الجامعات الأمريكية في تطوير تعليم ريادة الأعمال في العديد من الجامعات دول العالم (حسين، واخرون، 2018، ص8).
- ❖ تجربة سنغافورة: لقد أصبحت سنغافورة دولة رائدة في العالم في إنشاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وبلغت مساهمتها بنسبة 40% من إجمالي الناتج المحلي، واهتمت بالتأهيل والتعليم، ووضع البرامج الشاملة، وصقل مهارات الرواد وإطلاق المبادرات للشباب، ووضعت رؤية حول كيفية تنمية أعمالها بنجاح، وتسهيل تكوين الشركات وتطوير مهارات الموظفين، وتسهيل تدفقات الاستثمار الأجنبي. بالرغم من الكثافة السكانية التي تجاوزت 5.5 مليون نسمة، وإجمالي الناتج السنوي الذي بلغ 55 مليار دولار، ولقد خلقت ثقافة ريادة الأعمال في أول الأمر وبحثت عن مخترعين ومبتكرين للقيام بتحويل أفكارهم إلى سلع يمكن تصديرها وتحقيق الربح (الجزار، 2019، ص19)، ويمر جيل رواد الأعمال في سنغافورة بأربع مراحل وهي:
 - المرحلة الأولى: تربية الأبناء منذ الطفولة على الابتكار والنجاح؛
 - المرحلة الثانية: تدريب الأبناء على المهارات الأساسية، وهي كيفية التواصل وخلق الإيجابية بداخلهم وكيفية تشكيل فريق عمل جماعي؛
 - المرحلة الثالثة: تعليم الأبناء كيفية دراسة السوق وعمل ميزانية؛
 - والمرحلة الرابعة: تسمى «الميني ماركت» أو السوق الصغيرة وخلالها يتم تعليم الأطفال والشباب كيفية عمل منتج فعلى وعملية البيع والشراء لتأهيله للخروج للسوق.
- ❖ تجربة الإمارات العربية المتحدة: تحتل دولة الإمارات المرتبة 25 عالمياً في تقرير المؤشر العالمي لريادة الأعمال، كما يتم تعزيز أفضل الممارسات العالمية في هذا المجال، وتمكين وتشجيع الشباب على إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة قادرة على المنافسة في سوق العمل، ولقد قدم الدعم للمشاريع الرائدة وأنشأت الأطر التشغيلية والتشريعية والتنظيمية المصممة خصيصاً لاحتياجاتهم واحتياجات الرواد، كما قامت بإنشاء الهيئة الاتحادية للتنافسية والإحصاء (لجزار، 2019، ص21)، حققت دولة الإمارات العربية المتحدة أعلى الدرجات مؤشر رأس المال البشري، حيث تشتهر بتلبية احتياجاتها لتدريبية لرأس المال البشري المحلي بالإضافة إلى جذب الموارد البشرية الدولية (Saber & Hamdan, 2019, p10).
- ❖ تجربته المملكة العربية السعودية: برزت التجربة السعودية في تعزيز السلوك الريادي و غرسه في نفوس الشباب والأطفال في سن مبكرة، وخلق بيئة مواتية لتطوير ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ودعم المشاريع النسائية كنموذج يحتذى به الأسر المنتجة وتقديم قروض ميسرة بدون فوائد، وتعزيز الإبداع وابتكارات رواد الأعمال البارزين من خلال مشاركتهم في المعارض الدولية لريادة الأعمال، واستخدام مراكز ريادة الأعمال وحاضنات الأعمال لنشر ثقافة ريادة الأعمال

والقضاء على ظاهرة البطالة، واهتمت بدعم وتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والغاء ضرائب على المشروعات الصغيرة، وركزت على تكوين وتعليم الشباب والطلاب والمرأة للوصول الى مجال ريادة الاعمال (المبيريك & الجاسر، 2014، ص32).

لقد تم تأسيس حاضنات الاعمال في المملكة، و التي كان لها دور مهم في تحسين احتمالية نجاح المشاريع الناشئة واستمرارها بالإضافة إلى قدرتها على قيادة وتوجيه رواد الأعمال من خلال قبول أفكارهم وتوجيههم لتطوير مشاريعهم ومساعدتهم في التغلب على العقبات، وتعرف الحاضنة الاعمال على انها "وحدة خدمية تهدف إلى تحويل الأفكار والابتكارات إلى مشاريع اقتصادية منتجة، من خلال تقديم عدد من خدمات إعادة التأهيل والدعم المادي والمعنوي والاستضافة والإرشاد لرواد الأعمال" (المبيريك & الجاسر، 2014، ص15)، والجدول التالي يوضح عدد من حاضنات الأعمال في المملكة العربية السعودية ببرامجها مع سنوات تأسيسها.

الجدول (4): عدد من حاضنات الأعمال في المملكة العربية السعودية

البرنامج	الوصف
برنامج بادر	تأسست عام 2008م، كأحد برامج مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية، تطورت إلى برنامج وطني شامل يقدم و يعزز ويدعم بنشاط الابتكارات التقنية و الحضانة و زيادة مبادرات الأعمال في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية.
وادي الرياض للتقنية	تأسس عام 2009، أقر مجلس جامعة الملك سعود باعتماده كمشروع تسعى الجامعة من خلاله الى تحقيق مجموعه من الأهداف الريادية.
جمعية حاضنة الاعمال السعودية مكين	تأسست عام 2011، كأول جمعية متخصصة في حاضنات الأعمال على مستوى المملكة لإيجاد الحلول لتطوير الفرص الوظيفية الاستثمارية المقدمة للسيدات السعوديات.
واعد (ارامكو)	شركة ذات مسؤولية محدودة هدفها دعم وتطوير وتنوع الاقتصاد الوطني وتعزيز الابتكار في مجال ريادة الأعمال
حاضنة فيرسو (Verso) شركة المناهج	حاضنة للمشاريع التعليمية الناشئة، تقوم باستقبال المشاريع في مراحلها الأولية وتوفير لها التمويل والخبرات اللازمة لتحويلها إلى مشاريع قائمه بذاتها.

المصدر: المبيريك، وفاء ناصر الجاسر، نورة جاسر، نحو بيئة داعمة لريادة الاعمال في الشرق الأوسط، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي النظام البيئي لريادة الاعمال في المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود، ايام 9 و 11 سبتمبر 2014، ص16.

❖ تجربة فنلندا: يعد وجود رواد الأعمال الآن أمراً بالغ الأهمية بالنسبة للاقتصاد الفنلندي، لقد تم تقديم غالبية الوظائف خلال السنوات العشر الماضية من قبل الشركات الصغيرة التي يعمل بها أقل من عشرة موظفين، ومع ذلك، فإن أكثر من 45% من رواد الأعمال تزيد أعمارهم عن 50 علما تظهر مدى الحاجة الملحة إلى إقناع المزيد من الشباب لمتابعة ريادة الأعمال كمهنة، وتتغير الأهداف حسب مراحل الدراسة المختلفة، ينصب التركيز في التعليم العام على تطوير الأفكار إيجابيا، والحصول على المعرفة والقدرات الأساسية لريادة الأعمال، وفهم نهج ريادة الأعمال من خلال المشاريع العملية، ففي التعليم العام يتم تعلم المهارات الأساسية والمعرفة القيادية، ومناهج ريادة الأعمال، وفي عام 2016 بدأ منهج التعليم العام الجديد الذي يقوم على تشجيع المدارس على العمل مع الشركات المحلية لإنشاء مشاريع تمكن الطلاب من التعرف على الوظائف والمؤسسات، والتركيز بشكل متزايد على ريادة الأعمال ومهارات الحياة العملية (Jerine et al., 2014, pp40-41).

❖ تجربة قطر: تعد دولة قطر من أغنى دول العالم بفضل مواردها الهائلة من النفط والغاز، تحرص الحكومة القطرية على إحياء قطاع ريادة الأعمال كأداة لتنويع الاقتصاد، على الرغم من أن التوظيف لا يمثل مشكلة لمواطني قطر وغالبا ما يكون الدافع الرئيسي لنشاط ريادة الأعمال، الذي يرتكز على استغلال الفرص. ونتيجة لذلك، فإن استراتيجية التنمية الوطنية 2011-2016، التي تستند إلى رؤية قطر الوطنية 2030، لها أهداف محددة لدعم رواد الأعمال والشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اتخذت الحكومة عددا من الإجراءات، ففي عام 2011 أنشأت مؤسسة

حكومية "قطر للمشاريع" مكلفة بتطوير وتحفيز الشركات الصغيرة والمتوسطة وريادة الأعمال، وفي العام 2014 تم دمج مؤسسة قطر للمشاريع ضمن بنك قطر للتنمية الممول الرئيسي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و رواد الأعمال، ولقد تبنت المؤسسات التعليمية و الجامعات القطرية برامج تعليمية مشجعة لتعليم ريادة الأعمال، و تحفيز الشباب للولوج الى عالم الريادة (Jerine et al., 2014p58).

الجدول (5) : عدد الطلاب الخريجين ممن درسوا ريادة الأعمال كتخصص فرعي

عدد الخريجين الذين درسوا ريادة الأعمال كتخصص فرعي						
المجموع الكلي	ربيع 2015	خريف 2014	صيف 2014	ربيع 2014	ربيع 2013	الفصل الدراسي
28	10	8	4	3	3	عدد الطلاب

Source : Jerine et al.,(2014) Entrepreneurship education: A global view of practice to politics around the world,p66.

إن عدد الطلاب المتخرجين أخذ في الارتفاع ولكنه لا يزال منخفضا نسبيا مقارنة بعدد الطلاب المسجلين. يتم تقييم كل دورة أكاديمية وفقا لمدى تحقيق أهدافها التعليمية، والتي تم اختيارها جزئيا بعد تلقي مدخلات من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، وشارك كل سنة العديد من الطلاب من داخل وخارج دولة قطر في مسابقات ريادة الأعمال كتخصص فرعي.

❖ تجربة الصين: تسعى وزارة التعليم الصينية الى غرس ثقافة العمل الحر وتشجيع الانضباط في قطاع الأعمال، وفرضت تعليم الريادة في الجامعات والمدارس والكليات، لتحقيق الأهداف التالية: (Jerine et al.,2014.p24-25)

- تعريف الطلاب بالتحديات المحتملة في سبيل الحصول على وظيفة، وتوعيتهم بمفهوم الريادة؛
- إرساء أساس معرفي متين لريادة الأعمال؛
- تحسين المهارات والقدرات الريادية لدى طلاب الجامعات عبر المحاضرات أو الانشطة الأخرى؛
- تقليل مخاطر العمل الحر بين الطلاب الجامعيين؛

على الرغم من اختلاف محتواه من دولة إلى أخرى، فإن تعليم ريادة الأعمال يقدم الحوافز والمعرفة والمهارات اللازمة لإطلاق مشاريع ناجحة. فقد أحرزت الصين تقدما في تبني هذه الفكرة الجديدة، التي تم تطويرها على أربع مراحل منذ إنشائها في أواخر التسعينيات، مما أدى إلى تقدم كبير، تتمثل المرحلة الأولى من هذا الشكل من التعليم في مسابقة الطلاب لريادة الأعمال، والتي تستضيفها جامعة تسينغها من عام 1997، واكتسبت البطولة لاحقا شهرة باعتبارها البداية الفعلية لتعليم ريادة الأعمال في الصين، مما ألهم العديد من الكليات لاستضافة أحداث مماثلة في السنوات التي تلت.

بدأت المرحلة الثانية في عام 2002، تم اختيار تسع مؤسسات للمشاركة في المسابقة تحت إشراف وزارة التعليم الصينية، البرنامج الوطني لتعليم ريادة الأعمال (NEEPP) ، وهو مبادرة رائدة سعت إلى التحقيق البرنامج الوطني الرائد لتعليم ريادة الاعمال (NEEPP) الذي هدف إلى دراسة عدد من نماذج تعليم الريادة.

بدأت المرحلة الثالثة في عام 2005 ، عندما تم توفير برنامج "اعرف الأعمال التجارية (KAB) " ، الذي أنشأته اليونيسكو للطلاب في ست جامعات كبرى ، برنامج كاب هو برنامج منهجي للتعليم في مجال ريادة الأعمال ساعد الطلاب في اكتساب فهم شامل لكيفية إنشاء شركة، إطلاق مبادرات جديدة وتأييد فكرة ريادة الأعمال وتطوير قدرات الابتكار والقيادة الشباب الموهوبين، كانت المرحلة الرابعة (2008)، حيث أطلقت وزارات التعليم والعلوم والتكنولوجيا في عدد من الجامعات المختارة خلال الدورة الرابعة برامج في ريادة الأعمال منها واحة ريادة الأعمال وواحة العلم، كما يوجد لدى العديد من الكليات الآن

حاضنات للشركات في الحرم الجامعي لأن الصين كانت من أوائل الدول التي جعلت تعليم ريادة الأعمال إلزاميا في التعليم العالي في عام 2012.

6. خاتمة:

من خلال استعراض المفاهيم ريادة الأعمال، وتصنيفات الدول الرائدة، والتجارب الدولية و العربية الناجحة في ريادة الأعمال، نجد أن وصول المؤسسات الى مجال الريادة له دور كبير في الدفع بعجلة التنمية في مختلف القطاعات، وخلق فرص عمل و القضاء على البطالة والفقر، مع سعي الحكومات لتقديم نماذج مشجعة عن كيفية قيام صناعات السياسات والممارسين بتطبيق مناهج فعالة لنشر تعليم ريادة الأعمال وتنظيم برامج تعليمية متكاملة في التخصص، مع القيام بدورات تدريبية ومؤتمرات وفعاليات ومبادرات البحثية لمساعدة الشباب على اكتساب المعلومات والقدرات التي يحتاجونها لتنمية أعمالهم وخلق بيئة مناسبة لأصحاب المشاريع ومساعدتهم على الاستعداد بشكل أفضل لدخول سوق العمل، والاندماج المهني؛ وصقل مهاراتهم وتنمية قدراتهم ومساهماتهم في خلق الثروة داخل المحيط الاقتصادي، وجعل تعليم ريادة الأعمال مطلباً للحاجة، مع تطوير دعم الحكومات ومؤسسات الخاصة، وتسهيلات الحصول على القروض الائتمانية، وتشجيع دور الأسرة والمجتمع في تحفيز الشباب لإنشاء مؤسسات ريادية، والاستفادة من تجارب الدول الناجحة في هذا المجال.

كما يمكننا تقديم مجموعة من الاقتراحات ذكر منها:

- ضرورة وضع سياسات تدعم تنمية رواد الأعمال في البلدان؛
- تقييم ثقة الطالب في مهاراته في تنظيم المشاريع، والعمليات المعرفية التي ينطوي عليها توليد الأفكار، ودور الأسرة والمجتمع، أو العوامل العامة الأخرى في تعلم ريادة الأعمال؛
- فرض تعليم الريادة إلزاميا في التعليم الابتدائي والثانوي، تشجيع المعلمين والباحثين على تنفيذ تعليم ريادة الأعمال؛
- تسهيلات الحصول على القروض والتسهيلات الائتمانية؛
- تنظيم ورش العمل والندوات والدورات التدريبية والمؤتمرات والفعاليات والبرامج البحثية الخاصة بالمشروعات، لمساعدة رواد الأعمال على اكتساب المعارف والمهارات اللازمة لتطوير أعمالهم؛
- المساهمة في الإعداد الأمثل لدخول سوق العمل وتوفير بيئة ملائمة لرواد الأعمال؛
- ضرورة الاهتمام بتنمية ووعي الأفراد العاملين بريادة الأعمال من خلال تشجيعهم وتحفيزهم على روح المبادرة والابتكار والتميز؛
- التوجه نحو التغيير المستمر باستبدال المؤسسات التقليدية بالمؤسسات ريادية؛
- العمل على انتهاج سياسات إدارية تعمل على تمكين الأفراد لطرح أفكارهم الريادية؛
- تعزيز السلوك الريادي من خلال تحفيز المبادرين واخذ أفكارهم الجديدة بجدية ودراستها وتقييمها لتنفيذها وتحويلها إلى مشروعات ناجحة؛

1. Ács, Z. J., Szerb, L., Lafuente, E., & Márkus, G. (2019). The Global Entrepreneurship Index 2019, USA.
2. Harada, J. T. (2022). Influence of Entrepreneurship Advancement on Economic Growth in Japan. *Journal of Entrepreneurship & Project Management*, 6(2), 1–7. <https://doi.org/10.53819/81018102t5055>
3. Inacio Junior, E., Dionisio, E. A., Fischer, B. B., Li, Y., & Meissner, D. (2021). The global entrepreneurship index as a benchmarking tool? Criticisms from an efficiency perspective. *Journal of Intellectual Capital*, 22(1), 190–212. <https://doi.org/10.1108/JIC-09-2019-0218>
4. Jerine, P., Brache, C., Eisenman, E., Nick, H., & Perkins, S. (2014). Entrepreneurship education: A global view of practice to politics around the world. In WISE. BABSON, Qatar.
5. Kassa, E. T., & Mirete, T. G. (2022). Exploring factors that determine the innovation of micro and small enterprises: the role of entrepreneurial attitude towards innovation in Woldia, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s13731-022-00214-7> *Journal of Innovation and Entrepreneurship, Ethiopia*.
6. Mayanja, S., Omeke, M., Tibamwenda, J. V., Mutebi, H., & Mufta, F. (2021). The mediating role of the novelty ecosystem between personality traits, entrepreneurial networks and entrepreneurial ambidexterity among small and medium enterprises. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s40497-021-00299-6>, Uganda.
7. Rosario, C., Costa, A. A., & da Silva, A. L. (2019). Gender and Entrepreneurship: in Which Areas of Higher Education Are Women and Men More Entrepreneurial? *Economic and Social Development: Book of Proceedings, January*, 169–177. http://login.ezproxy.lib.vt.edu/login?url=https://search.proquest.com/docview/2269008049?accountid=14826%0Ahttp://resolver.ebscohost.com/openurl?ctx_ver=Z39.88-2004&ctx_enc=info:ofi/enc:UTF-8&rft_id=info:sid/ProQ%3Aabiglobal&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:m., portugal.
8. Saberi, M., & Hamdan, A. (2019). The moderating role of governmental support in the relationship between entrepreneurship and economic growth: A study on the GCC countries. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(2), 200–216. <https://doi.org/10.1108/JEEE-10-2017-0072>, Bahrain.
9. Ximenes, M., Supartha, W. G., Manuati Dewi, I. G. A., & Sintaasih, D. K. (2019). Entrepreneurial leadership moderating high performance work system and employee creativity on employee performance. *Cogent Business and Management*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1697512>
10. الجزائر، س. (2019). ريادة الأعمال بوابة العالم العربي لتحفيز النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة كيف يمكن تحويل الأفكار إلى مشروعات ناجحة؟.
11. القرنة، ل. ي. أ. (2014). أثر ابعاد المنظمة الريادية في تحقيق التنافسية المستدامة. الشرق الأوسط، عمان.
12. الميريك، و.، & الجاسر، ن. ج. (2014). نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط. النظام البيئي لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية، 1–364.
13. المطيري، ص. (2019). التعليم الريادي، المملكة العربية السعودية.
14. حسن، م. ع. (2013). الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول. جامعة بابل مجلة العلوم الانسانية، 21(2)، 285–308، العراق.
15. حسين، ن. ط.، غربي، ي. س. ل.، & الجودي، م. (2018). دور المقاولاتية في تحفيز الاستثمار المحلي في ظل التحديات الراهنة -المناطق الجنوبية نموذجاً الاستثمار المحلي في ظل التحديات الراهنة -المناطق الجنوبية نموذجاً. عرض تجارب دولية في التعليم المقاولاتي 1-27. الجزائر.
16. دروم، أ. (2019). الإبداع، ريادة الأعمال والتنمية الإقليمية (المحلية) المستدامة: دراسات ميدانية و تجارب رائد، الطبعة الأولى، 1-272، جامعة زيان عاشور، الجزائر.
17. سايب، ص. (2021). دور ريادة الأعمال و المشروعات الصغيرة و المتوسطة في تنمية الاقتصاد. مجلة اقتصاد المال و الأعمال، 5(4)، 88–113. الجزائر.
18. طه، ر. ش. (2022). الابتكار و ريادة الأعمال، الجزائر.
19. علائي، ز.، & علائي، ف. (2021). مخطط الأعمال و تحقيق ريادة الأعمال. مجلة التكامل الاقتصادي، 9(2)، 474–495، الجزائر.
20. عيسى، أ. م. ب. (2020). دور ريادة الأعمال في أداء الموارد البشرية: دراسة ميدانية في قطاع الاتصالات الأردنية. المجلة العربية للنشر العلمي، 2(21)، 208–233، الأردن.
21. والثقافة، م. ا. ا. ل. و. ا. (2012). مشروع التعليم للريادة في الدول العربية: المكون الثاني (2010-2012) تقرير توليقي (مايو).
22. ودان، ب. ع. ا.، براهيمي، ب. ح. ح.، & يوسف، ر. (2016). استراتيجيات بناء الفكر الإبداعي لدى المنظمات الريادية (دراسة نموذجية للمبنة صومام جيجل). مجلة التنظيم والعمل، 5(5)، 74-86، الجزائر.

التحول نحو زيادة الأعمال الرقمية ودورها في تطوير تنافسية المؤسسات الاقتصادية

Towards digital entrepreneurship in developing private economic activities

كهينة رشام¹، حيزية لصاق²

¹ جامعة ألكي محند أولحاج، البويرة (الجزائر)

² جامعة ألكي محند أولحاج البويرة (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة البحث في زيادة الأعمال الرقمية المتأني من زيادة الأعمال التقليدية، هذه الأخيرة التي تعمل على خلق طرق وأفكار جديدة لخلق قيمة للمنظمة، والتي تطورت عبر الزمن نظرا لتوجه بيئة الأعمال إلى التعاملات الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، وما توفره من مزايا إلى زيادة أعمال رقمية تسمح بخلق مشاريع جديدة وتحويل المشاريع القائمة والشركات من خلال تطوير تقنيات رقمية جديدة أو استخدام جديد لهذه التقنيات بشكل يساهم في خلق وتطوير سريع لتنافسية المؤسسات ولو كانت صغيرة الحجم، أو دخلت حديثا عالم الأعمال، وذلك بفضل جهود رواد الأعمال الرقميون. وتوصل البحث إلى أن زيادة الأعمال الرقمية ضرورة حتمية في العصر الحالي، حتى تتمكن المؤسسات من مواكبة العصر وإيجاد مكانة سوقية لها، إلا أن هذا التوجه لا يزال في بدايته على مستوى الدول العربية مما ينبغي العمل أكثر على تفعيله وانهاج مساره، لما له من آثار إيجابية متنوعة.

الكلمات المفتاحية: زيادة الأعمال الرقمية، تنافسية المؤسسات، الجودة، التكلفة، تطوير تقنيات رقمية، خلق قيمة.

Abstract: This study aims to research digital entrepreneurship that comes from traditional entrepreneurship, the latter that works to create new ways and ideas to create value for the organization, which has evolved over time due to the business environment's orientation to electronic transactions via the Internet, and the advantages it provides to digital entrepreneurship. It allows the creation of new projects and the transformation of existing projects and companies through the development of new digital technologies or a new use of these technologies in a way that contributes to the creation and rapid development of the competitiveness of enterprises, even if they are small in size, or have recently entered the business world, thanks to the efforts of digital entrepreneurs. The research concluded that digital entrepreneurship is an inevitable necessity in the current era, so that institutions can keep pace with the times and find a market position for them. miscellaneous.

Keywords: digital entrepreneurship, enterprise competitiveness, quality, cost, development of digital technologies, value creation.

شهد العالم سلسلة من التغيرات والتحديات في جميع مجالات الحياة، ومن أعظم التحديات التي واجهت العالم والتي لم يسبق لها مثيل في العصر الحديث جائحة كورونا؛ والتي اجتاحت العالم بأسره، وكان لها عظيم الأثر في شتى الميادين الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والعلمية والتكنولوجية، وأدت إلى غلق تام للمدارس والجامعات وتوقف العمل وعرقلة سير الحياة العامة، وتفاقت حدة العديد من المشكلات الاجتماعية والاقتصادية، وهي مشكلات ليست وليدة الظروف الراهنة ولكنها مشكلات مستمرة وتبذل معظم دول العالم الكثير من الجهود لحلها.

بالإضافة إلى ذلك فإن التطور الحاصل في العصر الحالي أدى إلى تطور تقنيات وأساليب الحياة، وتغير شكل العمل بفضل التقدم والتطور التكنولوجي الكبير الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من تعاملات البشرية في الكثير من المجالات الحياتية، فأكثر من 60% من سكان العالم لديهم اتصال منتظم بالإنترنت واتصال بوسائل التواصل الاجتماعي، خاصة في الأعمال التجارية، والصحة والتعليم، والاتصالات، والتجارة الإلكترونية...، فلقد تمت رقمنة معظم حياتنا، من خلال استخدام البرامج الرقمية المتطورة. غير أن هذه التكنولوجيا أتاحت عصراً جديداً من ريادة الأعمال، حيث يجد رواد الأعمال أدوات رقمية تمكنهم من استغلال الفرص التجارية في جميع أنحاء العالم، وهذا ما سمح بظهور ما يعرف بريادة الأعمال الرقمية، التي كان لظهورها العديد من الخلفيات والأسباب. ومكنت الآن رواد الأعمال من متابعة العديد من العمليات التي كان يعتقد سابقاً أنها مستحيلة دون الذهاب إلى العمل بمساعدة التقنيات الرقمية، بغض النظر عن الموقع الجغرافي.

فريادة الأعمال الرقمية توفر ميزات متنوعة للمؤسسات، تجد من خلالها حلولاً لمواصلة نشاطاتها الاعتيادية تحت كل الظروف، حيث تمتاز بسهولة ممارستها وإمكانية إدارتها بشرط أن يتوفر في هذا المكان اتصال قوي بشبكة الإنترنت، مما سيؤدي إلى سهولة وصولها وانتشارها، كما يمكن أن تصبح القوة الرقمية بنفسها هي الميزة الأساسية للتنافس داخل المؤسسات، ذلك أن المؤسسة التي تقدم منتجات أو خدمات رقمية، يتم التسويق لها، وتدعيمها عبر الإنترنت، مما يجعل المؤسسات أكثر تنافسية وتكسيها سمعة جيدة في بيئة عملها النشطة فيها رقمياً، فلا يمكن تجاهل الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي، ومنصات التجارة الإلكترونية في تسريع إنتاجية المؤسسات وتحقيق أرباحها، وهذا ما يكسيها ميزات تنافسية تنفرد بها عن باقي المؤسسات الأخرى، من هنا تتبلور معالم إشكالية البحث كالتالي:

كيف يساهم التحول نحو ريادة الأعمال الرقمية في تحقيق تنافسية المؤسسات الاقتصادية؟

1.1. الأسئلة الفرعية: يتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بريادة الأعمال الرقمية وما هي آثارها؟

- ماهي تصنيفات ومؤشرات قياس تنافسية المؤسسات الاقتصادية؟

- هل تساهم ريادة الأعمال الرقمية في تنافسية المؤسسات من خلال التسويق الرقمي؟

2.1. الفرضيات: للإجابة الأولية عن الأسئلة الفرعية تم صياغة الفرضيات التالية:

- تعتمد ريادة الأعمال الرقمية على قاعدة معلومات رقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المدى القصير.

- تقاس تنافسية المؤسسات الاقتصادية بحجم المبيعات وجودتها في الأسواق الدولية.

- التسويق الرقمي عبارة جزء فقط من عمل ريادة الأعمال الرقمية لإيصال المنتج أو الخدمة إلى المتعاملين والمستهلكين النهائيين.

3.1. هدف البحث: يهدف هذا البحث إلى البحث في مفهوم ريادة الأعمال الرقمية كمفهوم جاء بعد ريادة الأعمال التقليدية، وخلفيات ظهوره، كذلك التعرف على بعض المبادرات العربية المتوجهة نحو الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية، التعرف على دور ريادة الأعمال الرقمية في تحقيق تنافسية شاملة للمؤسسات الرامية للتفوق والنجاح.

4.1. المنهج المتبع: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لوصف متغيرات الدراسة والمتمثلة بكل ما يتعلق بزيادة الأعمال الرقمية وأبعادها وكذلك تنافسية المؤسسات الاقتصادية، وكذلك تحليل دوره على مستوى ترقية هذه المؤسسات وما يمكن أن تقدمها لها، وأثره في الميزة التنافسية، والوقوف على إنجازات الدول العربية في مجال زيادة الأعمال الرقمية.

5.1. تقسيمات البحث: للإمام بمختلف جوانب الموضوع تم تناول المحاور التالية:

المحور الأول: زيادة الأعمال الرقمية: المفاهيم والمظاهر.

المحور الثاني: تنافسية المؤسسات الاقتصادية.

المحور الثالث: علاقة الريادة الرقمية بتنافسية المؤسسات الاقتصادية.

2. المحور الأول: زيادة الأعمال الرقمية: المفاهيم والمظاهر

ريادة الأعمال ليست شيئاً سهلاً حيث أن معظم الشركات الجديدة (غير المنظمة جيداً) تفشل. وتختلف أنشطة ريادة الأعمال باختلاف نوع النشاط الذي تتبعه هذه المنظمة. وتتراوح ريادة الأعمال بين شركات فردية (غالباً ما يعمل فيها الرائد بمفرده بدوام جزئي) وتعهيدات تقوم بتوفير فرص عمل جيدة.

1.2. التطور التاريخي لمفهوم الريادة:

يعد مفهوم الريادة مفهوماً قديماً استعمل لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، إن مصطلح الريادة أشتق من الأدب الفرنسي في القرن الثامن عشر ثم راج استعمال مصطلح الريادة في الأدب الإنجليزي، وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة، وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الاستكشاف العسكرية، ودخل مفهوم الريادة إلى النشاطات الاقتصادية في مطلع القرن الثامن عشر من طرف *Richard Cantillon* إذ وصف التاجر الذي يقوم بشراء سلع بسعر محدد لبيعها في المستقبل بسعر لا يعرفه مسبقاً بأنه ريادي. (الحدراوي، 2013، صفحة 95)، ولقد تم في القرن التاسع عشر الفصل بين الريادي ومالك رأس المال، ذلك أن المخترعين لم يكونوا يمتلكون رأس المال لتمويل اختراعاتهم، بل حصلوا عليها من مختلف المصادر، وقاموا بعدها بابتكار سلعة جديدة وبالتالي فهم ريادةيون وليسوا أصحاب أموال، إلا أنه لم يكن من السهل الفصل بين الريادي والإداري، وفي هذا السياق أعطت آراء *Joseph Schumpeter* في عام 1934 بعداً جديداً لمفهوم الريادي والريادة، الذي اعتبر الريادي هو حجر الزاوية في التنمية الاقتصادية.

هذا وقد عرفت الترجمة الحرفية لمصطلح *Entrepreneur* تغيرات على مدى ثلاث مرات، إذ أطلق مصطلح منظم بسبب تركيز علماء الاقتصاد في البداية على مهارة الريادي في التنظيم وفي إقامة عمل ومنظمة، ثم مصطلح مقاول نظراً لأن فئة المقاولين هي الفئة التي أظهرت أعلى استعدادات ريادية. ومن ثم تحولت في التسعينات إلى مصطلح ريادة عندما أدرك العلماء أن الاستعدادات الريادية غير محصورة بالمقاولين فقط، بل أن الكثير من الشباب الذين أقاموا منظمات لتقديم خدمات الحاسوب أو تجارة أو هواتف نقالة وخدمات الأنترنت أو متاجر الملابس... الخ أقاموا منظمات صغيرة حولها خلال فترة قصيرة إلى منظمات كبيرة وأحياناً عملاقة لذلك تم تغيير الترجمة العربية مرة أخرى إلى الريادة. (حسين أحمد، 2016، الصفحات 4، 5)

وقد تأثرت الريادة أثناء تطورها بالمدارس الفكرية المختلفة، حيث وبالرجوع إلى المدرسة التقليدية يمكن أن نعد الإشارة الضمنية لرائد المدرسة العلمية للإدارة *Fredrick Taylor* والتي مفادها أن البحث التجريبي يؤدي إلى اكتشاف أفضل طريقة لإنجاز العمل هي بداية التفكير بمفهوم الريادية وجوانبها اكتشاف الفرص فضلاً عن إشارة *Henry Fayol* إلى المبادرة بوصفها واحدة من القواعد الإدارية الأربع عشرة التي وضعها للإدارة الناجحة، أما المدرسة الإنسانية (السلوكية) فقد أشارت الدراسات الحديثة إلى إن الفرد ومن خلال علاقته بالجماعة يستطيع أن يكون خلاقاً في عمله، وكذلك *McGregor* في إحدى افتراضات

نظرية (Y) المستندة إلى العلوم السلوكية، والتي تنص على إن القدرة على الإبداع والتطوير موزعة بين عدد كبير من الأفراد ومن المفروض استغلال جزء كبير منها.

اما في المدرسة الحديثة المعاصرة فيمكن الرجوع إلى بدايات ظهور الريادة في حقل الإدارة وفي الإدارة الإستراتيجية بشكل خاص إلى مقالة Mintzberg في عام 1973 التي كشفت فيها عن التقاطع بين حقول الإدارة الإستراتيجية والريادية وذلك بتقديمه فكرة (صنع الإستراتيجية الريادية)، وتظهر الاختلافات في تناول مفهوم الريادية نتيجة لتفاعل مزيج من العوامل البيئية والتنظيمية والفردية التي تؤثر في مسببات الريادية، ولكي تحقق منظمات الأعمال الريادية البقاء في محيطها التنافسي لابد لها من الالتزام بالمبادئ والمعايير الأخلاقية والتي تتماشى مع سياسة البلد لضمان الشفافية والإفصاح للمعلومات المالية وان تكون عرضة للمساءلة من قبل حكومة البلد وحملة الأسهم وأصحاب المصالح ذات العلاقة. فعندما لا تلتزم بالمعايير والمبادئ تكون عرضة للانتقادات من قبل الجمهور والإعلام، وبالتالي خسارة موقعها التنافسي، وفقدان حصتها في الأسواق المالية والذي يؤدي بدوره إلى انخفاض في أسعار الأسهم. (علي حسين، 2013، صفحة 386)

2.2. تعريف وأهمية ريادة الأعمال:

أدى وضع مفهوم ريادة الأعمال في إطار كونها إحدى العمليات التي قد تحدث داخل المنظمة إلى التوسع في النظريات الخاصة بريادة الأعمال لتطبق على المنظمات بجميع أشكالها وأحجامها. بالإضافة إلى افتراض العديد من العلماء أن ريادة الأعمال هي عملية ديناميكية معقدة، أي أنها تتكون من مراحل، وكل مرحلة تنتهي تبدأ مرحلة أخرى بعدها. كما أن أهميته متنامية بالنسبة لمنظمات الأعمال حيث:

1.2.2. تعريف ريادة منظمات الأعمال: لقد تباينت وجهات نظر الكتاب والباحثين في تقديم مفهوم واضح ومحدد للريادة، ومن بينها نذكر:

عرفت ريادة الأعمال بأنها: "عملية خلق طرق وأفكار جديدة لخلق قيمة للمنظمة، سواء كانت هذه المنظمة جديدة أو حالية" (Morsy، 2013، صفحة 04). وتعد عملية التعرف على الفرص المتاحة هي إحدى الأوجه العامة لعملية ريادة الأعمال وذلك يرجع إلى أن رائد الأعمال يميل إلى تحمل المخاطر اللازمة للحصول على الفرص الموجودة في البيئة المحيطة واكتشافها، كما عرفت بأنها: "التوجه برغبة لإنشاء عمل خاص يديره الفرد من خلال بذل الفكر والجهد والوقت والمال، ويتحلى فيها بروح المغامرة وتقبل المخاطرة المحسوبة، وتحمل التبعات النفسية والاجتماعية والمالية لذلك، واستثمار عوائده في التوسع الأفقي أو الرأسي لتوفير فرص عمل جديدة له ولغيره للتخفيف من حدة البطالة، وكذلك تحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية لنفسه ولغيره، والمساهمة في بناء مستقبله ومستقبل وطنه، والمساهمة في إحداث تطوير وتنمية وطنية شاملة ومستدامة". (محمد، 2016، صفحة 632)،

وعرفت أيضا على مستوى المنظمة كما يلي: "أشير إلى أن السلوك الريادي يشمل الابتكار والمبادرة، ويقوم على استغلال الفرص السوقية، لذلك يطلق على هذا النوع من ريادة الأعمال مصطلح ريادة أعمال الشركات أو المنظمات". (Sánchez & Soriano, 2011, pp. 6-9) ووفقا لذلك تشير ريادة أعمال المنظمات إلى خلق وتطوير بيئة ثقافية داخل المنظمات من أجل زيادة الابتكار.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن ريادة الأعمال هي التي تنشأ نتيجة استغلال فرص استثمارية جديدة وواعدة، وريادة الأعمال داخل المنظمات التي تعبر عن الجهود الريادية التي تحدث داخل المنظمات القائمة، وخاصة التي تهدف إلى استثارة روح المغامرة والسلوكيات الابتكارية الريادية بين العاملين. ويغطي العمل الريادي مدى متسعا ومتباينا من الأنشطة بدء بالأفكار الإبداعية والابتكارية لتطوير وتحسين العمل والمنتجات إلى إقامة وحدات أعمال استراتيجية إلى تأسيس شركة

مستقلة تماما. والمقصود به هو العمل في مناخ يتصف بالحرية والتعاون والاستقلالية والتعلم المستمر، واستخدام التجربة والخطأ والأفكار الجديدة والسماح بالفشل، وتشجيع الابتكار من أجل تحسين المركز التنافسي للمنظم.

2.2.2. أهمية قيادة الأعمال: تساهم قيادة الأعمال في نجاح مؤسسات الأعمال في تنفيذ أفكار جديدة في تحقيق الكثير من المنافع الاقتصادية والاجتماعية. كما تساهم في تعزيز الوفورات الاقتصادية لنمو المشروع، ومنحها ميزة تنافسية واستقرار وقدرة على الوقوف في وجه المعوقات. بالإضافة إلى ذلك فهي تساهم في تحسين الدخل القومي، وحجم الصادرات من خلال ارتفاع في معدل النمو وخلق أسواق جديدة، ناهيك عن إمكانية المؤسسات الريادية في قياس حجم المخاطر المتوقعة ومواجهتها بالإدراك الإبداعي والفكري. وللريادة أهمية كبيرة يمكن تلخيصها بالنقاط الآتية: (علي صالح، 2015، صفحة 162، 163)

- تعد الأعمال والمشاريع الريادية اللبنة الأولى في تأسيس منظمات الأعمال على مختلف مستوياتها وأحجامها والمحرك الاقتصادي الذي يقود العديد من اقتصاديات الدول التي تعمل في إطار المنافسة العالمية؛
- تشجيع التجديد والإبداع والابتكار، حيث أن الريادة والابتكار ركيزتان أساسيتان في العملية الإبداعية الاقتصادية والاجتماعية وتعزيز النمو وزيادة الإنتاجية؛

فالسلك الريادي هو الذي يحدد المنظمة بشكل هادف ومستمر ويشكل مجال عملياتها بتمييز واستغلال الفرص الريادية الموجهة نحو الإبداع، وهو المعيار في المنظمات التي تستخدم إستراتيجية الريادة والتي تطور وتحسن منتجاتها وخدماتها استجابة للتغيرات البيئية التنافسية، وتطمح أي منظمة في الوصول إلى الريادية في مجال أعمالها، وعندما تصل إلى مستوى الريادية تصبح قادرة على الوقوف أمام المنظمات دون منافس لأنها فريدة بمنتجاتها وخدماتها المبتكرة في السوق. فهي غاية مهمة لمنظمات الأعمال لتبليه طموحها في الحصول على التميز في مجال عملها لجذب أكبر حصة سوقية وقد ذكر *McFadzean et al* أن لريادة منظمات الأعمال أهمية كبيرة ليس على مستوى المنظمة فقط، وإنما ينعكس على مستوى الاقتصاد الكلي، ومن خلال الاطلاع على فكر الإدارة الإستراتيجية وريادة الأعمال، لابد من الإشارة إلى بعض النقاط وهي:

- تعد أحد مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستعمال الأفضل للموارد المتاحة للوصول إلى إطلاق المنتج أو الخدمة الجديدة، وكذلك الوصول إلى تطوير طرق وأساليب جديدة للعمليات؛
- تكون مسؤولة عن تحفيز وتشجيع الإبداع داخل المنظمة بواسطة اختيار الفرص الجديدة وتنفيذها واستغلال واكتساب الموارد لأجل إنتاج سلع وخدمات جديدة؛
- تتضمن ريادة المنظمة مجموعة من المواقف والإجراءات المتنوعة التي تعزز قدرتها على تبني المخاطرة والتمسك بالفرص والإبداع؛
- تعد ريادة منظمات الأعمال سمة هامة واستراتيجية للنمو والميزة التنافسية؛
- فرصة للحصول على العوائد والمساهمة الإيجابية في المجتمع من خلال ما تقدمه المنظمة من خدمات لها.

3.2. مفهوم الريادي:

إن التطورات الفكرية المعاصرة للإدارة الحديثة أسهمت بشكل واسع النطاق على إفراز العديد من المفاهيم التي ساعدت على إرساء القواعد والمرتكزات المعاصرة للفكر الإداري الحديث، وما نتج عنه من تطورات واسعة لا سيما مفهوم الريادة وغيرها من المفاهيم التي أثرت على الأنشطة الإدارية وجعلت منها علما متسارعا في التطوير والتحسين. حيث يشكل مفهوم الريادي حالة فاعلة من النشاطات التي تمارسها الجماعات والأفراد من خلال بذل الجهود الإدارية والتنظيمية نحو إيجاد سبل النمو والتحسين في اشباح حاجات الأفراد والجماعات وتشجيعهم نحو العطاء المتميز بالإبداع. ومفهوم الريادي قدم لأول مرة في

ثمانينات القرن الماضي من خلال الأفكار التي طرحها *Gilders and Drucker* إذ أكدت دراساتهم على أن الريادي استطاع أن يبرز إلى الساحة الإدارية من خلال قدرته على التخطيط والتنظيم والرقابة إذ يعد المالك لرأس المال والمدير والمسيطر على عناصر الإنتاج، وكذلك فإن الريادي لا يوجد فقط في الشركات الصغيرة أو المتوسطة، بل في الشركات الكبيرة أيضا ويكمن جوهر الريادي في أنه جعل من التغيير شعارا له فالريادي ليس بالمقامر أو الرأسمالي أو الأجير.

1.3.2. تعريف الريادي: لقد اعتمدت أغلب الدراسات التي تطرقت لموضوع الريادي على أسلوبين أساسيين لتعريف الريادي هما: - **الأسلوب الوظيفي:** وهو يركز على أعمال الريادي وسلوكياته ووظائفه، وهذا الأسلوب يعرف الريادي على حسب سلوكه وأفعاله، حيث يصف وظائف الريادي التي على أساسه يتم تمييز الريادي عن غيره.

- **الأسلوب الوصفي:** وهو الذي يؤكد على خصائص وصفات الريادي والريادي هو الشخص الديناميكي الذي يتصرف على أساس توقعاته لتقلبات السوق ويتحمل عمل اللايقين في ديناميكية عمل السوق. (Richard G و Nadim، 2008، صفحة 08) إن الريادي عليه مواجهة مخاطر التجارة لأنه يعمل في سوق غامضة وأمام هذا الغموض والمنافسة القوية لا بد على الريادي أن يطور المميزات التي تسمح له بمواجهة مخاطر السوق، ويتمثل فعله في استغلال الفرص التجارية التي تستغل من طرف الآخرين وسلاحه في ذلك اليقظة في محاولة توقع المستقبل، والرياديون لديهم الكثير من المميزات التي تجعلهم يعاملوا كقادة، فهم غالبا ما يعارضون المديرين والإداريين الذين يطلبون منهم بان يكونوا أكثر إتباعا للطرق المعروفة وأقل مخاطرة، وأن اغلب رواد الأعمال يعملون في فرق وليس فقط بشكل فردي، إذ ان الريادي على انه الشخص الذي يسعى نحو إيجاد فرص جديدة للعمل غير معروفة مسبقا لكسب الثروة من ذلك. والريادي هو اللاعب الأكثر أهمية في اقتصاد اليوم واختيار الريادي يتطلب فهم واسع لطبيعة العمل، إذ أن الريادي يجب أن يمتلك القدرة على دمج المواهب وإدارة الأعمال بالشكل الذي يضمن تقديم منتجات مبدعة.

2.3.2. خصائص الريادي: لقد أثارت نتائج أعمال الرياديين اهتمام الكثير من علماء الإدارة والاجتماع والاقتصاد وغيرهم، ولذلك قام العديد منهم بإجراء دراسات وأبحاث عديدة عن الرياديين وأصحاب الأعمال الناجحين لمعرفة الأسباب الكامنة وراء تميزهم وإبداعهم في أعمالهم ونجاحهم، فقد بينت هذه الأبحاث أن الرياديين يتمتعون بخصائص وقدرات عالية ويتحلون بصفات وسمات شخصية تميزهم عن غيرهم وتجعلهم أقدر على البدء بمشاريعهم الخاصة وإنجاحها. وهذه الخصائص لا يجب أن تتوفر جميعها في شخص واحد، ولكن قد دلت الأبحاث بتمتع الرياديين بالعديد منها وأنه يمكن تطويرها بالتدريب والممارسة، وهذه الخصائص هي: (منظمة العمل العربية والمركز العربي لتنمية الموارد البشرية، 2006، صفحة 37)

- القدرة على تحمل المخاطرة المدروسة؛ المبادرة؛ الانتباه للفرص واقتناصها؛ الإصرار والمثابرة.
- البحث عن المعلومات اللازمة للعمل؛ الاهتمام بالجودة والتميز؛ الالتزام بالعمل والمتابعة؛ الفاعلية.
- التخطيط المنظم؛ حل المشكلات؛ الثقة بالنفس؛ الحزم.
- الإقناع واستخدام إستراتيجيات التأثير؛ الاهتمام بتوفير بيئة عمل ملائمة.

4.2. زيادة الأعمال الرقمية:

من اهم المحركات الأساسية لتنمية الاقتصاد الرقمي وتحفيز النظام البيئي للإبداع وللابتكار، تمكين وتنمية زيادة الاعمال الرقمية ودعم نموها وتطورها، من المراحل الأولية المتمثلة في توليد الأفكار، ومشاريع الأبحاث المتخصصة والمساهمة في تطويرها واستخدامها، والمحافظة على وتيرة نموها حتى تصبح فرص تجارية، كما أن من أهم المراحل الفاعلة لتنمية الاقتصاد الرقمي المستندة على إمكانات زيادة الأعمال الرقمية، تحفيز وتطوير نماذج الاعمال الرقمية الجديدة وتأسيس الشركات الرقمية

الناشئة، ووضع الحوافز لجذب الاستثمارات التقنية من خلال توفير عناصر الدعم المختلفة، مما يقود إلى توطين التقنيات وخلق المزيد من الفرص الوظيفية، كما تساهم في الحد من آثار المخاطر المستقبلية والمعتمدة على تطوير الكفاءات الرقمية والمنتجات والخدمات المبتكرة.

1.4.2. تطور التفكير الإداري من زيادة الأعمال إلى زيادة الأعمال الرقيمة: إن زيادة الأعمال التقليدية كانت وظائفها تتحدد بمجال معين يعتمد على مقاييس مثل حجم المنظمة، طبيعة المنظمة وطرق السير إلى النجاح من خلال ما يمكن تسميته البراعة الاستراتيجية، والتي تعتمد على بعدين أساسيين وهما: الاستكشاف والاستغلال أي استكشاف الفرص وكيفية استغلالها بشكل أمثل، لقد أصبح مصطلح زيادة الأعمال مرثيا في القرن الثامن عشر لوصف تحمل مخاطر الشراء بسعر معين والبيع بأسعار غير مؤكدة بمرور الوقت تم تطوير فهم زيادة الأعمال على نطاق أوسع ليشمل سلوكيات المخاطرة للأفراد الذين يسعون وراء الفرص المتصورة.

وتأتي الرقمنة التي تعتبر المحرك الرئيسي للتعاون أدى إلى ظهور الأنترنت إلى تغيير كبير في طريقة تواصلنا وعملنا. ذلك أن الاتصالات ذات الأسعار المعقولة والمتوفرة في كل مكان تمكن العمال أو الفاعلين في زيادة الأعمال من تبادل المعلومات والمعرفة بفعالية وكفاءة وسرعة، في نظام بيئي لزيادة الأعمال عبر الأنترنت، أو نظام بيئي رقمي لزيادة الأعمال يتبنى الفاعلون في زيادة الأعمال الثقافة الجديدة "للاقتصاد التشاركي" والحكم القائم على المشاركة بين المستخدمين والهندسة الرقيمة مفتوحة المصدر، هذا وتشمل زيادة الأعمال الرقيمة جميع المشاريع الجديدة وتحويل الأعمال القائمة التي تدفع القيمة الاقتصادية و/أو الاجتماعية من خلال انشاء واستخدام تقنيات رقمية جديدة، وقد أشار كل من *Von Briel et Al* إلى أن هذا المفهوم بالقول إن التنظير في أدوار التقنيات الرقيمة في انشاء المشروع يتم من خلال بعدين أساسيين هما: الخصوصية والعلاقة يمكن من خلالهما وصف التقنيات الرقيمة. (von, 2018، صفحة 60)

هذا وقد درس *Leung* زيادة الأعمال الرقيمة في الدول الآسيوية، وكيف سعى المبتكرين إلى استغلال البيئة الرقيمة لتطوير وتسويق منتجاتهم، ومحاولة فهم رواد الأعمال الرقيمون وعلاقتهم بالدوافع الاقتصادية الراسخة، ومكانة النظام البيئي المحلي ودوره في زيادة الأعمال الرقيمة. بالإضافة إلى التغييرات الاجتماعية والثقافية وأثرها على المشهد التكنولوجي العالمي (Leung, W. F, 2018، صفحة 34).

2.4.2. تعريف زيادة الأعمال الرقيمة: هناك عدة تعاريف يمكن ذكر بعضها فيما يلي:

عرفت على أنها: "عندما يتم رقمنة المواد المادية في منظمة تستخدم المزيد من المؤسسات بشكل متزايد المشاريع الرقيمة لدمج تكنولوجيا المعلومات، يمكن أن تشمل الرقيمة التسويق أو التوزيع عبر الأنترنت أو التفاعل مع المستهلكين". (Ratten, 2018، صفحة 100)، وعرفت بأنها: "مصطلح زيادة الأعمال الرقيمة يشير إلى الأنشطة الاقتصادية الجديدة التي يتم تنفيذها عبر الأنترنت أو على منصات متنقلة، هذه شركات ناشئة تقدم خدمات أو منتجات باستخدام تكنولوجيا الأنترنت أو الهاتف المحمول. اتسمت هذه الظاهرة الناشئة في الاقتصاد الرقمي بالتقنيات الجديدة (شبكات الكمبيوتر) وأنواع جديدة من العمال (الحرفيين الرقيمين)". (Leung, 2018، صفحة 04)

وتعرف أيضا بأنها: "خلق مشاريع جديدة وتحويل المشاريع القائمة والشركات من خلال تطوير تقنيات رقمية جديدة أو استخدام جديد لهذه التقنيات. كما تعرف بأنها العملية التي يتم فيها تنفيذ الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات وإدارتها بواسطة تحويل المعطيات من خلال شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) أو أية أنظمة تقنية شبيهة، ويرتبط مفهوم زيادة الأعمال الرقيمة بثلاثة أنواع من الأنشطة: الأول، خدمات ربط أو دخول الإنترنت وما تتضمنه من خدمات ذات محتوى تقني مثل الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت، والثاني يتمثل في التسليم أو التزويد التقني للخدمات، أما الثالث فهو استعمال

الإنترنت كوسيلة لتوزيع الخدمات والبضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية، تسليم مادي عادي". (Al-Barashdia, 2021, p. 04)

وعرفت المفوضية الأوروبية بأنها: "الظاهرة المرتبطة بنشاط زيادة الأعمال الرقمية، وتعرف نشاط زيادة الأعمال الرقمية بالعمل البشري الذي يتسم بالمغامرة ويسعى إلى توليد قيمة من خلال إيجاد أو توسيع النشاط الاقتصادي باستغلال المنتجات والعمليات والأسواق الجديدة القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات". (European Commission, 2015, صفحة 05) ومن خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن زيادة الأعمال الرقمية تتمثل في تحديد الأفكار والفرص والاستفادة منها وتحويلها إلى سلع وخدمات مفيدة، مع إضافة قيمة لها على المدى الطويل من خلال الابتكار والاعتماد على وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والتي تساعد على الحصول على الربح المادي، مع مراعاة وجود المخاطرة.

3.4.2. أهمية زيادة الأعمال الرقمية: لقد أوضحت دراسة *Turuk* أن زيادة الأعمال الرقمية تؤدي دورا هاما في النمو الاقتصادي ورفع مستوى معيشة المجتمع المحلي، وذلك من خلال بذل جهد كبير في تسيير أعمالهم والاستفادة من مواردهم المحلية، وتوفير فرص عمل لأنفسهم وللسكان المحليين، وتؤدي زيادة نشاطهم التجاري واستثماراتهم في المناطق الأقل نموا اقتصاديا إلى تحسين في البنية الأساسية لمجتمعهم المحلي مثل: تحسين الطرق، إمدادات المياه، والكهرباء وغيرها من المرافق التي ما كانت لتتوفر لولا ذلك.

وكما أكدت دراسة Zhao & Collier أن مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في أستراليا والتي تعتمد على استخدام التكنولوجيا الحديثة ووسائل الاتصال وتوفر المزيد من فرص العمل توفر كذلك إيرادات مادية أكبر من المشروعات التي تستخدم تكنولوجيا أقل، وبين عامي 2010 و 2012 زاد عدد المشروعات الرائدة في استخدام التكنولوجيا الحديثة ووفرت وظائف ضعف عدد الوظائف في المؤسسات الأقل استخدامها للتكنولوجيا، ومن خلال نتائج إجراء دراسة عن برنامج إنتاج الطاقة في أستراليا تبين أن الأعمال التجارية الصغيرة يمكن أن توفر إيرادات إضافية قدرها 49.2 بليون دولار في السنوات العشر المقبلة من خلال تحسين استخدام التكنولوجيا الرقمية، مما يدل على أهمية زيادة الأعمال الرقمية بالنسبة للاقتصاد الأسترالي لتحقيق رؤية أستراليا في أن تصبح اقتصادا رقميا رائدا عالميا بحلول عام 2020.

ويمكن تحديد أهمية زيادة الأعمال الرقمية في النقاط التالية: (Vineela, 2018, صفحة 446)

- جذب أكبر عدد من العملاء أو المستهلكين: وهذا يرجع إلى سهولة الاتصال بين البائع والمستهلك عبر الإنترنت.
- الحفاظ على المنافسة: ذلك أنه من خلال التسويق الإلكتروني يمكن لمؤسسات الأعمال الحصول على مزيد من العملاء والقوة الكافية لمواجهة تحديات المنافسة في السوق وتنمية أعمالهم.
- تعظيم قيمة الموقع الإلكتروني: حيث إن التصميم الجيد لموقع الأعمال التجارية يجعله منصة هامة لجذب مزيد من العملاء وتحقيق هدف رائد الأعمال من مبيعات عالية.
- انخفاض التكاليف: من مزايا التكنولوجيا الرقمية أنها في متناول اليد وتكاليفها منخفضة وتباين التكلفة على حسب الاستراتيجية المستخدمة في التسويق، وبالتالي يمكن تخفيض التكلفة من خلال استخدام التقنيات الرقمية.
- تغذية راجعة فورية: من المزايا الهامة لزيادة الأعمال الرقمية: حصول المستثمر على ردود فعل على الفور من العميل وبالتالي يمكن تعديل المنتج إذا لزم الأمر إرضاء للعملاء.

5.2. مقومات زيادة الأعمال الرقمية:

حددت المفوضية الأوروبية خمس ركائز أو مقومات أساسية تقوم عليها زيادة الأعمال الرقمية ويمكن توضيحها بالشكل

التالي:

شكل رقم (01): مقومات ريادة الأعمال الرقمية



المصدر: من إعداد الباحثين.

يمكن تلخيصها في النقاط التالية: (Turuk, 2018, صفحة 184)

1.5.2. قاعدة معلومات رقمية وسوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: وهي قاعدة تستخدم في تخزين البيانات أو المعلومات المعقدة التي تستخدمها أنظمة الكمبيوتر، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي من أهم التقنيات المسؤولة والأداة الرئيسة في عملية تنظيم الأعمال والمشروعات الرقمية، ومن خلالها يتم نقل المعلومات عن الصناعات والشركات إلكترونياً. ويمكن دعم الابتكارات الإلكترونية وكذلك التجارة الإلكترونية وتأسيس أعمال جديدة أو تعزيز وتطوير القائمة منها والتي تنبئ الجانب الرقمي من خلال القطاع العام والخاص، وفي هذا المجال يقوم قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كمحرك لنشر وتسويق المنتجات والأفكار المبتكرة.

2.5.2. بيئة الأعمال الرقمية: وهي عبارة عن مكان افتراضي يستخدم فيه واحد أو أكثر من أنظمة الكمبيوتر لرصد وحفظ معلومات الأعمال وكافة التفاصيل عن تفاعل الأفراد ويمكن أن يتم ذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي تتكون من خادم مركزي (سيرفر) واحد لمشاركة المعلومات والبيانات لكل عميل. ويمكن تعزيز بيئة الأعمال الرقمية وتحسين سهولة ممارسة الأعمال من خلال توفير بيئة تنظيمية داعمة تسهل دخول عالم التسويق من عرض وطلب للمنتج اعتمداً على التكنولوجيا الرقمية وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

3.5.2. التمويل: يعتبر الحصول على التمويل مقوم أساس لكل مشروع تجاري للقيام بأنشطة وأعمال بشكل فعال، ويعرف على أنه قدرة الفرد أو المؤسسة على الحصول على خدمات مالية من ائتمان وإيداع ودفع وتأمين وغير ذلك. ويعتمد نوع التمويل على نوع الأعمال ومنتجاته وخدماته، وعليه فإن غدارة التمويل في غاية الأهمية لكل صاحب مشروع للحد من المخاطر المالية مع توفر العديد من مصادر التمويل الرسمية وغير الرسمية، ومن الأهمية البحث عن أشكال ابتكارية لزيادة الاستثمارات الرقمية.

4.5.2. المهارات الرقمية والقيادة الإلكترونية: هناك العديد من المهارات لا بد أن يمتلكها أي شخص حتى يصبح رائد أعمال من بينها المهارات الرقمية، ويقصد بها مهارات الفرد المرتبطة باستخدام التقنيات الرقمية، أما القيادة الإلكترونية يقصد بها العملية التي من خلالها يتم التأثير على الأفراد من أجل تغيير اتجاهاتهم وسلوكهم وطريقة أدائهم من أجل تحقيق أهدافهم بفعالية، ويمكن ذلك من خلال التعلم والتدريب الإلكتروني واستغلال الفرص المتاحة من تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بحيث يتمتع الأفراد بالمهارات والمعارف اللازمة لتحسين كفاءة الأعمال التجارية ووضع نماذج جديدة رقمية.

5.5.2. ثقافة ريادة الأعمال: ويقصد بها أنها بيئة تؤثر في الأفراد وتدفعهم للحصول على الدعم لأفكارهم ومنتجاتهم الابتكارية لتحمل المخاطر، وفي مجال ريادة الأعمال الرقمية ينظر إليها على أنها برنامج أو مكان يتم فيه تشجيع الرواد على التعبير عن أفكارهم ومنتجاتهم المبتكرة، ويعتمد دعم ثقافة ريادة الأعمال الرقمية على نشر ثقافة ريادة الأعمال في المجتمع والتأكيد على دور الرواد الفعال فيه، وهناك مقومات أخرى لا غنى عنها للتحويل إلى ريادة الأعمال الرقمية وهي:

6.5.2. البنية التحتية الرقمية: تؤدي البنية التحتية الرقمية دورا هاما في تسهيل وتعزيز ريادة الأعمال، وتشمل شبكة الإنترنت وتوافر عوامل الحماية والأمان الإلكتروني والحاسبات الشخصية وخطوط الهاتف.

7.5.2. الدعم الحكومي: ويتمثل الدعم الحكومي في دورين أساسيين لتحسين وتيسير أنشطة الأعمال التجارية، وهما: أولا؛ توفير بنية تحتية رقمية قوية وسياسات داعمة (مثل الضرائب المخفضة)، ثانيا؛ يمكن للحكومة أن تساعد في تطوير الأعمال الرقمية من خلال: إنشاء مؤسسات أعمال تجارية رقمية، زيادة الاستثمار في مجال البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعزيز استخدام تطبيق التجارة الرقمية للتأثير في الأسواق العالمية، زيادة القدرة على تحسين الابتكار وتنظيم الأعمال والمشروعات التجارية.

8.5.2. دور الجامعات: للجامعات دور مؤثر وفعال في تعليم ريادة الأعمال، وتعتبر المراكز الجامعية عنصر أساس للابتكار إذ تعمل كجسر يربط المعرفة والتكنولوجيا بالتنمية الاقتصادية، وأيضا كما تؤدي الجامعات دور مهما في بناء رواد الأعمال.

6.2. هدف ريادة الأعمال الرقمية:

تمثل سياسة ريادة الأعمال الرقمية حلقة تحول هامة في سلسلة المبادرات والبرامج التي تطلقها الجهات الحكومية أو الخاصة لأجل تحقيق التقدم والتنوع الاقتصادي، وضمان الازدهار والريادة، بالإضافة إلى مساهمتها في تنمية الاقتصاد الرقمي كمعزز رئيسي وتنظيمي لبناء تصور واضح للجهود الحالية والمستقبلية بغية الإسهام في: (وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، 2021، صفحة 05)

1.6.2. الآثار الاقتصادية:

- رفع نسبة مشاركة الشركات الرقمية الناشئة من الناتج المحلي الاجمالي غير النفطي وخلق المزيد من فرص العمل والمساهمة في تنمية الاقتصاد الرقمي؛
- تحسين ورفع تنافسية مخرجات البحث والتطوير والابتكار الرقمي للقطاعات الحكومية والخاصة؛
- فتح الاسواق لمخرجات الأبحاث والتطوير الرقمية المبتكرة، وذلك من خلال المشاركة في المسابقات والفعاليات المرتبطة بالقطاعات الحكومية والخاصة؛
- تقديم التسهيلات من خلال الشركاء (القطاع الخاص) للوصول للحلول التمويلية المناسبة للشركات الرقمية الناشئة؛
- تسهيل عمليات الوصول الى البيانات الرقمية لرواد الاعمال وأصحاب المشاريع الرقمية، مما يساعد الشركات الرقمية الناشئة على دراسة حاجة السوق بما يتلاءم مع منتجاتهم؛
- جذب الاستثمارات الأجنبية من خلال رفع مستوى سهولة ممارسة الاعمال في الأسواق المحلية.

2.6.2. الآثار الاجتماعية:

- مشاركة المجتمع المحلي من خلال رواد الاعمال في تطوير حلول أعمال رقمية تساهم في تحسين ورفع تنافسية مخرجات مجالات البحث والتطوير الرقمية لرفع جودة الحياة المجتمعية؛
- تعزيز الوعي في المجتمع في مجالات ريادة الأعمال الرقمية التي تستهدف تطبيقات التقنيات الحديثة وتسخيرها فيما يخدم بيئة الأعمال والتطوير؛
- تشجيع المزيد من المواهب الرقمية على بدء مشاريع ريادية من خلال توعيتهم بالعوائد المرجوة منه، وتزويدهم بالمهارات اللازمة ليصبحوا رواد أعمال.

7.2. محددات ريادة الأعمال الرقمية:

تتمثل أهم محددات نجاح ريادة الأعمال الرقمية في عالم المؤسسات اليوم في:

1.7.2. متطلبات الرقمنة: المرونة والإنتاجية للمنصات الرقمية والوسائط الاجتماعية ومصادر البيانات الضخمة ومنتجات المعلومات، مثل اعتماد المحركات الحكومية، المرافق الرقمية وتوفير البنية التحتية الرقمية الداخلية، والطموح الرقمي وكذا القدرات الرقمية للمؤسسات.

2.7.2. التحولات الديناميكية: أي قابلية الأفراد لريادة الأعمال التجارية الرقمية وتقارب الأعمال الرقمية والأخلاقيات الرقمية لديهم، وكذا اتجاهاتهم الرقمية، مثل قدرات تبادل المعلومات، قدرات عملية التعاون والتعلم الاستراتيجي الرقمي وغيره من خلال اكتساب المعرفة بالأعمال التجارية الرقمية، مثل معرفة وضع السوق واستراتيجيته والاستراتيجيات الرائدة للشركات الناشئة والاحتكارية الرقمية... الخ.

3.7.2. ابتكار نموذج العمل الرقمي: مثل تقسيم المهام بين الموظفين وتوزيع المكافآت، وأوجه القصور في نماذج الأعمال الرقمية، التحقق من صحة نماذج الابتكار الرقمي وتقييمها مثل مخاطر العلاقات وتلك المرتبطة بنماذج الأعمال المبتكرة... الخ.

4.7.2. الأعمال الرقمية أو ما يليها من المراسيم: مثل الآثار غير المباشرة، والتأثير الاجتماعي للأسواق وتوفير التكاليف، دعم وتطوير المزايا التنافسية، ودعم التغلب على حواجز السوق، ودعم أداء السوق وتطوير الاستراتيجية الرقمية... الخ.

8.2. مزايا ريادة الأعمال الرقمية: يمكن تحديد مزايا ريادة الأعمال الرقمية في النقاط التالية: (Vineela, 2018، صفحة 442، 443)

1.8.2. سهولة إنشاء مشروع: حيث إن الوقت الذي يستغرقه إنشاء موقع على الإنترنت لبيع المنتجات أقل بكثير من البحث عن مكان تأسيس مشروع تقليدي.

2.8.2. سهولة التصنيع والتخزين: حيث إن المنتجات والسلع الرقمية لا تحتاج إلى أدوات ومعدات مادية لإنتاجها ولا تحتاج إلى مكان للتخزين، وبالتالي تتميز بانخفاض تكلفة التصنيع والتخزين.

3.8.2. سهولة توزيع المنتج في الأسواق الرقمية: حيث يمكن توزيع المنتجات من خلال شبكة الإنترنت بسرعة كبيرة وبتكلفة زهيدة بين جميع دول العالم.

4.8.2. مكان عمل رقمي: وبما إن الإنترنت يربط جميع أنحاء العالم فهذا يوفر فرصة ممتازة للاستفادة من رواد الأعمال الموهوبين والمتميزين من جميع أنحاء العالم وتوظيفهم في شركات الأعمال الصغيرة والمتوسطة.

5.8.2. منتج رقمي: بصرف النظر عن مزايا التصنيع والتخزين والشحن؛ يوفر المنتج الرقمي المزيد من الفوائد لرواد الأعمال حيث من الممكن تكييف المنتج الرقمي مع أية تغييرات ابتكارية دون حدوث إعاقة لعملية تصنيع السلع وتسويقها.

6.8.2. خدمة رقمية: تزايد أهمية الخدمات في العالم الرقمي بصورة كبيرة؛ حيث أنها ضرورية لكل عميل ولجني المزيد من الأرباح عندما تتوفر خدمة ممتازة بتكلفة أقل من قيمتها بالنسبة للعميل، مما يترك انطباعا إيجابيا عند العملاء ويحقق أرباحا كبيرة لأصحاب المشروعات.

وتجدر بنا الإشارة هنا إلى كل من يقوم بهذا الإنجاز وهو رائد الأعمال الرقمي الذي ينظر له بأنه الشخص الذي يسعى إلى توليد القيمة من خلال إنشاء أو توسيع نطاق النشاط الاقتصادي القائم عن طريق استغلال المنتجات والعمليات والأسواق الجديدة القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

3. المحور الثاني: تنافسية المؤسسات الاقتصادية

من المؤكد أن التغيرات التي تشهدها بيئة الأعمال من فترة إلى أخرى نتيجة للتطورات السياسية الاقتصادية والاجتماعية لها بالغ الأثر في تحديد المؤسسة لمجموعة الوسائل والأدوات، التي تضمن لها البقاء والاستمرار وتمكنها من تحقيق الأفضلية والأسبقية على المنافسين.

1.3. تعريف وخصائص التنافسية:

يتميز مفهوم التنافسية بالحدثة، ولا يخضع لنظرية اقتصادية عامة، وأول ظهور له كان خلال فترة 1981 – 1987 من هذا العجز يرجع تبادلها مع اليابان، إضافة إلى زيادة حجم الديون الخارجية، وظهر الاهتمام مجددا بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينات كنتاج للنظام الاقتصادي العالمي الجديد وبروز ظاهرة العولمة، وكذا التوجه العام لتطبيق اقتصاد السوق، بما أن التنافسية هي مفهوم حديث الظهور، فإننا نلاحظ أن هناك اختلافا كبيرا في التعاريف المقدمة وذلك راجع إلى الاختلاف في وجهات النظر وتجربة الممارسين في الميدان، وسنحاول فيما يلي التطرق لبعض التعاريف كما يلي:

عرفت التنافسية بأنها: " القدرة التي تمتلكها المؤسسة في وقت معين على مقاومة منافسيها". (Alouani , 2002, p. 229) كما عرفت بأنها: "هي القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين". (رزيق ومسودور، 2003، صفحة 6)، وهي أيضا: "القدرة على تلبية الرغبات المختلفة والمتنوعة للمستهلكين وذلك بتوفير منتجات وخدمات ذات جودة معينة وبسعر معين، بشكل أكثر كفاءة من المنافسين الآخرين في السوق، ويستطيع المشتري شراءها من جميع أنحاء العالم مما يحقق نجاحا مستمرا للشركات على الصعيد العالمي والصعيد المحلي، في ظل غياب الدعم والحماية من قبل الحكومة، وذلك من خلال رفع إنتاجية عوامل الإنتاج المستخدمة، تكاليف التشغيل، التنظيم، الإنتاج، التسويق، تامين تنظيم العمل وكفاءات المؤسسة والتكيف السريع مع تغيرات السوق واليقظة بتجديد نظام مواردها حسب توقعات وتطورات المحيط". (النجار، 2000، صفحة 11)

كما عرفت بأنها: "قدرة المؤسسة على تصميم، إنتاج و/أو تسويق منتجات أحسن مما يقدمه المنافسون مع الأخذ بعين الاعتبار السعر والصفات غير السعرية فالعمليات التنافسية هي تلك العمليات التي تساعد في تحديد أهمية العمليات الأساسية وأدائها الحالي مثل، عمليات التسيير الاستراتيجي، عمليات الموارد البشرية، تسيير العمليات، عمليات تسيير التكنولوجيا، وتعزيز قدرة المؤسسة على المنافسة بفعالية، ومصادر التنافسية هي الأصول والعمليات داخل المؤسسة التي توفر الميزة التنافسية هذه المصادر قد تكون غير ملموسة". (الخصيري، 2004، صفحة 86).

مما سبق يمكن القول بأن التنافسية على مستوى المؤسسة تركز على سلوكياتها وأدائها، وهي تقترح أفضل توليفة جودة/سعر لمنتجاتها، مما يسمح لها بتموضع أحسن على مستوى الأسواق المرجعية، وهو استنتاج مبني على فكرة حساسية سعر الطلب. فالتنافسية دائما مرتبطة بأثر السعر لكن الوضعية التنافسية لا يمكن ربطها بمتغير واحد. فالتنافسية على مستوى المؤسسة مرتبطة بأداء السوق مع إنتاجية عالية وتكاليف منخفضة لتصبح عوامل نجاح.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أهم خصوصيات التنافسية والمتمثلة فيما يلي:

- تمحور التنافسية حول محورين رئيسيين هما جودة المنتج وسعره؛
- سوق المنافسة هي السوق العالمية، الأمر الذي يلغي الحدود الجغرافية للتنافسية؛
- بالمفهوم المعاكس لا يمكن التكلم عن تنافسية مؤسسة دوليا، ما لم تكن تملك تنافسية محليا؛

• بالإضافة إلى الإتاحة المكانية التي تتطلبها تنافسية المؤسسة. هناك مطلب آخر يجب أن توفره في إطار استراتيجياتها التنافسية وهو الإتاحة الزمانية. فلا يمكن الكلام عن التنافسية بدون إعطاء الأهمية الكافية للبعد الزمني في توفير السلع والخدمات.

2.3. أهمية وأهداف التنافسية:

1.2.3. أهمية التنافسية: لم تعد التنافسية مجرد الإنتاج بأقل التكاليف بل تعدت ذلك في اقتصاد معلوم يسعى إلى ترسيخ مبدأ الجودة والتميز، وهو ما يسمح بالمنافسة على الرغم من ارتفاع التكاليف، ويحتاج النهوض بالجودة والنوعية إلى موارد بشرية، علمية تستطيع السيطرة على التكلفة وإبداع أشكال التميز والإتقان في المنافسة. وإذا كان الاندماج أو الانفتاح على العالم ضمن منظومة الاقتصاد العالمي أمر حتمية أمام الدول العربية والنامية عموماً. فإن الاستفادة من الفرص التي يوفرها لتحقيق النمو الداعم والرفاه ليست نتيجة حتمية بل تخضع لقوانين المنافسة المفتوحة على مستوى الدول والشركات وحتى الأفراد.

وتتمثل أبرز التحديات التي تطرحها البيئة العالمية الجديدة في تعزيز القدرة على توليد الدخل واستمرارية النمو في ظل هذه البيئة الدولية التي أصبح شعارها البقاء للأفضل، مما يستدعي تحديث الهياكل الإنتاجية، وتحسين كفاءتها وتطوير الثقافة والنهوض بالعنصر البشري، وتحسين بيئة الأعمال واجتذاب رأس المال الأجنبي، وفي اقتصادنا المعاصر أصبحت التنافسية أكثر ضرورة، فهي تؤثر في الشركات التي تحتاج إلى تنمية فضلاً عن مجرد توفير البقاء، وفي الأفراد الذين يريدون الحفاظ على وظائف عملهم كما تؤثر في الأمم التي ترغب في استدامة مستويات معيشة أفرادها وزيادتها، وما عزز من مناخ التنافس ورسخ القناعة بأهمية التنافسية تلك التغيرات في بيئة الأعمال.

2.2.3. أهداف التنافسية: تهدف التنافسية إلى تحقيق عدة أهداف هي:

1.2.3. تحقيق درجة عالية من الكفاية: بمعنى أن تحقق المؤسسة نشاطها وأعمالها بأقل مستوى ممكن من التكاليف وفي ظل التطور التكنولوجي المسموح به، فالتنافسية تساهم في بقاء المؤسسات الأكثر كفاءة.

2.2.3. التطور والتحسين المستمر للأداء: من خلال التركيز على تحقيق الابتكارات التكنولوجية والابتكارات والتي تكون تكلفتها مرتفعة نسبياً، إلا أنها صعبة المحاكاة من قبل المؤسسات المنافسة.

3.2.3. الحصول على نمط مفيد للأرباح: إذ تتمكن المؤسسات ذات الكفاءة الأعلى والأكثر تطوراً من تعظيم أرباحها، فالأرباح تعد مكافأة المؤسسة عن تميزها وتفوقها في أدائها.

3.3. تصنيفات التنافسية:

لقد تعددت وتنوعت التنافسية بتنوع مفهوم التنافسية نفسها، حيث نتج عن ذلك تصنيفات كثيرة حاولت كل منها وضع حدود معينة للتنافسية من خلال ربطها بمعايير أو مفردات أو حتى هيئات دولية، للقول بأن التنافسية ليست واحدة، بل لها أشكال مختلفة في مضمونها وظروفها.

1.3.3. التنافسية وفق معيار المحتوى: قدم H.Lesca, 1982 (H, 1982, p. 11;13) تصنيفاً للتنافسية يعتمد على معيار محتوى التنافسية، فبالاستناد إلى هذا المعيار نجد تنافسية المنتج وتنافسية المؤسسة، حيث تعتبر تنافسية المنتج شرطاً لازماً للتنافسية المؤسسة، لكنه غير كافٍ. وكثيراً ما يعتمد على سعر التكلفة كمعيار وحيد لتقويم تنافسية منتج معين، ويعد ذلك أمراً مضللاً، باعتبار أن هناك معايير أخرى قد تكون أكثر دلالة كالجودة وخدمات ما بعد البيع. وعليه، يجب اختيار معايير معبرة تمكن من التعرف الدقيق على وضعية المنتج في السوق في وقت معين. أما بالنسبة للتنافسية المؤسسة، فيتم تقويمها على مستوى أشمل من تلك المتعلقة بالمنتج، حيث لا يتم حسابها من الناحية المالية في المستوى نفسه من النتائج. في حين يتم التقويم المالي بالاستناد إلى الهامش الذي ينتجه هذا الأخير. أما تنافسية المؤسسة، فيتم تقويمها آخذين بعين الاعتبار هوامش كل المنتجات من جهة،

والأعباء الإجمالية، التي نجد من بينها: تكاليف البنية، النفقات العامة، نفقات البحث والتطوير، والمصاريف المالية... الخ من جهة أخرى. فإذا فاقت هذه المصاريف والنفقات الهوامش واستمر ذلك مدة أطول، فإن ذلك يؤدي إلى خسائر كبيرة يصعب على المؤسسة تحملها. ومن ثم، فالمؤسسة مطالبة بتقديم قيمة لزيائنها، ولا يتم ذلك إلا إذا كانت حققت قيمة إضافية في كل مستوياتها.

2.3.3. التنافسية وفق الزمن: بالاستناد إلى معيار الزمن، يتم التفرقة بين التنافسية الملحوظة والقدرة التنافسية، حيث تعتمد التنافسية الملحوظة على النتائج الإيجابية المحققة خلال دورة محاسبية معينة، غير أنه يجب ألا نتفائل بشأن هذه النتائج، لكونها قد تنجم عن فرصة عابرة في السوق، أو عن ظروف جعلت المؤسسة في وضعية احتكارية، فالنتائج الإيجابية على المدى القصير، قد لا تكون كذلك على المدى الطويل، أما بالنسبة للقدرة التنافسية، فقد أظهر استطلاع للرأي أن القدرة التنافسية تستند إلى مجموعة من المعايير، حيث أن هذه الأخيرة تربطها علاقات متداخلة فيما بينها، فكل معيار يعتبر ضروري، لأنه يوضح جانبا من القدرة التنافسية، ويبقى المؤسسة صامدة في بيئة مضطربة، ولكنه لا يكفي بمفرده. وعلى خلاف التنافسية الملحوظة، فإن القدرة التنافسية تختص بالفرص المستقبلية، وبنظرة طويلة المدى.

3.3.3. التنافسية السعرية والهيكلية: يرى M.Dejardin بأن هناك نوعين مترابطين من التنافسية، حيث يعتمد النوع الأول على السعر، باعتبار أن المؤسسات تكون قادرة على مواجهة المنافسة من خلال إمكانية تعديل أسعارها، أما النوع الآخر، فيتمثل في التنافسية الهيكلية والتي تشير إلى قدرة المؤسسة على التميز عن منافسيها بطرائق أخرى غير السعر، كالجودة، السمعة المكتسبة في السوق... الخ. ويرتكز هذا التميز أساسا على الإبداع، والذي يستند بدوره إلى تخصيص الموارد في مجال البحث والتطوير ورأس المال البشري.

4.3.3. التنافسية الجغرافية: يتعلق الأمر هنا بما يعرف بأقطاب التنافسية، وهي عبارة عن توليفة – على مساحة جغرافية معينة – بين مؤسسات اقتصادية، مراكز تكوين ووحدات بحث عمومية أو خاصة ملتزمة ضمن عمل تعاضدي حول مشروع مشترك ذو طابع إبداعي بحيث تنظم هذه الشراكة حول سوق وميدان تكنولوجي وعلمي يسمح للوصول إلى التنافسية وتقديم رؤية واضحة على المستوى العالمي، وتعتبر المهمة الرئيسية لأقطاب التنافسية هي البحث على الإبداع، وذلك بالاستخدام المشترك للموارد من جهة، وتطوير التعاضد الناتج عن القرب الجغرافي من جهة أخرى. كما يجب أن تكون أقطاب التنافسية المحرك الرئيس للتطوير الاقتصادي لبلد ما. وبخاصة في القطاع الصناعي. ويطلق على مجموع الأقطاب التنافسية بالعناقيد، والتي تمس جميع القطاعات وتؤسس لتنافسية شاملة، ويعتبر هذا المفهوم حديث النشأة، فعلى سبيل المثال بدأ العمل في فرنسا سنة 2004، وهي تحصي ما يقارب 74 قطب تنافسي في جميع المجالات وكان بديلا لما كان يعرف بالتنافسية الإقليمية، والتي كانت تعتمد على ما يملكه الإقليم من إمكانيات ومميزات نسبية دون محاولة ربط المؤسسات والهيئات ببعضها، وجعلها تتعاون لبلوغ أهداف مشتركة.

4.3. مؤشرات قياس التنافسية:

تناولت العديد من الدراسات النظرية والتطبيقية عدة مؤشرات لقياس التنافسية، والتي كان الهدف منها توفير المزيد من المعلومات، حتى يمكن تحقيق العديد من المقارنات بيم الصناعات والمؤسسات في الدول المختلفة. ومن ثمة لا يمكن حصر التنافسية في قائمة من العوامل فحسب، بل هي إدراك ومعرفة وإصغاء دائم بكل ما يحيط بالمؤسسة من تغيرات.

1.4.3. الربحية وتكلفة الصنع: تشكل الربحية مؤشرا كافيا على التنافسية الحالية، وكذلك تشكل الحصة من السوق مؤشرا على التنافسية إذا كانت المؤسسة تعظم أرباحها، أي أنها لا تتنازل عن الربح لمجرد غرض رفع حصتها من السوق، ولكن المؤسسة يمكن أن تكون تنافسية في سوق يتجه هو ذاته نحو التراجع، وبذلك، فإن تنافسيتهما الحالية لن تكون ضمانا لربحيتهما

المستقبلية. وإذا كانت ربحية المؤسسة التي تريد البقاء في السوق ينبغي أن تمتد إلى فترة من الزمن، فإن القيمة الحالية لأرباح المؤسسة تتعلق بالقيمة السوقية لها (عدنان وديع، 2001، صفحة 19). كما تعتمد المنافع المستقبلية للمؤسسة على إنتاجيتها النسبية وتكلفة عوامل إنتاجها، وكذلك على الجاذبية النسبية لمنتجاتها على امتداد فترة طويلة، وعلى إنفاقها الحالي على نشاطات البحث والتطوير وبراءات الاختراع التي تحصل عليها، إضافة إلى عناصر أخرى ذات أهمية في اكتساب الجاذبية لمنتجاتها ومن ثم، النفاذ إلى الأسواق والمحافظة عليها. تعد المؤسسة ذات قدرات تنافسية إذا ما استطاعت أن تنتج سلعا وخدمات ذات جودة فائقة، أو تقلل التكاليف إلى ما دون المستوى الذي يحققه منافسوها المحليون والدوليون. ومن ثم، تصبح التنافسية مرادفا لأداء ربحية المؤسسة في الأجل الطويل، ومدى قدرتها على تأمين أعمالها، وضمان مستوى عال من العائد للمالكها.

2.4.3. الإنتاجية الكلية للعوامل: تقيس الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج الفاعلية التي تحول المؤسسة فيها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات، ولكن هذا المفهوم لا يوضح مزايا ومساوي تكلفة عناصر الإنتاج، كما أنه إذا كان الإنتاج يقاس بالوحدات الفيزيائية، فإن الإنتاجية الإجمالية للعوامل لا توضح شيئا حول جاذبية المنتجات المعروضة من قبل المؤسسة. كما يمكن مقارنة الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج أو نموها لعدة مؤسسات على المستوى المحلي والدولي. كما يمكن ربط نموها سواء بالتغيرات التقنية وإلى تحقيق وفيات الحجم، ويمكن تفسير الإنتاجية الضعيفة بتسيير غير فعال أو بدرجة من الاستثمار غير فعالة أو بكليهما معا.

3.4.3. الحصة السوقية: هناك إمكانية أن تكون مؤسسة مربحة وتستحوذ على جزء هام من السوق الداخلية، بدون أن تكون تنافسية على المستوى الدولي، ويحصل هذا عندما تكون السوق المحلية محمية بحواجز تجاه التجارة الخارجية، كما يمكن للمؤسسات المحلية أن تكون ذات ربحية آنية ولكنها غير قادرة على الاحتفاظ بالمنافسة عند تحرير التجارة، ولتقدير الاحتمال لهذا الحدث يجب مقارنة تكاليف المؤسسة مع تكاليف منافسيها الدوليين المحتملين، بخاصة مع التوجه نحو تحرير التجارة الخارجية (حسن بشير محمد، 2007، صفحة 19).

ففي حالة قطاع نشاط ما ذو إنتاج متجانس، فإنه كلما كانت التكلفة الحدية للمؤسسة ضعيفة بالقياس إلى تكاليف منافسيها، كلما كانت حصتها السوقية أكبر وكانت المؤسسة أكثر ربحية مع افتراض تساوي وتجانس ظروف الإنتاج، فالحصة السوقية تترجم المزايا في الإنتاجية أو في تكلفة عوامل الإنتاج. أما في حالة قطاع ذو إنتاج غير متجانس، فإن ضعف ربحية المؤسسة يمكن أن يفسر بالأسباب السالفة الذكر أعلاه، ولكن يضاف إليها سبب آخر، هو أن المنتجات التي تقدمها المؤسسة قد تكون أقل جاذبية من منتجات المنافسين بافتراض تساوي وتجانس ظروف الإنتاج أيضا، إذ كلما كانت المنتجات التي تقدمها المؤسسة أقل جاذبية كلما ضعفت حصتها السوقية، تعتبر عملية قياس التنافسية مسألة غاية في الصعوبة، باعتبار الغموض الذي يكتنف التنافسية نفسها، فالقياس هنا نسبي وغير نمطي، فهناك مؤسسات تجاوزت مسألة التكلفة والحصة السوقية أو الإنتاجية إلى مؤشرات نوعية تستند إلى التنظيم الداخلي كالتعلم التنظيمي والقدرة على التحكم في الوظائف وتحقيق الانسجام والتناغم على كل مستويات المؤسسة.

4. المحور الثالث: علاقة الريادة الرقمية بتنافسية المؤسسات الاقتصادية:

1.4. ريادة الأعمال الرقمية والتنافسية:

لقد كان للتطورات والتغيرات التي حدثت في السنوات الأخيرة دور بارز في تغيير أساليب الأعمال وانتقالها من التقليدي إلى الحديث، حيث اجتمعت العديد من الظروف المباشرة وغير مباشرة من أجل ظهور ما يعرف بريادة الأعمال الرقمية من بينها وباء كورونا وكذا قلة رأس مال المؤسسات وتوجهها نحو استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في الأعمال، نظرا لطبيعة بيئة عمل

كل مؤسسة وما ينتجه من منتجات تتغير حسب احتياجات العملاء والزبائن، فغالبا ما يؤدي تقلب المنتج أو الخدمة الرقمية إلى تغييرات في الوسائل التي يحتاجها رواد الأعمال الرقمييون في مراقبة وتحليل إجراءات الموردین والمنافسين المباشرين.

ما ينطوي هذا على التجديد المستمر والابتكار لبرامج التسويق التي تستهدف هؤلاء الشركاء، ولا سيما الاعتراف بدورهم في مساعدة الشركة على تقديم خدمة عملاء متميزة للمستخدم النهائي، وبالتالي سيقود المشروع الرقمي الجديد الناجح لتكوين موظفين حساسون للغاية لاحتياجات أصحاب المصلحة، لأنه فقط اليقظة الرقمية المستمرة ستسمح بالتعرف على المنافسين المحتملين والتعرف على مكامن المنافسة وكيفية تحويلها لفائدة المؤسسة وهذا ما يمنحهم ميزة تنافسية جيدة مقارنة بالمؤسسات الأخرى، حيث ستكون هذه الميزة أقوى للمؤسسات الرقمية الجديدة، وتجعل من المؤسسة تدخل الأعمال التجارية الجديدة الموجهة نحو السوق بكل قوة ومعرفة مسبقة بما تتوفر عليه السوق من منافسين، ذلك أن التوجه نحو السوق هو هوس على مستوى المؤسسة نظرا لاحتياجات العملاء وإجراءات المنافسين (Hair، 2020، صفحة 07).

لقد كان للتطور التكنولوجي والرقمي المتزايد تأثير إيجابي على المؤسسات نظرا للعديد من التسهيلات التي قدمتها في عالم الأعمال، مما أدى إلى زيادة المنافسة بين المؤسسات، فريادة الأعمال الرقمية أصبحت ضرورة لا بد منها في سوق الأعمال نظرا لتوفيرها ميزات جديدة وجيدة مقارنة بريادة الأعمال التقليدية، على سبيل المثال إمكانية تشغيل موظفين رقميون بدون موقع ودون التنقل لمكان العمل، مما يجعل الأمر أكثر جدوى لأولئك الذين لديهم مستويات منخفضة من المدخرات ورأس المال لمتابعة الأعمال عن قرب، فلريادة الأعمال الرقمية دور حاسم في النمو الاقتصادي والاجتماعي، والقدرة التنافسية والابتكار للمؤسسات الحديثة، لذلك ركزت الدول بشكل كبير على هذه الميزة التنافسية نظرا لكون ريادة الأعمال الرقمية قد أثارت اهتمام الأكاديميين وصانعي السياسات الاقتصادية، بحيث أصبحت أولوية حكومية بشكل متزايد، عقب أزمة وباء كورونا وما خلفه من تداعيات جراء توقف الأعمال الحضرورية للمؤسسات، بالإضافة إلى ذلك تعترف دراسات مختلفة بالأثر المحفز لريادة الأعمال الرقمية على التنمية الاقتصادية، والابتكار والقدرة التنافسية للمؤسسات، وهو ما عكس الظهور القوي للتدابير السياسية لتشجيع هذا النشاط التجاري على المستوى العالمي.

2.4. ريادة الأعمال الرقمية وأثرها 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 تمكن المنظمة من تمييز نفسها عن منافسيها، وكذلك المساهمة في الحفاظ على بقائها واستمراريتها. كما يشير أيضا إلى قدرة المنظمة على اتخاذ موقف دفاعي ضد المنافسين، هذه القدرة، الناتجة عن قرارات إدارية حاسمة فالقدرة التنافسية هي شكل من أشكال الاستراتيجية لمساعدة الشركة في التموقع الجيد بين منافسيها المحتملين.

وتشير أيضا القدرة التنافسية إلى ميزة استراتيجية 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 الاستراتيجية التنافسية، تتسم التنافسية بطبيعتين: القائمة على الصناعة والقائمة على الموارد وشروط الطلب وكذا على القدرة على التأقلم مع الأوضاع، وهذا ما حدث خلال أزمة وباء كورونا، حيث حدثت تغييرات جد سريعة على بيئة الأعمال، حيث توقف النشاط الميداني للعديد من المؤسسات، مما استدعى البحث عن البديل، وهو ما تجلّى في ريادة الأعمال الرقمية، التي أتت بمستجدات وحلول لتلك الشركات التي لا ترغب في أن تتوقف أعمالها، بحكم تعدد تعاملاتها وشساعة امتدادها، وهذا ما جعل ريادة الأعمال الرقمية بمثابة حبل النجاة بالنسبة للمؤسسات بل أن الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية أوجد ميزات جديدة في سوق التنافس المؤسساتي بحكم الاعتماد الأساسي

على تكنولوجيايات الإعلام والاتصال المتطورة وهذا ما جعل المؤسسات تنتهج هذا النهج رغبة منها في تحقيق التنافسية والبقاء في سوق الأعمال بسمعة جيدة.

3.4. 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 أعمال المؤسسات، والتي من بينها ريادة الأعمال الرقمية التي بدأت في الانتشار رغم كل المخاوف، من قبل رواد الأعمال من الانتقال 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، فهناك العديد من الأرقام والإحصائيات التي تدعم مفهوم ريادة الأعمال الرقمية وتسهم في إزالة مخاوف التوجه له والتي من بينها (Blake، 2023):

- 55% من الشركات الناشئة تبنت استراتيجية أعمال رقمية، مقارنة بـ 38% من الشركات التقليدية، كما تقول 71% من الشركات الناضجة رقمياً أنها تستطيع جذب مواهب جديدة بناءً على استخدامها للبيانات، مقارنة بـ 10% من الشركات الرقمية في المراحل المبكرة.

- يقول 52% من جهات التسويق حول العالم إن قيادة النمو من خلال التحول الرقمي هو تركيزهم الاستراتيجي الأول، كما تعتقد 55% من الشركات التي لم تشهد تحولاً 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 الاتصال ميزة تنافسية، كما يأتي ثلثا الميزة التنافسية للشركة من تجربة العملاء، من خلال الأعمال الرقمية، كما أن 93% من الشركات تعتبر التقنيات المتقدمة ضرورية لتحقيق أهداف ريادة الأعمال الرقمية.

- يعتقد 68% من قادة الأعمال العالميين أن مستقبل الأعمال يتضمن عمل البشر والذكاء الاصطناعي معاً.

- 86% من الشركات تعتقد أن التكنولوجيا السحابية ضرورية للتحول لريادة الأعمال الرقمية، في حين أن 65% من المستهلكين يبحثون عن منتج عبر الإنترنت قبل الذهاب إلى المتجر الفعلي.

فهذه الإحصائيات المتقاربة النسب حول التوجه لريادة الأعمال الرقمية والتحويلات 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 الاقتصادية والخدماتية أدركت أن كل تلك الأعباء والتكاليف التي كانت تعترض أعمالها، أصبح يمكن تجاوزها والتقليل منها.

4.4. التوجه العربي لريادة الأعمال الرقمية:

في هذه النقطة سنتطرق إلى نماذج عربية انتهجت نهج ريادة الأعمال الرقمية في مؤسساتها، وسعت من أجل تفعيل العمل بها في المستقبل القريب:

1.4.4. المملكة العربية السعودية:

أكد مجمع ريادة الأعمال الرقمي في جدة، التابع لمنشآت، عن أن أول «مسوق رقمية» «مسرعتك الرقمية»، والتي انطلقت من 17 أكتوبر 2020 واستمرت حتى 9 جانفي 2021، تواصل دعم وتطوير الشركات الناشئة المختصة بصناعة وإنتاج المحتوى والإعلام الرقمي في المملكة، وبدورها، تقوم شركة يوتيرن للاستشارات في التسويق الرقمي وصناعة المحتوى الرقمي بالإشراف على جميع برامج مسرعة الأعمال الرقمية (مجلس ريادة الأعمال الرقمية، 2023).

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 نخج في السنوات القادمة شبابا وشابات من أصحاب شركات المحتوى الرقمي يتفوقون على منافسهم في المنطقة.

2.4.4. الأردن:

عقدت جمعية شركات تقنية المعلومات والاتصالات "انتاج"، جلسة توعية 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 انتاج ومجلس الشركات الناشئة *Startups Jo* 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، 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 بحاجة 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.

5. خاتمة:

حسب ما تقدم يمكن القول، بأن ريادة الأعمال الرقمية ذات أهمية ومكانة عليا، إذ ساهمت التطورات التكنولوجية في خلق فرص لرواد الأعمال، من خلال دخول مؤسسات رقمية برأس مال صغير في سوق الأعمال، وأصبحت هذه المؤسسات على حداثة نشأتها تنافس وتتفوق بخدماتها على مؤسسات كبرى قائمة منذ سنوات طويلة، غير أن ريادة الأعمال الرقمية لا تزال حبيسة المؤسسات الأجنبية وبعض الدول العربية بفضل تقدمها التكنولوجي، ولا توجد فيها مؤسسات جزائرية بسبب ضعف شبكة الإنترنت، عدم وجود أساسات قوية تدفع رواد الأعمال الجزائريين للتوجه لها، وقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ تعتبر ريادة الأعمال الرقمية أحد أشكال ريادة الأعمال، لكنها تعتمد على العالم الرقمي بشكل كبير في تنفيذ عملياتها.
- ✓ تعمل ريادة الأعمال الرقمية على تقليل التكاليف، وذلك بفعل انعدام التمثيل المادي، وما يترتب عليه من نفقات وكلف ثابتة.
- ✓ ريادة الأعمال الرقمية طريقة جديدة لإنشاء وإدارة الأعمال التجارية في العصر الرقمي توفيقا بين ريادة الأعمال التقليدية، فمن مزاياها بساطة التكاليف، حيث لا يحتاج العمل الرقمي إلى تكاليف باهظة الثمن.
- ✓ ريادة الأعمال الرقمية مفهوم ونمط عمل ظهر في المؤسسات الأجنبية على اختلاف مواقعها الجغرافية، غير أن هناك بعض التوجهات العربية نحو ريادة الأعمال الرقمية مثلما عليه الحال في (الأردن، البحرين، السعودية).
- ✓ يكتسي عنصر التنافسية أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسة، على اعتبار أنه يتيح لها الاستعداد الدائم ضد أي مناورة من قبل المنافسين من جهة، ويمنحها قدر من المرونة من جهة أخرى.
- ✓ للتنافسية بين المؤسسات أهمية بالغة من حيث جودة المنتجات وتوفرها وتقديم الخدمات بكل التزام وسرعة، كما لها العديد من الأسباب التي أدت لظهورها كضخامة وتعدد الفرص في الأسواق، وساهمت ريادة الأعمال الرقمية بدور حاسم في النمو الاقتصادي والاجتماعي، والقدرة التنافسية والابتكار للمؤسسات الحديثة، لذلك ركزت الدول بشكل كبير على هذه الميزة التنافسية.
- ✓ الاعتماد على ريادة الأعمال الرقمية أوجد ميزات جديدة في سوق التنافس المؤسساتي بحكم الاعتماد الأساسي على تكنولوجيات الإعلام والاتصال المتطورة وهذا ما جعل المؤسسات تنتهج هذا النهج رغبة منها في تحقيق التنافسية، وهو ما تطرقنا له في بعض الإحصائيات التي تخص ريادة الأعمال الرقمية.
- ✓ أوجدت ريادة الأعمال الرقمية التنافس بين المؤسسات وبين ملاكها من حيث تقديم الخدمات والمنتجات على المنصات الرقمية، كما يواجه رواد الأعمال الرقميون مجموعة متنوعة من التحديات عند العمل في البلدان النامية.

6. قائمة المراجع:

1. N Hair. (2020). Market Orientation in Digital Entrepreneurship: Advantages and Challenges in a Web 2.0 Networked .International Journal of Innovation and Technology Management World.
2. D.R Soriano ، و . Á.M Sánchez .(2011). Human Resource Management And Corporate Entrepreneurship. Vol (32) 1, 2011).International Journal of Manpower.
3. Nadim Ahmad ، و Richard G. Seymour.(2008). Defining Entrepreneurial Activity. تم الاسترداد من www.oecd.org/dataoecd/2/62/39651330.pdf
4. .(2002) Aoemur Akki Alouani . séminaire le système d'information comptable et la compétitivité des entreprises. Biskra. international sur « la compétitive des entreprises économiques et mutation de l'environnement.
5. .(2018,1(42)) Briel, F von . Digital technologies as external enablers of new venture creation in the IT hardware sector. Entrepreneurship Theory and Practice.

6. Digital Entrepreneurship Barriers and Drivers; The Need for A Specific Measurement .(2015) European Commission. Report EUR, Institute for Prospective Technological Studies. Framework.
7. Al-Barashdia. Hafidha Sulaiman .(2021) Vol 1 ART 5, ريادة الأعمال الرقمية ظل جانحة كورونا (كوفيد 19): الفرص والتحديات. Technology & Journal of Information Studies
8. Lesca H. (1982) Structure et système d'information: Facteurs de Compétitivité. Masson.
9. Leung, W. F. (2018) Digital Entrepreneurship, Gender and Intersectionality: An East Asian Perspective.
10. Mladen Turuk. (2018) The Importance of Digital Entrepreneurship in Economic Development. International Scientific Symposium Economy of Eastern Croatia Vision and Growth,.
11. Morgan Blake .100. (2023) Stats On Digital Transformation And Customer Experience من الاسترداد من <https://www.forbes.com/sites/blakemorgan/2019/12/16/100-stats-on-digital-transformation-and-customer-experience/?sh=ef93a073bf3e>.
12. S.A Morsy. (2013) The Effect Of Entrepreneurship On The Efficiency Of New Venture Creation And Operationalization. Unpublished PhD Dissertation ,Cairo University, Cairo, Egypt.
13. Siva. G Vineela.(2018)
14. Siva. G Vineela.) Vol. 6, No. 4, 2018). Digital Entrepreneurship. Journal of IJIRMP.
15. V Ratten. (2018) Social entrepreneurship through digital communication in farming. World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development.
16. W. F Leung..(2018)
17. أحمد علي صالح. (2015). إدارة رأس المال البشري مطارحات إستراتيجية في تنشيط الاستثمار ومواجهة الإهيار. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
18. الحدراوي. (2013). عمان: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
19. عبد الفتاح محمد. (المجلد 17، العدد 03، مصر، 2016). الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة السنة التحضيرية / جامعة الملك سعود واتجاهاتهم نحوها: دراسة ميدانية. مجلة البحث العلمي في التربية.
20. فريد النجار. (2000). المنافسة والترويج التطبيقي: البيات الشركات لتحسين المراكز التنافسية. الاسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
21. كمال رزيق، و فارس مسدور. (2003). تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية الجزائرية. الملتقى الوطني حول المؤسسة الإقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الجديد. ورقلة، الجزائر.
22. مجلس ريادة الأعمال الرقمية. (2023, 04 20). أول مسرعة أعمال رقمية بالمملكة تواصل دعم الشركات الناشئة. تم الاسترداد من <https://www.spa.gov.sa/2139649>
23. محسن أحمد الخضيرى. (2004). صناعة المزايا التنافسية. القاهرة، مصر: مجموعة النيل العربية.
24. محمد عدنان وديع. (2001). محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية، بحوث ومناقشات. تونس.
25. مصطفى حسين أحمد. (2016). ريادة الأعمال. جامعة صلاح الدين أربيل.
26. منظمة العمل العربية، و المركز العربي لتنمية الموارد البشرية. (2006). المشروع العربي لدعم القدرات في مجال إنشاء وتطوير المنشآت الصغيرة والمتوسطة. بنغازي، ليبيا: الوكالة الليبية للتقييم الدولي الموحد للكتاب، دار الكتب الوطنية.
27. ميسون علي حسين. (المجلد 21، العدد 05، 2013). الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول. مجلة العلوم الانسانية، جامعة بابل، صفحة 386.
28. نور حسن بشير محمد. (2007). سياسات التنافسية: السمات والملاحح العامة، دراسات مصرفية ومالية. مركز البحوث والنشر والاستشارات.
29. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2021). سياسة ريادة الأعمال الرقمية. المملكة العربية السعودية.

مساهمة ريادة الأعمال في المنظمات في تحقيق التميز-التجربة الإماراتية الناجحة كأنموذج-

The contribution of entrepreneurship in organizations in achieving the excellence -The successful UAE experience as a model-

طه مداني طومهر¹

¹ جامعة قاصدي مرباح- ورقلة (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على أهمية تبني ريادة الأعمال في المنظمات ومساهمتها في تحقيق التميز، حيث تم اتخاذ التجربة الناجحة والرائدة لدولة الإمارات كأنموذج للدراسة، نظرا للتطور السريع والمبادرات التي اتخذتها الحكومة الإماراتية في سبيل تنمية المشريع الريادية وتطوير قطاع الأعمال، ما أهلها لبلوغ مكانة رائدة في هذا المجال على الصعيد الدولي، حيث تم الارتكاز في سبيل انجاز هذه الدراسة على المؤشرات والتقارير الدولية والعربية، على غرار تقرير ريادة الأعمال العالمية (GEM) لسنوات (2018، 2019، 2020، 2022) وكذا تقرير صندوق النقد العربي، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها النجاح الكبير للإمارات في سياستها للنهوض بقطاع الأعمال الريادية والمؤسسات الناشئة، الأمر الذي انعكس على تصنيفها المرتفع في كافة المؤشرات، وخلصت الدراسة لتقديم جملة من المقترحات منها: ضرورة الاقتداء بالتجربة الإماراتية الرائدة والاستفادة من خواتمها للنهوض ببيئة الأعمال الريادية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: ريادة أعمال؛ مؤسسات ناشئة؛ اقتصاد رقمي؛ الإمارات.

Abstract: This study aims to identify the importance of adopting entrepreneurship in organizations and its contribution to achieving excellence, where the successful and pioneering experience of the UAE was taken as a model for the study, In view of the quick development and the initiatives taken by the UAE government in order to develop entrepreneurial, what qualified it to reach a leading position in the international level, this study reliance was made on international and Arab indicators and reports, Similar to Global Entrepreneurship Reports (GEM) for years (2018, 2019, 2020, 2022) And Arab Monetary Fund report, the most important result in this study are the great success of UAE in its policy to advance the entrepreneurial business sector and Startups, this was reflected in its high rating in all indicators, the most important suggestion of this study is: The necessity of emulating the pioneering UAE experience and benefiting from its expertise to advance the entrepreneurial business environment in Algeria.

Keywords: Entrepreneurship; Start-up's; Digital Economy; UAE.

تعتبر زيادة الاعمال اليوم حجر الأساس للاستراتيجيات والخطط التنموية الاقتصادية والاجتماعية التي تتبناها الدول المتطورة في العالم، فالإبداع والابتكار والمبادرة في المشاريع الريادية هو سر النجاح الذي يسمح للأفراد والجهات الحكومية الوطنية من استنباط الحلول واستشراف المستقبل وبالتالي الارتقاء بالدولة والمجتمع من الجانب الاقتصادي والاجتماعي، خاصة في ظل التطورات الأخيرة التي تشهدها الساحة العالمية في الفترة الأخيرة في شتى المجالات والتي أدت الى تغييرات جوهرية في أنماط العيش والعمل، وأصبح من الصعب تصور تحقيق تنمية محلية اجتماعية وخاصة اقتصادية، دون اعتماد الحكومات والانظمة السياسية على آلية تضمن الحركية الاقتصادية على المستوى الجزئي وتسمح بتوفير حاجات المجتمع المختلفة، وهو ما ينطبق على زيادة الاعمال والمشاريع الريادية التي أصبحت ركيزة أساسية في وقتنا الراهن لبناء تنظيمية واقتصادية واجتماعية عصرية ومتكاملة.

وبالتالي فموضوع زيادة الاعمال من المواضيع ذات الأهمية البالغة جراء تسارع معدلات التغيير والتطوير في بيئة الاعمال في ظل التوجه العالمي نحو اقتصاد مبني على المعرفة والرقمنة في كافة معاملاته وتوجهاته، هذا ولم يكن الوطن العربي مستثنى عن هذا التوجه العالمي، بل وسجل تطوراً رهيباً وسريعاً واشادة في مختلف التقارير والدراسات العالمية، حيث أن هذا التميز سجل باسم دولة الامارات، والتي بدأت في تجسيد مشروعها وتوجهها الاستراتيجي في فترة ليست بالبعيدة، غير أنها تميزت بكونها وضعت رؤية استراتيجية جادة وقامت بحشد طاقاتها وتهيئة واقعا تقني، التنظيمي، والبشري لتحقيق وثبتها الاقتصادية وذلك بالرغم من مختلف التحديات التي صادفتها، حيث كان هدف الحكومة الإماراتية من خلال سعيها لتعميم فكرة زيادة الاعمال وتجسيدها ميدانيا هو تقديم خدمات متطورة ومتميزة، توسيع الفئة النشيطة من أفراد المجتمع ودعم استقراره، إضافة الى تعزيز الاندماج في الاقتصاد الرقمي العالمي وجعل الاقتصاد الاماراتي ذو تنافسية عالية، وبالتالي تعزيز مكانة دولة الامارات وسمعتها على الصعيد الدولي وتحقيق التميز، وعليه تبرز الاشكالية الخاصة بهذه الدراسة فيما يلي:

الى أي مدى نجحت دولة الامارات بالهوض بمشاريع زيادة الاعمال لديها، وما هي مكانة الامارات ضمن التقارير والمؤشرات

الحكومية الدولية والعربية؟

وتندرج ضمن هذه الاشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية التي يمكن طرحها كالآتي:

- ما المقصود بزيادة الاعمال، وماهي أهميتها، وأهم الابعاد التي تتكون منها؟
- ما هي أهم المبادرات التي قامت بإسائها الحكومة الإماراتية في سبيل تطوير زيادة الاعمال لديها؟
- ما مكانة دولة الامارات ضمن المؤشرات الدولية والعربية لزيادة الاعمال وتطور قطاع الاعمال؟

1.1. أهمية الدراسة: يمكن اختصار الأهمية العلمية لهذه الدراسة في النقاط التالية:

- تبرز أهمية هذه الدراسة في تبيان حقيقة الجهود والممارسات اللازمة لتنمية زيادة الاعمال وتطوير المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الامارات في ظل التوجه العالمي نحو الاقتصاد الرقمي، فزيادة الاعمال هي نتاج استراتيجية سياسية متكاملة الأركان تتطلب مجهودات واستثمارات وانماط ذهنية تؤمن بواجب التحول نحو الاستثمار الشخصي والتخلي عن التبعية للقطاع العام غير المنتج للقيمة المضافة .

- كما تبرز أهمية هذه الدراسة من كونها تتطرق الى تجربة رائدة ومتفوقة في زيادة الاعمال في الشرق الأوسط وكذا على المستوى العالمي، من خلال ابراز أهم الآليات والمبادرات التي سلكتها الامارات في سبيل تنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتنشئة رواد الاعمال لديها.

2.1. أهداف الدراسة: يمكن تحديد الاهداف الرئيسية لهذه الدراسة في:

- ابراز أهمية زيادة الاعمال باعتبارها النواة الاساسية لتطور أي اقتصاد ومصدر مهم لتطوير وتنويع ارادات الدولة بعيدا عن التبعية للطاقت الاحفورية وتقلبات اسعارها. إضافة الى دورها الكبير من القضاء على العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، وتحقيقها للتنمية المستدامة.

- تبيان مكانة الامارات الريادية بين الدول العربية والعالمية فيما يخص تبني زيادة الاعمال في مختلف النشاطات بالدولة، ومحاولة الاستفادة من هذه التجربة الناجحة في النهوض بقطاع المؤسسات الناشئة بالجزائر، خاصة وإن هذه التجربة من دولة عربية ناشئة مثل الامارات استطاعت التكيف مع مختلف المتغيرات والنهوض بقطاع الاعمال لديها بالرغم من بدايتها المتأخرة.

- تعتبر الدراسة بمثابة نموذج لإجراء مقارنة مرجعية مع السياسات التي تتبناها الجزائر في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واقتصاد المعرفة.

3.1. أدوات الدراسة: تمت الاستعانة في سبيل انجاز هذه الدراسة بالتقارير والاحصائيات الرسمية والتابعة للجهات الحكومية العربية والدولية على غرار "تقرير زيادة الاعمال العالمي"، إضافة الى المواقع الرسمية الحكومية والمواقع الرسمية للمؤسسات الخدمية.

4.1. منهج الدراسة: تم الاعتماد في انجاز هذه الدراسة على المنهج الوصفي كونه منهج يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع بناء على الحقائق المحاطة بها، هذه الحقائق تم التوصل إليها في دراستنا من خلال الدراسات المنشورة والتقارير والمواقع الحكومية الرسمية، أين تم جمعها وتحليلها، والخروج بالاقتراحات المناسبة منها.

2. المفاهيم الأساسية لريادة الاعمال في المنظمات:

1.2. مفهوم ريادة الأعمال:

أصبحت ريادة الاعمال (Entrepreneurship) من أهم المواضيع شيوعا ودراسة من طرف التجمعات والكتابات الاكاديمية، وكذا العديد من الانظمة الحكومية العالمية ايماننا منهم بأن ريادة الاعمال هي مفتاح التنمية الاقتصادية، حيث استعمل المصطلح لأول مرة في الادبيات الفرنسية للتعبير عن "صاحب المشروع أو Entrepreneur" ودخل المصطلح مجال التداول الاقتصادي مطلع القرن الثامن عشر من خلال أفكار الباحث "Richard Cantillon" الذي وصف الريادي بأنه الشخص الذي "يضطلع بعمليات شراء المنتجات والسلع وإعادة بيعها مستقبلا بسعر غير مؤكد وغير قابل للتنبؤ بمقدار تحقيقه لهامش الربح أو الخسارة"، حيث من خلال أفكاره كان أول ربط بين الريادي وروح المخاطرة والمغامرة.

وقد تطور مفهوم هذا المصطلح وتأثر باختلاف الاتجاهات الفكرية، حيث ظهرت المدرسة الكلاسيكية والتي رأت خاصة عبر ادم سميث بأن الريادي هو مصدر رأس المال ومورده وبالتالي فهو عنصر من عناصر الإنتاج، وظل الاختلاف مميذا لمفهوم ريادة الاعمال، حيث برز مفهوم جديد اعتبر بمثابة الانطلاقة من طرف "Schumpeter Joseph" حيث رأى بأن رائد الاعمال هو الشخص البارع المبتكر والذي يحقق مكاسب مالية، وان كانت مؤقتة من خلال عمليات الابداع والابتكار الناجحة كما اعتبر بأن المخاطرة هو أمر متأصل في رائد الاعمال (Hebert & Link, 2011, p. 241).

هذا وعرف المرصد العالمي لريادة الاعمال (GEM) الريادة بأنها أي محاولة انشاء أعمال تجارية جديدة او مشاريع تجارية، مثل الاعمال الحرة او مؤسسات جديدة او توسيع لنشاط تجاري قائم، من طرف شخص او مجموعة من الأشخاص. (The digital platform economy index, 1999, p. 7)

كما تعرف الريادة أيضا بأنها "العملية أو الطريقة الإبداعية المنظمة التي تستخدم من طرف الفرد أو التنظيم بهدف الوصول الى تحقيق قيمة مضافة وتطوير العمل بما ينسجم مع حاجات ورغبات أصحاب المصالح، فالريادة تعني التفرد والاعتماد على الاختلاف والتنوع والتوافق والطرق الجديدة، ولا تعتمد على النماذج والعادات السائدة التي يفعلها الآخرون وانما هي الوصول الى منتجات وطرق فريدة وجديدة لا تتطابق مع الطرق المعتادة" (جابر، 2015، صفحة 155) وعرفت أيضا من طرف الباحثان (Lumpkin & Dess, 1996) بأنها "ذلك التوجه الاستراتيجي للمنظمة المتضمن لأنماط اتخاذ القرار والممارسات ذات التوجه الإبداعي، الهجومي، الاستباقي، وذات المخاطرة، والاستقلالية والرغبة في الإنجاز وتحقيق الأهداف المسطرة" (Yu, 2012, p. 1713).

2.2. أهمية زيادة الاعمال:

تبرز أهمية زيادة الاعمال من خلال المكاسب العديدة التي تنتج عبرها والتي يمكن ابرازها وفق ما يلي: (علالي و علالي، 2021، صفحة 466)

- تعد الاعمال والمشاريع الريادية اللبنة الأولى في تأسيس منظمات الاعمال على مختلف مستوياتها واحجامها والمحرك الاقتصادي الذي يقود عديد من اقتصاديات الدول.
- تسهم في توفير فرص عمل جديدة وبالتالي فهي عامل أساسي لامتصاص البطالة.
- تساهم في تشغيل المرأة، اذ اشارت احدى الدراسات الامريكية التي قامت بها المنظمة الوطنية لسيدات الاعمال الامريكية (NEWBO) الى ان الاعمال الريادية التي أنشئها السيدات يصل الى ضعف المعدل الوطني لمجموع هذا النمط من الاعمال.
- تعتبر زيادة الاعمال آلية تطوير وتغيير وتجديد استراتيجي وفرصة للمساهمة في تطور المجتمع من خلال ما تقدمه من منتجات وخدمات متطورة.
- تشجيع التجديد والابداع والابتكار، حيث أن الريادة والابتكار ركيزتان اساسيتان في العملية الإبداعية الاقتصادية والاجتماعية عبر تعزيز النمو وزيادة الإنتاجية ودعم استقرار المجتمع.

3.2. أبعاد زيادة الأعمال:

اتفق أغلب الباحثين في هذا المجال على أن زيادة الأعمال تتكون من الأبعاد التالية:

- الابتكار (Innovativeness): حيث يعتبر الابداع والابتكار مطلباً أساسياً لتوليد الأفكار الإبداعية، من خلال قدرة الرياديين على وضع استراتيجيات جديدة ومبتكرة لحل المشكلات التي تواجه المنظمات، فعملية الابداع والابتكار تمثل رؤية مستقبلية ذات بعد استراتيجي ابتكاري بهدف خلق رؤية جديدة للمشروع وزيادة نشاطه واستمراره. (النويران، 2022، صفحة 25)
- المخاطرة (Risk behaviour): تقوم المنظمات الرائدة بتحمل المخاطر سواء على مستوى الافراد او الجماعات وهناك طريقة واحدة يتم اعتمادها وتعمل بنجاح من اجل إدارة هذه المخاطر وهي العمل بالتحالف مع الأطراف الأخرى، لأن هذه المنظمات تعتقد ان بإمكانهم معا ان يقدموا القدرات المكملة لبعض والمساعدة على تحويل المخاطر الى اطراف أخرى، فالمنظمات الريادية لها القدرة على قياس المخاطر بعقلانية وهي لا تجازف كثيرا لكن الرياديين يفهمون المخاطر من ادراك الابداع التكنولوجي الفكري فالبنية الاقتصادية هي أصلا بيئة عدم تأكد تتطلب العقلانية. (الحدراوي، 2013، صفحة 98)
- المبادرة (Proactiveness): إن خاصية المبادرة أو الاستباقية تتمثل في قدرة الشخص الريادي على صياغة الأهداف ومن ثم وضعها موضع التنفيذ بكفاءة، وكذا قدرته على حل ومعالجة المشكلات التي تنشأ، كاتخاذ قرار بدخول سوق جديد، او اعتماد

تحالف استراتيجي،...الخ اضافة الى امتلاك رؤية واسعة استراتيجية تسمح بتقديم منتج او خدمة متميز عن باقي المنافسين ويلي حاجات العملاء. (اليزيدي، 2023، صفحة 4)

3. مبادرات تنمية ريادة الاعمال في الامارات:

1.3. تطور التجربة الإماراتية في ريادة الاعمال:

أدركت حكومة الامارات أن ترسيخ ثقافة ريادة الاعمال ودعم تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة يجب أن يمثل عماد استراتيجيتها بهدف أن تصبح اقتصادا قائما على المعرفة ويتمتع بالقدرة التنافسية باعتبار أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة ركيزة أي اقتصاد نام، ومحركا للإبداع وفرص العمل والاستثمار، وقد وضعت الحكومة الإماراتية ذلك في حسابها في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مع تركيزها القوي على قطاع الاعمال الصغيرة والمتوسطة، وتوجه الدولة نحو تهيئة بنية تشريعية مناسبة، تحفز وتعزز المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتنمي وتطور ابداعات رواد الاعمال، حيث يشكل رواد الاعمال المشاريع الجديدة حوالي 4.1% من السكان البالغين في الدولة، كما يشكل رواد الاعمال الناشئين الذي يسعون نحو تأسيس مشاريعهم الخاصة نسبة 3.9% من العدد الاجمالي للسكان، أي تقريبا 8% من السكان البالغين هم ضمن نشاط ريادة الاعمال وهذا يعني أن من الممكن اعتبار ثمن اشخاص من بين كل 100 شخص بالغ هم رواد اعمال في مرحلة مبكرة، (نغم و الورد، 2020، صفحة 474) وكجزء من التخطيط الاقتصادي المستقبلي لدولة الامارات كان هدف الحكومة هو الاعتماد أكثر على الموارد غير النفطية ومشاريع التنمية المحلية كأساس للنمو الاقتصادي، حيث حقق قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نموا ملحوظا ومن المتوقع ان تصبح مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي حوالي 30 الى 40% بحلول سنة 2023 تسمح بإنشاء ما يقرب من 02 مليون وظيفة وبدعم حكومي أكثر نشاطا.

2.3. مبادرات الامارات لدعم ريادة الأعمال:

أطلقت حكومة الامارات العديد من المبادرات والمشاريع بهدف دعم ومرافقة رواد الاعمال بدءا من انشاء مشروعهم الخاص الى غاية تطور المشروع وتحقيق أهدافه المتمثلة في دعم الاقتصاد الوطني الاماراتي، ومن بين هذه المبادرات نذكر منها:

1.2.3. مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تأسست مؤسسة محمد بن راشد لدعم وتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة سنة 2002 كقطاع مستقل ومتكامل الخدمات منبثق عن دائرة التنمية الاقتصادية في دبي، ومن اهم اهداف المؤسسة تعزيز روح الابتكار والقيادة في جميع مجالات قطاعات الشركات، أما الدافع من وراء تأسيسها فهو إدراك حكومة الامارات الى أن أصعب الأجزاء خلال مرحلة تأسيس الاعمال هو بدايته وما يصاحب ذلك من أمور تتمثل في مكان وطريقة إطلاق الاعمال، وبالتالي فدورها يبرز في توفير الدعم اللازم في جميع خطوات الرواد، بدءا من تخطيط الموارد المالية، تبسيط الإجراءات الرسمية، وتوفير النصح الارشاد. (sme, 2023)

وفيما يلي يمكن عرض أهم الخدمات التي تضطلع بها مؤسسة محمد بن راشد:

جدول رقم(01): خدمات مؤسسة محمد بن راشد

فئات الخدمات	قائمة الخدمات	القيمة المقدمة
خدمات الاستشارة والتوجيه	خدمة التوجيه والارشاد	التعرف عن متطلبات وقوانين سوق العمل واهم احتياجاته
	الاستشارة التخصصية	استشارة تخصصية في مجال تأسيس الاعمال
خدمات الاحتضان	الاحتضان	تقديم استشارات لغرض التمويل
	تجديد الاحتضان	توفير بيئة اعمال متكاملة تساعد الرواد الجدد على تأسيس وتطوير مشاريعهم توفير شبكة من المختصين لمساعدة الرواد على تطوير مشاريعهم إضافة الى تصميم وتطوير النماذج الأولية للمشاريع وتسجيل براءات الاختراع والعلامات التجارية
خدمة إعفاءات الرخص	اعفاء رخص رواد الاعمال	اعفاء من قيمة الرخص التجارية مقابل قيمة رمزية
	استحقاق رخص الانطلاق	مزاولة الاعمال من المنزل، تخفيض قيمة الرخصة
خدمات التمويل	تقديم الاعفاءات	تجديد قيمة اعفاء الرخص لخمس سنوات
	قرض التأسيس	توفير تمويل بدون فوائد لغرض تأسيس الاعمال
خدمات التمويل	قرض الائتمان	تمويل بفوائد مخفضة بالتعاون مع مجموعة من المصارف المعتمدة
	قرض الفواتير وأوامر الشراء	توفير تمويل بدون فوائد
خدمات تطوير علاقات الاعمال	القرض الذكي	تقديم قروض سريعة بتقنية جديدة ومبتكرة (تمويل جماعي) لغرض استدامة الاعمال
	المشتريات الحكومية	تعزيز الدخول للسوق المحلي من خلال منصة رقمية تفاعلية بين القطاع الحكومي وخالص
الترويج التجاري	الترويج التجاري	الترويج لخدمات ومنتجات رواد الاعمال عبر المعارض والتظاهرات الاقتصادية

المصدر: (مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، 2020، صفحة 34)

2.2.3. صندوق خليفة لتطوير المشاريع:

يستهدف صندوق خليفة لتطوير المشاريع تشجيع زيادة الاعمال ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ورفع كفاءة وقدرات رواد الاعمال من خلال اطلاق المبادرات وتقديم خيارات التمويل الموجهة لدعم رواد الاعمال والشركات الصغيرة والمتوسطة وخدمات الدعم، وإتاحة فرص بناء علاقات الاعمال، وكان الصندوق قد تأسس كهيئة حكومية غير ربحية تتبع حكومة أبو ظبي سنة 2007 وتوسعت نشاطاته وانتشاره أكثر سنة 2011 حيث يقدر اجماعي قيمة القروض المقدمة لغاية 2019 هو 1.32 مليار درهم اماراتي أي ما يعادل أكثر من 300 مليون أورو، كما ساهم الصندوق في تقديم أكثر من 900 ورشة عمل استهدفت تحفيز زيادة الاعمال قدمت في الجامعات والمدارس. (الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد الاماراتية، 2023)

❖ **نشاطات الصندوق:** يقدم صندوق خليفة لتطوير المشاريع إضافة الى دعمه المادي مجموعة متنوعة من الخدمات منها:

- منصة أوظيفي للأعمال: منصة تعليمية رقمية تفاعلية أطلقها صندوق خليفة لتطوير مشاريع تهدف الى دعم المشاريع الصغيرة من خلال محتوى معرفي مفيد وثري وإتاحة معلومات وافية عن الابتكار والتسويق والتمويل وإدارة المشاريع وتطوير المنتجات.

- برنامج التمكين الالكتروني: يوفر البرنامج أدوات رقمية غير تقليدية لمساعدة الشركات والمتوسطة على التحول الرقمي والوصول الى الأسواق العالمية والعملاء في ظل الاقتصاد الرقمي من خلال الشراكة مع منصات مثل: Hello, E-Empower, noon.com, Business Hub.

- منصة مستشاري: يتيح الصندوق منصة مستشاري التفاعلية التي تقدم مجموعة متنوعة من الأدوات الرقمية والتدريبية للرواد خلال مرحلة اعداد خطة العمل وتدعمهم خلال فترة التقديم للحصول على التمويل لتسهم في تسريع إجراءات التخطيط لبدء تأسيس المشاريع الريادية.

3.2.3. تنظيم تأسيس الاعمال والاستثمار:

تعتبر خدمة "بasher/Basher" لتأسيس الأعمال (www.basher.gov.ae 2023) خدمة إلكترونية متكاملة تتيح للمستثمرين تأسيس الشركات في دولة الإمارات إلكترونياً عبر منصة الكترونية متكاملة مدمجة مع الدوائر والجهات الحكومية المحلية والاتحادية المعنية بتخصيص الأنشطة الاقتصادية في الدولة وذلك خلال دقائق فقط باستخدام إجراء سريع وسهل وآمن، ومن دون حاجة المستثمر لزيارة أي جهة حكومية، حيث تعتبر منصة باشر خطوة متقدمة اتجاه تأسيس الاقتصاد الرقمي من خلال تسريع تأسيس الشركات بأقل وقت ممكن وتوفير أعلى معايير الأمن الإلكتروني.

تعتمد خدمة باشر على تقنيات التعاملات الرقمية أو البلوك شين (block-Chain technologies) التي تهدف إلى الإسراع في تأسيس الأعمال في بيئة خالية تماماً من الورق، والأخطاء أو المتاعب عن طريق تبسيط عملية التسجيل، وتقليل الإجراءات اليدوية والمعاملات الورقية، وتقليل عدد زيارات المتعامل التي تتطلب التسجيل مع الجهات الأخرى قبل بدء الأعمال، وبالتالي تحقيق سعادة المتعامل، ومن بين الخدمات التي تقدمها هذه المنصة:

- الرخصة التجارية؛
- رقم عضوية غرفة التجارة؛
- بطاقة المنشأة من الهيئة الاتحادية للهوية والجنسية؛
- رقم المنشأة من وزارة الموارد البشرية والتوطين؛
- تخصيص (03) تصاريح عمل للمنشأة؛
- تجديد الرخص التجارية لأكثر من 1200 نشاط اقتصادي.

كما تقدم المنصة خدمات مساندة أخرى تشمل توضيحات حركة المستخدم على منصة "بasher" واحتساب كلفة إصدار التراخيص بدقة وتسهيلات أخرى؛ بعد تقديم الطلب وإتمام عملية الدفع، يتم إصدار جميع مستندات باقة باشر إلكترونياً، وسيتمكن المستثمر من مباشرة أعماله على الفور، توفر المبادرة 10 ملايين ساعة من وقت الانتظار و45600 ساعة من وقت الموظف، والتي يمكن استبدالها بمهام ابتكارية، إضافة إلى 1011 طناً من ثاني أكسيد الكربون.

4.2.3. تنمية ريادة الأعمال في المؤسسات التعليمية: قررت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بالإمارات منذ أكتوبر من سنة 2015 ادخال منهج الابتكار وريادة الأعمال ليكون معتمدا في الجامعات الحكومية والخاصة كافة، وتدريبه في مختلف التخصصات وذلك بهدف تأصيل ثقافة الابتكار وريادة الأعمال في ميادين التعليم الجامعي، وتطوير معارف الطلبة ومهاراتهم وجعل الجامعات كمنصات علمية وفكرية وثقافية ذات قيمة مضافة للمجتمع ترتقي بمخرجات التعليم لدعم مسيرة التنمية وبناء منظومة اقتصادية متكاملة. (الهيبي، 2016، صفحة 11).

3.3. جوائز الامارات لدعم ريادة الأعمال:

يعمل كل من القطاع الحكومي والخاص في الامارات على تخصيص عدد من الجوائز التي تمنح سنويا بهدف تقدير ومكافأة الشركات الصغيرة وتشجيع ريادة الأعمال وهي:

1.3.3. جائزة محمد بن راشد لدعم مشاريع الشباب: أطلقت مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة جائزة لدعم مشاريع الشباب سنة 2003 لتحقيق الأهداف التالية:

- التكريم لأفضل رجال الأعمال المبتدئين في دولة الامارات، والعالم لخلق الوعي بأهمية تشجيع روح المبادرة من رجال الاعلام ليكونوا قدوة لغيرهم ومشاركة قصص نجاحهم؛

- تسويق قدرات الشركات الصغيرة والمتوسطة ففي الامارات الى المصدرين؛
 - خلق ثقافة الشفافية وحوكمة الشركات ومشاركة أفضل الممارسات.
- هذا وقد تنوعت فئات الجوائز الممنوحة لتشمل كافة أعضاء المجتمع وكافة النواحي التي تنشط في محيط المؤسسات كالآتي:

- أفضل شركة صغيرة ومتوسطة في قطاع التجارة، الصناعة والخدمات (الشركات الناشئة والقائمة).
 - أفضل شركة صغيرة ومتوسطة في مجال الابتكار، ومجال المسؤولية المجتمعية.
 - أفضل شركة صغيرة ومتوسطة مملوكة ومدارة من قبل رواد الاعمال ذوو الاحتياجات الخاصة.
- أما معايير التقييم فقد اختلفت وانقسمت الى قسمين كالتالي:

جدول رقم(02): معايير التقييم

فئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	فئة المؤسسات الناشئة	فئات
الوزن (%)	الوزن (%)	المعيار
10	40	مؤشر نمو الاداء
30	20	الابداع والابتكار
15	15	التميز المؤسسي
10	10	المؤسسة الاجتماعية
35	15	تقييم اللجنة

المصدر: (www.smeawards.com, 2023)

- 2.3.3. جائزة المشاركة للتميز الاقتصادي: تأتي استراتيجية غرفة التجارة والصناعة للمشاركة لمواكبة النهج الحضاري والريادي للمشاركة الهادف الى تهيئة المناخ وتوفير المقومات التي تمكن فعاليات القطاع الخاص وبكافة فئاته من تطبيق أفضل الممارسات التي تسهم في إرساء معايير الجودة الشاملة والأداء المتميز سواء في محيط أنشطة واستثمارات قطاع الاعمال او في مجال خدمة وتحقيق أهداف التنمية والتطوير للمجتمع وشرائحه المختلفة، وتهدف هذه الجائزة الى: (الهيئي، 2016، صفحة 10)
- نشر الحوكمة المؤسسة وتشجيع اعتماد معايير الجودة واخلاقيات العمل.
 - تعزيز دور المنشآت الاقتصادية في دفع عجلة التنمية المستدامة من خلال توفير التسهيلات وإطلاق المشاريع والمبادرات الجديدة وتحفيزها على مواصلة النجاح وتقدير إنجازاتها.
 - تعزيز مسؤولية منشآت القطاع الخاص تجاه المجتمع واتباع الممارسات الصديقة للبيئة.
- وتشمل فئات الجائزة:
- الفئة الذهبية: الخاصة بالمنشآت الفائزة بالجائزة في الدورات السابقة لمتابعة تقدمها وتطويرها.
 - الفئة المنشآت الكبيرة: والتي تضم القطاعات الصناعية والتجارية والخدمية والسياحية والمالية.
 - فئة زيادة الاعمال: الخاصة بالمواطنين من كلا الجنسين والتي تشمل مختلف القطاعات.
4. مكانة قطاع الاعمال الريادية الإماراتية على الصعيد العربي والدولي
- 1.4. مرصد زيادة الاعمال العالمي:

مرصد زيادة الاعمال العالمي (Global Entrepreneurship Monitor) او اختصارا (GEM) هو مشروع بحث رصدي عالمي بدأ سنة 1999 بصيغة مشتركة بين كلية بابسون (Babson College) وكلية لندن للأعمال ببريطانيا هدفه كان ومازال رصد الاقتصادات القوية في مجال زيادة الاعمال، المؤشر أصبح الآن اتحادا عالميا يضم أكثر من 500 باحثا مما يجعله أكبر برنامج

بحثي وأكثرها تطوراً حول ريادة الأعمال في العالم، حيث يوفر بيانات قابلة للمقارنة عالمياً من أكثر من 120 اقتصاداً، وفيما يلي وقبل دراسة وتحليل نتائج مؤشر الريادة العالمي للسنوات الأخيرة، ارتئينا دراسة نتائج المؤشر المركب الذي تصدره مجلة "Ceoworld Magazine" بالشراكة مع معهد سياسة الأعمال العالمية لسنة 2021، المختلف كلياً عن مؤشر (GEM) وذلك للحصول على نتائج أكثر مصداقية وذلك بالتطرق إلى مؤشرين يتضمنان محاور ومتغيرات فرعية مختلفة.

1.1.4. مؤشر ريادة الأعمال (CeoWorld & oecd) لسنة 2021: حيث يرصد المؤشر المركب الذي تصدره مجلة "Ceoworld Magazine" بالشراكة مع معهد سياسة الأعمال العالمية التابع لمنظمة التعاون الاقتصادي، أفضل 100 دولة لريادة الأعمال خلال العام والتي تستأثر بمجمليها على نسبة 95% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، يتضمن المؤشر ست (06) مكونات رئيسية تتضمن 18 مؤشر فرعي وهي:

- الابتكار؛ القدرة التنافسية؛ مهارات العمل؛
- البنية التحتية؛ النفاذ إلى رأس المال؛ الانفتاح على الأعمال التجارية؛

ويتم حساب القيمة النهائية للمؤشر العام على مقياس من 1-100 وأكدت المجلة أنه لا ينبغي النظر إلى هذا الترتيب على أنه أهم جانب عند اختيار مكان للإنشاء عمل تجاري بل هو أحد العناصر التي يجب مراعاتها.

جدول رقم (03): الدول العربية في مؤشر ريادة الأعمال لعام 2021 (الترتيب العالمي)

رقم	البلد	المؤشر المركب	الانفتاح على الأعمال	النفاذ إلى رأس المال	البنية التحتية	مهارات العمل	التنافسية	الابتكار
01	الإمارات	5	3	3	9	25	8	25
02	السعودية	15	21	22	30	87	30	87
03	قطر	58	64	65	90	80	90	80
04	المغرب	61	34	34	93	98	93	98
05	الأردن	75	86	87	22	32	22	32
06	تونس	75	93	93	96	85	96	85
07	البحرين	78	80	80	22	33	22	33
08	لبنان	87	54	56	68	81	68	81
09	مصر	90	76	76	50	71	50	71
10	الجزائر	96	57	57	70	79	70	79

المصدر: (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2022، صفحة 32)

استناداً إلى ترتيب الدول العربية التي شملها مؤشر ريادة الأعمال، استقر المتوسط العام لترتيب الدول العربية عند المركز 64 خلال عام 2021، حيث حققت الدول العربية أفضل متوسط ترتيب لها في مؤشري التنافسية والبنية التحتية تلاها مؤشرا الانفتاح على الأعمال والنفاذ إلى رأس المال، حيث حلت دولة الإمارات في الرتبة الأولى عربياً والخامسة عالمياً، ثم السعودية في الرتبة الثانية عربياً و15 عالمياً، لتأتي الجزائر في الرتبة العاشرة عربياً، حيث تصدرت الإمارات الرتبة الأولى في جميع المؤشرات الفرعية لمؤشر ريادة الأعمال، وكان ترتيبها من بين العشرة الأفضل على مستوى العالم في 4 مؤشرات وهي النفاذ إلى رأس المال والانفتاح على الأعمال التجارية بالإضافة إلى مؤشري التنافسية والبنية التحتية.

2.1.4. مؤشر الريادة العالمي (GEM): وحسب آخر تقرير نشره منتدى الاقتصاد العالمي في أبريل من العام الماضي، برزت دولة الإمارات بشكل لافت من بين 50 دولة مشاركة كأفضل مكان لبدء عمل تجاري جديد، حيث تتمتع الإمارات بأعلى درجة اجمالية بهامش واضح، بعد أن تحسنت في 11 من الشروط الأساسية الثلاثة عشر منذ سنة 2022 (Global Entrepreneurship

report\, 2022) والتي من بينها (تمويل رواد الأعمال، سياسة الحكومة في الدعم والملاءمة، سياسة الحكومة في الضرائب والقضاء على البيروقراطية، تعليم ريادة الأعمال في المدارس والمعاهد، البحث والتطوير، البنية التحتية التجارية والمهنية، ديناميكيات السوق، الأعباء والتنظيم، الأعراف الاجتماعية... إلخ، حيث يوضح الجدول التالي ترتيب الإمارات العالمي وفق مؤشر ريادة الاعمال العالمي لسنوات الأخيرة:

جدول رقم (04): مؤشر الريادة العالمي لسنوات (2018، 2019، 2020، 2022)

2022			2020			2019			2018		
NECI	GEM Eco	الرتبة	NECI	GEM Eco	الرتبة	NECI	GEM Eco	الرتبة	NECI	GEM Eco	الرتبة
6.8	الامارات	1	6.1	سويسرا	1	8.6	ال.وم.أ	1	8.4	ال.وم.أ	1
6.3	هولندا	2	6.0	هولندا	2	8.2	سويسرا	2	8.0	سويسرا	2
6.2	فنلندا	3	5.9	قطر	3	8.0	كندا	3	7.9	كندا	3
6.1	السعودية	4	5.8	الصين	4	7.7	دنمارك	4	7.8	بريطانيا	4
6.1	ليتوانيا	5	5.8	الامارات	5	5.4	الامارات	25	5.3	الامارات	26

المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على (Global entrepreneurship Reports, 2018, 2019, 2020, 2022)

وبناء على الجدول أعلاه حققت الإمارات أعلى درجة في الترتيب العام للمؤشر لسنة 2022 بنتيجة 6.8 متقدمة بخمس نقاط على هولندا التي احتلت المرتبة الثانية عالميا بنتيجة 6.3 درجة، وست نقاط أمام فنلندا التي احتلت المرتبة الثالثة عالميا برصيد 6.2 درجة. كما برزت دولة الإمارات العربية المتحدة كوجهة عالمية أولى لتأسيس وبدء الأعمال التجارية، حيث اختيرت على أنها البيئة الأكثر تشجيعا لريادة الأعمال، وهذا يعود الى الدعم غير المشروط والرؤية الاستراتيجية لحكومة دولة الإمارات، من خلال تطوير نظام ريادة الأعمال النموذجي وتهيئة بيئة مواتية لتطور المؤسسات، فهي تشكل حاضنة مثالية لرواد الأعمال وجذب المشاريع الرائدة، لا سيما تلك التي تعمل في قطاعات اقتصادية جديدة، ذات الطابع الابتكاري والتكنولوجي، وحسب ذات التقرير، فقد جذب النموذج الإماراتي لريادة الاعمال في سنة 2022، تمويل يتعدى المليار دولار من رأس المال الاستثماري في سابقة أولى من نوعها، وهي تسعى لتوسعت الشراكة بين القطاعين العام والخاص ضمن نظرة مستقبلية بعيدة الامد، وبالنظر الى الجدول السابق أيضا، يتضح لنا مدى التطور والتقدم الذي حققته دولة الامارات للوصول الى صدارة البلدان العالمية ففي غضون خمس سنوات حققت قفزة نوعية من الرتبة 26 الى الرتبة الأولى عالميا وهو ما يبرهن عن صدق الجهود المبذولة والجادة من الحكومة الاماراتية في هذا الشأن.

2.4. ريادة الاعمال الاماراتية في مجال الاقتصاد الرقمي:

يتم قياس تطور ريادة الاعمال من خلال الاعتماد على المجال التكنولوجي خاصة من ناحية البنية التحتية للتكنولوجيا الرقمية، المنصات الرقمية متعددة الاستخدام، وسلوكيات استخدام الرقمنة، وفيما يلي يمكن توضيح مكانة الامارات ضمن الاقتصاد الرقمي العالمي:

جدول رقم (05): مؤشر الاقتصاد الرقمي العالمي سنة 2020

الرتبة	البلد	قيمة المؤشر
1	الولايات المتحدة الامريكية	85.0
2	المملكة المتحدة	82.7
3	هولندا	82.4
34	الامارات	43.1
37	قطر	40.7
101	الجزائر	12.5

المصدر: (Zoltan , laszlo, abraham , & eva, 2020, pp. 7-12)

واستنادا الى الجدول أعلاه، يتضح لنا أن الامارات قد احتلت الرتبة 34 عالميا بقيمة 43.1 والرتبة الأولى عربيا، وهي رتبة مقبولة تعكس الجهود التي تبذلها الامارات في سبيل التحول الرقمي لقطاعاتها الاقتصادية، من ناحية البنية التحتية، يتمتع المواطنون بمستوى مرتفع من الوصول إلى التكنولوجيا الرقمية بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر والإنترنت، كما لدى الحكومة ومؤسساتها القدرة على منح الحرية الكافية لتطوير التكنولوجيا الرقمية لديها، وأهم ما يميز الامارات هو الحماية الرقمية العالية لكافة تعاملاتها، حيث توفر الحماية القانونية من خلال اللوائح والتشريعات المجرمة القرصنة والاستغلال الالكتروني السيئ، أما من ناحية سلوك الاستخدام الرقمي، لدى الامارات خطة طويلة لمحو الأمية الرقمية، من خلال سعيها لتعزيز قدرات المواطنين ومنحهم المهارات اللازمة لاستخدام أجهزة الكمبيوتر والتكنولوجيا الرقمية والمنصات الرقمية كما تضمن الحقوق الإنسانية والقانونية التي تتيح للمواطنين استخدام التكنولوجيا الرقمية وحماية خصوصيتهم في نفس الوقت.

المنصة الرقمية متعددة الجوانب، حيث تقدم الامارات جملة من التسهيلات مالية وجوانب مختلفة من التمويل الذي يغذي الشركات الناشئة، وتسعى لجعل المعاملات المالية ممكنة عبر الإنترنت بالإضافة إلى توفير منصات لمقدمي ومستخدمي المصادر المالية، والتوسع في الشبكات اللاسلكية واستخدام الشبكات المهنية الافتراضية واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمعاملات بين شركة وأخرى، وبالتالي فالإمارات ومن خلال زيادة الأعمال في مجال التكنولوجيا الرقمية تسعى لاستيعاب التكنولوجيا كخطوة أولى بما يسمح لها ببناء نماذج أعمال جديدة أو منتجات وخدمات رقمية بناء على الفرص التي يوفرها الفضاء الرقمي، وبالتالي تحقيق هدفها في نقل التكنولوجيا وجعل المعرفة الرقمية المتطورة متاحة لدى كافة المعنيين بها.

3.4. دور حكومة الامارات في تعزيز تنافسية الأعمال:

يمكن من خلال ما يلي الإشارة للدور الكبير الذي تضطلع به الحكومة الاماراتية في سبيل تنمية تنافسية الأعمال الاقتصادية والرقمية الأمر الذي سيسمح لها بتقوية الجهة المحلية والتوسع الخارجي لاستثماراتها وتنمية مداخيلها.

1.3.4. التنافسية الرقمية: يحلل تصنيف التنافسية الرقمية العالمية (WDC) ويصنف إلى أي مدى تتبنى الدول وتستكشف التقنيات الرقمية التي تؤدي إلى التحول في الممارسات الحكومية ونماذج الأعمال والمجتمع بشكل عام، ويعتمد مبدأ عمل تصنيف التنافسية العالمية، على افتراض أن التحول الرقمي يحدث بشكل أساسي على مستوى المؤسسة (سواء كانت خاصة أو مملوكة للدولة)، كما يحدث أيضا على مستوى الحكومة والمجتمع، وتحدد منهجية تصنيف القدرة التنافسية الرقمية العالمية (WDC) إلى ثلاثة عوامل رئيسية: المعرفة؛ التقنية؛ الاستعداد للمستقبل.

يمكن أن تكون المعايير عبارة عن بيانات صلبة، والتي تحلل القدرة التنافسية الرقمية حيث يمكن قياسها (مثل سرعة عرض النطاق الترددي للإنترنت)، أو بيانات ليننة يمكن ادراكها كالتالي تحلل القدرة التنافسية (مثل مرونة الشركات)، تمثل المعايير الصعبة وزنا قدره 3/2 في الترتيب العام بينما تمثل بيانات المسح (الليننة) وزنا قدره 3/1، وفيما يلي تصنيف دولة الامارات ضمن التقرير:

جدول رقم (06): تصنيف دولة الامارات ضمن تقرير التنافسية الرقمية

اسم المؤشر	التصنيف	2016	2017	2018	2019	2020
مرتبة الامارات في تقرير التنافسية الرقمية العالمية	الترتيب العالمي للمؤشر العام	25	18	17	12	14
	مؤشر الإطار التكنولوجي	31	29	16	5	8
	مؤشر التعليم والتدريب	53	56	53	41	44
	مؤشر خفة الحركة التجارية	18	1	1	4	12
	مؤشر تكامل تكنولوجيا المعلومات	18	8	14	8	8

المصدر: (المعهد الدولي للتنمية الادارية، 2022)

من خلال الجدول رقم (06) يظهر لنا التطور الكبير للإمارات ضمن كافة المؤشرات الخاصة بالتنافسية العالمية بدءاً من سنة 2016 إلى غاية سنة 2020 حيث انتقلت الإمارات من الرتبة 25 إلى الرتبة 14 عالمياً وهي قفزة نوعية سجلت في فترة زمنية قصيرة قدرت بأربع سنوات، فباستثناء مؤشر خفة الحركة التجارية أو ما تعرف بالرشاقة التجارية وهي تعكس القدرة على التكيف مع التغيرات المختلفة في السوق والتي سجل بها تراجع بعد أن كانت متصدرة الترتيب العالمي سنة 2017 لتتدرج للرتبة 12 سنة 2020 وهو أمر يمكن تفسيره بالطبيعة نتيجة الجمود الذي صاحب المعاملات التجارية نتيجة فيروس كورونا كما تتأخر أيضاً الإمارات نوعاً ما في مؤشر التعليم والتدريب والذي لم تسجل فيه أي تطور كبير في السنوات الأربع، أما بالنسبة لمؤشري الأطار التكنولوجي وتكامل تكنولوجيا المعلومات فتعتبر الإمارات من ضمن الدول العشر الأوائل التي تمتلك تطورات رقمية وادماج كبير للتكنولوجيا في الدوايب الاقتصادية والتواصل بين العملاء والمنتجين.

2.3.4. التنافسية الاقتصادية: أما فيما يخص بيئة وجاذبية الاستثمار التي تشير إلى مدى قدرة الدولة على خلق البيئة التنافسية التي تضمن استمرار توفر رؤوس الأموال من خلال التركيز على تطوير الأطر التنظيمية والقانونية وتبني السياسات الاقتصادية الملائمة والجوانب التقنية وغيرها من العوامل التي تسهم في دعم الانتاجية والتنافسية وجذب الاستثمارات المحلية والاجنبية، وفيما يلي يمكن لنا ان نستعرض واقع قطاع بيئة الاعمال والواقع القانونية لآليات عمل المؤسسات الإماراتية.

جدول رقم (07): بيئة الاعمال في الامارات

الترتيب	القيمة المعيارية	2020	2019	2018	2017	المؤشر
3	1.266	94.8	94.1	81.6	78.9	بدأ النشاط التجاري
1	1.340	90.1	89.6	89.6	89.6	تسجيل الملكية
1	1.205	100	100	100	99.9	الحصول على الكهرباء
7	0.911	80	78	78.0	78.0	حماية المستثمرين
2	1.291	85.3	99.4	99.4	99.4	دفع الضرائب

المصدر: (تقرير تنافسية الاقتصاديات العربية، 2022، صفحة 34)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن الحكومة الإماراتية تدعم قطاع الاعمال والمشاريع الريادية بصفة كبيرة وغير منقطعة وهو ما تظهره قيم المؤشرات التي تقترب معظمها من 100 نقطة لأربع سنوات متتالية (من 2017 إلى 2020) وهو ما يدل على الرضا العالي والتطبيق المحكم للاستراتيجيات التنموية على مستوى قطاع بيئة الأعمال، حيث احتلت دولة الإمارات الرتبة الأولى عربياً في تهيئة وتوفير بيئة الأعمال المناسبة والمريحة للجذب الاستثمارات وتنمية المشاريع المحلية، بالنسبة لمحور بدأ النشاط التجاري جاءت الإمارات في الرتبة الأولى بقيمة معيارية (1.266 ن) مشيرة إلى انخفاض عدد الاجراءات والفترة الزمنية المطلوبة للإنجاز الاجراءات لدى رواد الاعمال من النساء والرجال، حيث يحتاج كل منهما إلى اجراءين ويحتاج المستثمر إلى أربع أيام كأقصى تقدير لإنجازها، أما بالنسبة لمحور تسجيل الملكية التي تشير لجميع الاجراءات المطلوبة لنقل ملكية سند عقار تجاري، فقد استحوذت الإمارات كذلك على الرتبة الأولى بقيمة (1.340 ن) نتيجة ارتفاع نسبة كفاءة ادارة نظام الاراضي التجارية المتملكة، عدد اجراءات نقل الملكية ومدتها، وانخفاض تكلفة التسجيل والتي تشمل الرسوم والضرائب، أما بالنسبة لمحور الكهرباء فاحتلت الإمارات فيها الرتبة الأولى، نتيجة التوفر كلياً لها لمختلف المبادرين بالنشاطات والاعمال الريادية والمهنية، وانخفاض الاجراءات المطلوبة للحصول عليها وتوصيلها للمشاريع والمصانع، بالنسبة لمحور حماية المستثمرين من خلال سن قوانين الاوراق المالية، وقوانين الشركات وحماية الحقوق في الشركات المساهمة، فقد احتلت الإمارات الرتبة الثانية، أما بالنسبة لآخر المحاور وهو دفع الضرائب، فقد احتلت بها الإمارات المركز الأول، من خلال نسبة ما تجمعها حكومة الإمارات من الضرائب والمساهمات التي تدفع لصناديق التقاعد أو التأمين.

4.4. نماذج مشاريع ريادية ناجحة في الامارات:

تحتل الامارات مرتبة عالية ضمن الدول المالكة لأكبر عدد من المؤسسات الناشئة دلالة على الحركة الكبيرة التي يشدها قطاع بيئة الاعمال ضمن الطبقات الاقتصادية الأدنى.

جدول رقم(08): المؤسسات الناشئة في الامارات

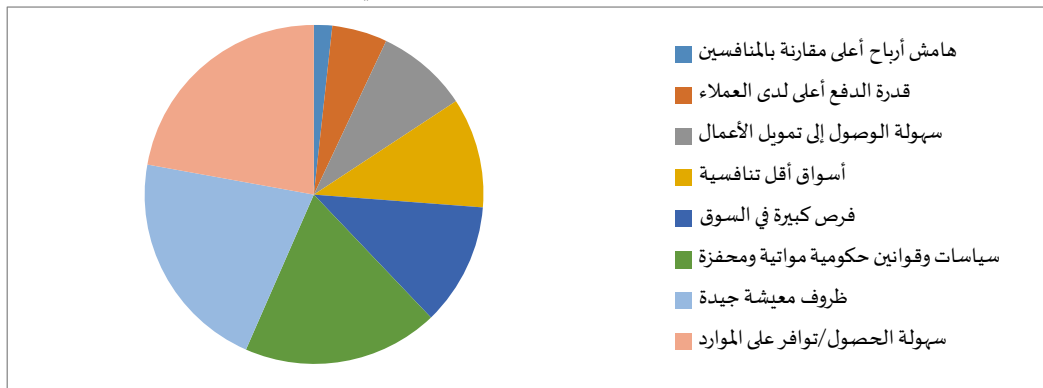
المرتبة	البلد	المؤسسات الناشئة
1	الولايات المتحدة الأمريكية	77,447
2	الهند	17,240
3	بريطانيا	7,037
4	كندا	3,899
11	الامارات	1,172

المصدر: (www.startupranking.com, 2023)

اكتمالا لما سبق من ريادة عالمية لدولة الامارات، ففي تحتل المرتبة الحادية عشر عالميا في عدد المؤسسات الناشئة (Startup) بإجمالي 1172 مؤسسة ناشئة تنشط في مختلف المجالات، واغلبها تتخذ من المنصات الرقمية والوسائل التكنولوجية منطلقا لمباشرة اعمالها وتقديم خدماتها، وهو ما أسهم أكثر في اندماج الامارات ضمن الاقتصاد الرقمي، وتتصدر الولايات المتحدة الأمريكية الترتيب العالمي بمجموعة 7747 مؤسسة ناشئة.

1.4.4. عوامل نجاح ريادة الاعمال في الامارات: تبعا لدراسة حديثة قام بها مجموعة من الباحثين، في سعيهم للتعرف على عوامل نجاح الاعمال الريادية في الامارات، قام الباحثون باستطلاع حوالي 400 رائد للأعمال ينشطون في مختلف المجالات ويمتلكون خبرة لا تقل عن الخمس سنوات من الممارسة الميدانية، وقد توصلوا حسب ما أدلت به عينة الدراسة الى مجموعة من العوامل التي ادت لنجاح الاعمال الريادية في دولة الامارات: (Elmassah, Raynold, & Bacheer, 2022, pp. 5-7)

شكل رقم(01): عوامل نجاح الاعمال الريادية في الامارات



المصدر: من اعداد الباحث اعتمادا على دراسة (Elmassah, Raynold, & Bacheer, 2022, p. 7)

حيث نلاحظ أن أهم أسباب نجاح الاعمال تتدرج حسب أهميتها كما يلي: سهولة الحصول/توافر على الموارد (حيث لا يجد رائد الاعمال صعوبة او أي عراقيل في توفير المواد الاساسية لمباشرة عمله)، ظروف معيشة جيدة (حيث يجد رواد الاعمال رغبة وراحة في الاستقرار في الامارات)، سياسات وقوانين حكومية مواتية ومحفزة (حيث تضع الحكومة الاماراتية جملة من النصوص التي تحفز وتحمي رواد الاعمال)، فرص كبيرة في السوق (نتيجة التنوع الثقافي والسكاني فالبلد فذلك يتيح فرصا لمختلف الناشطين)، أسواق أقل تنافسية، سهولة الوصول إلى تمويل الأعمال (حيث ان هناك تنوع ودعم مالي كبير لكل من ينوي الاستثمار)، قدرة الدفع أعلى لدى العملاء في الإمارات وأخيرا هامش أرباح أعلى مقارنة بالمنافسين، ومن بين المشاريع الريادية الناجحة في الامارات على سبيل المثال لا الحصر نجد شركة سيرفيس ماركيت والتي نستعرض تجربتها في مايلي:

2.4.4. نموذج شركة سيرفيس ماركت (Service Market): شركة ريادية تأسست في دبي بالإمارات سنة 2013، حيث تقوم الشركة بتقديم حلول مبتكرة في الخدمات المنزلية المختلفة، مثل أعمال الصيانة واعمال النظافة وعمليات نقل الاثاث ، وكذا تأمين السيارات وغيرها من الخدمات وذلك عبر منصة الكترونية رقمية تمكن المستخدمين من تحديد الخدمات التي يبحثون عنها، وقد توسعت لمناطق اخرى في الشرق الاوسط وبلغ عدد مستخدمي الموقع حوالي 50 ألف عميل سنة 2017. (www.servicemarket.com, 2022)

- تمويل الشركة: بداية عملية تمويل المشروع كان بمساعدة عائلية بقيمة تقدر 300 ألف دولار وفي سنة 2014 حصلت الشركة على تمويل من قبل مؤسسة مختصة في الاستثمار في مجال المؤسسات الناشئة عبر النت بقيمة بلغت 600 ألف دولار، وفي سنة 2016 حصلت على استثمار بقيمة 3 مليون دولار من شركة (Accenture) العالمية وهي شركة مختصة في الاستشارات عبر عديد مناطق العالم، وهو الامر الذي سمح بتوسيع الشركة الى مدن أخرى في الامارات وتنوع خدماتها المقدمة.
 - تسويق الشركة: تعتمد شركة سيرفيس ماركت بشكل أساسي على التسويق الرقمي لخدماتها، كما تتبع طرقاً أخرى للوصول الى العملاء، كإقامة بعض الحفلات وحصص الرسم المجانية للأطفال لكي تستطيع التقرب الى أهاليهم، ولكي ترسخ الصورة الذهنية لها في عقول الاطفال وابعاءهم، كما تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي في طرح محتواها كتقديم حلول لكيفيات تنظيف الافرشة الى ما هو أكثر من ذلك بطريقة تدريجية.
 - ج- انجازات الشركة: بالرغم من التحديات الكبيرة التي تنتظر الشركة والتي من بينها رغبتها في جذب خبراء في المجال التكنولوجي الخدمي لتطوير آلية عملها، إلا ان الشركة حققت عديد من الانجازات كنيها جائزة من طرف مجلة "Forbes" العالمية سنة 2016 نظير تفوقها، اضافة الى تضاعف عدد زوارها الى 150 ألف زائر للموقع كل شهر، من ناحية الإيرادات فهي في تضاعف من سنة الى أخرى بحوالي الضعف. (قوفي، 2022، صفحة 888)
5. خاتمة:

وبناء على ما سبق تتضح لنا الأهمية الكبيرة لضرورة الاعتماد على الأعمال الريادية في كافة القطاعات والمصالح الخدمية في دولة الامارات وضرورة ذلك في التحول نحو الاقتصاد الرقمي وصنع التميز، وما يتبع ذلك من التخلي على أساليب العمل التقليدية والاعتماد المفرط على القطاع العام، من أجل بناء منظومة أعمال متطورة ومعاصرة، حيث أن توجه الحكومات نحو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة لن يكون إلا بالقضاء على البيروقراطية والالتكالية والارتكاز على الجانب التكنولوجي في انشاء، تسيير، وتطوير المشاريع الاعمال الريادية التي تسمح بالنهوض بقطاع الاعمال كونه القاطرة الاساسية لمختلف الاقتصادات، ومن بين الاستنتاجات المتوصل إليها عبر هذه الدراسة:

- ✓ قامت الامارات بجملة من الاستثمارات والانفاق بشكل معتبر لتحقيق مشروعها وهو الأمر الملموس على أرض الواقع من خلال المبادرات والسياسات الداعمة لتنمية زيادة الاعمال في كل القطاعات، وإضافة الى اهتمامها برواد الاعمال الناشئين وتحفيزهم عبر آليات مختلفة قصد النجاح في مشاريعهم؛
- ✓ تحتل الامارات مكانة متقدمة في مختلف مؤشرات التقارير العالمية، فهي تحتل الرتبة الحادية عشر عالميا في عدد المؤسسات الناشئة (Startup's) التي تنشط في مختلف المجالات والتي ساهمت في تسهيل مقومات الحياة بالإمارات، كما ساهمت في دعم الاندماج الرقمي في الامارات؛

- ✓ لعبت الحكومة الاماراتية دورا كبيرا في خلق بيئة تنافسية تضمن استمرار توفر رؤوس الاموال وجذبها سواء من المصادر الداخلية او الخارجية، حيث قامت بضبط الاطر الخاصة بتسجيل الملكية، الحصول على الكهرباء، بدأ نشاط تجاري، وغيرها من المتطلبات التي جعلت من الامارات متفوقة في هذا المجال؛
 - ✓ كما تمكنت الحكومة الاماراتية من التوسع في تبني واستكشاف التقنيات الرقمية، ما سمح لها بالتحول الى انماط اكثر حداثة وتطور في الممارسات الحكومية ونماذج الأعمال و الخدمات المجتمعية؛
 - ✓ ساهمت الاعمال الريادية بالإمارات أيضا في زيادة الاندماج ضمن الاقتصاد الرقمي، حيث حلت الامارات في الرتبة 34 عالميا في سنة 2020، تعكس الجهود المبذولة للتطور أكثر وزيادة ثقة المواطن بحكومته وانغماسه ففي برامجها؛
 - ✓ تطور ترتيب الامارات في مختلف المؤشرات والتقارير العالمية حول ريادة الاعمال، وهو التطور الذي يعكس مكانة الامارات العالمية في تهيئة كافة الظروف للنهوض بقطاع الاعمال الريادية، على غرار الرتبة أولى عالميا التي سجلتها على مستوى مرصد ريادة الاعمال العالمي (GEM).
- واعتمادا على ما سبق يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية:
- ضرورة الاستفادة من التجربة الاماراتية والاقتداء بالسياسات والبرامج والمبادرات التي انتهجتها في هذا السياق، والاستعانة بالخبرات التي ساهمت في وصول الامارات لمراتب متقدمة عالميا؛
 - تأسيس برامج فعالة لريادة الاعمال في المنظمات الجزائرية يتطلب إرادة سياسية جادة في تبني المشروع، فالخطط والكفاءات القادرة على ترجمتها متوفرة، وكذا بالنسبة للجانب المادي، وعليه فمشروع النهوض بقطاع الاعمال بصفة عامة والمؤسسات الناشئة والمشاريع الريادية بصفة خاصة ليس برنامجا عاديا، وإنما مشروع بعيد المدى يستدعي تعبئة من أعلى السلطات الحكومية لكافة الموارد؛
 - ضرورة استعانة المشاريع الريادية بالأنظمة والتقنيات التكنولوجية الحديثة في مختلف نشاطاتها من أجل تعزيز الفاعلية وربطها بالاقتصاد الرقمي؛
 - ضرورة تكوين رواد الاعمال على امتلاك القدرة على التحليل وتوقع الفرص الجديدة واستغلالها والتوسع في الأسواق الواعدة، والعمل على توسيع التكوين على ريادة الاعمال في الجامعات والمعاهد التكوينية والتسييرية؛
 - ضرورة فتح المجال أمام رواد الاعمال الناشئين لاستقطاب الدعم والتمويل من الجهات الخارجية، إضافة الى دعمهم في نيل المشاريع ورفع القيود أمام نيلهم للتمويل المحلي سواء الحكومي أو الخاص؛
 - إنشاء منصة رقمية تكون بمثابة بوابة لمختلف الخدمات الذكية يستفيد منها المبادر للإنشاء الاعمال الخاصة، ذات تصميم واستخدام بسيط ومحتوى متجانس، تحتوي على مختلف الوثائق الضرورية والارشادات المتخصصة، إضافة الى استحداث معارض ومبادرات لربط رواد الاعمال الناشئين بالواقع العملي؛
 - ضرورة التحيين المستمر للقوانين والاجراءات التشريعية من اجل استمرارية النشاط الفعال لبيئة الاعمال، والسماح لرواد الاعمال بتوسيع نشاطاتهم ورفع القيود من أمامهم لتعزيز ارباحهم وحمايتهم من المنافسة غير الشريفة والابتزاز.

1. - Feifei Yu .(2012).Strategic flexibility entrepreneurial orientation and firm performance .African journal of business management.1713 ،(4)6 ،
2. - Global Entrepreneurship report\ . (2022). GEM.
3. - Global entrepreneurship Reports. (2018, 2019, 2020, 2022). Global Entrepreneurship Monitor. Retrieved avril 10, 2023, from <https://www.gemconsortium.org/report>
4. - Hebert, R., & Link, A. (2011). A History of entrepreneurship. International journal of business and social science, 2(9), 241.
5. - sme. (2023, 04 01). Retrieved from Small and medium enterprise in ae: <http://sme.ae/default/ar>
6. - suzanna Elmassah ,james Raynold و shereen Bacheer .(2022).Ethnic entrepreneurial success factors: evidence from the united arab emirates .Heliyon.7-5 ،(8)
7. - The digital platform economy index. (1999). GEDI.
8. - www.basher.gov.ae. (2023). Retrieved 01 3, 2023, from invest in uae: <https://basher.gov.ae/invest>
9. - www.servicemarket.com. (2022, Mars 10). Retrieved from <https://servicemarket.com/en/dubai>
10. - www.smeawards.com. (2023). Retrieved from sme awards: <http://smeawards/the awards.aspx>
11. - www.startupranking.com. (2023, Avril 03). Retrieved from <https://www.startupranking.com/top/united-arab-emirates>
12. - Zoltan , j., laszlo, s., abraham , s., & eva, k. (2020). The digital platform economy index 2020. GEDI.
13. - الزهراء علائي، و فتيحة علائي. (2021). مخطط الاعمال وتحقيق زيادة الاعمال. مجلة التكامل الاقتصادي، 9(2)، 466.
14. - المعهد الدولي للتنمية الادارية. (2022). المعهد الدولي للتنمية الادارية. تم الاسترداد من <http://www.imd.org>
15. - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات. (2022). مناخ الاستثمار في الدول العربية 2022. تقرير اقتصادي حكومي.
16. - الموقع الرسمي لوزارة الاقتصاد الاماراتية. (2023, 04 02). تم الاسترداد من <http://www.moec.gov.ae>
17. - حامد كريم الحدراوي. (2013). الريادة كمدخل لمنظمات الاعمال المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال الفكري. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، 9(27)، 98.
18. - حسين نعمة نغم، و حمزة باسم الورد. (2020). دور زيادة الاعمال في نجاح المشروعات الاعمال. مجلة اربد للعلوم الانسانية والاجتماعية، 2(1)، 474.
19. - مهدي جابر. (2015). اثر حاضنات المشروعات في تعزيز زيادة الاعمال. مجلة العلوم الاقتصادية، 2(16)، 155.
20. - مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة. (2020). دليل الخدمات. الامارات: مجلس دبي الاقتصادي.
21. - نوزاد عبد الرحمان الهيتي. (2016). بيئة الاعمال ومتطلبات التنمية في دولة الامارات. مجلة التنمية والاستشراف للبحوث، 1(1)، 11.
22. - سعاد قوفي. (2022). زيادة الاعمال كحل بديل للقضاء على البطالة الذكية. مجلة العلوم الانسانية، 22(2)، 888.
23. - رزق الله اليزيدي. (2023). دور زيادة الاعمال في تعزيز التنمية الاقتصادية. المجلة العربية للادارة، 44(4)، 04.
24. - تقرير تنافسية الاقتصاديات العربية. (2022). دولة الامارات: صندوق النقد العربي.
25. - تامر علي النويران. (2022). زيادة الاعمال ودورها في تحقيق التنمية المصرفية المستدامة. مجلة التحولات الاقتصادية، 2(1)، 25.

دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة دراسة حالة شركة التامين الجزائرية

The role of strategic leadership in achieving sustainable competitive advantage. Case study of the Algerian insurance company

كوثر بلحوت¹ ، بن تريح بن تريح²

¹ جامعة عمار تليجي كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية والتسيير الاغواط (الجزائر)

² جامعة عمار تليجي كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية والتسيير الاغواط (الجزائر)

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الريادة الإستراتيجية ومدى مساهمتها في تفعيل الميزة التنافسية المستدامة، حيث قسمت هذه الدراسة إلى جزئين، جزء نظري حاولنا فيه الإلمام بجميع جوانب الموضوع بدءا بالجانب النظري للريادة الاستراتيجية والميزة التنافسية المستدامة، ومحاولين إبراز أهمية الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وجزء تطبيقي استخدمنا الإستبانة كأداة لجمع البيانات حيث قمنا بتوزيع الإستبانة بهدف استطلاع آراء شركة التامين الجزائرية. حيث توصلنا إلى وجود توجه ريادي في بناء استراتيجية بالمنظمة لمواكبة السيرورة الاقتصادية، وأوصت الدراسة على أن نجاح الريادة الإستراتيجية في بناء قدرة تنافسية جديدة للمنظمات يتوقف على مدى نجاح الريادي الاستراتيجي في بناء الرؤيا ذات الأبعاد الإستراتيجية وتحقيق التميز والتفرد يصعب تقليده.

الكلمات المفتاحية: الريادة الاستراتيجية، الميزة التنافسية المستدامة.

Abstract: This study aimed to identify the role of strategic leadership and the extent of its contribution to activating the sustainable competitive advantage. This study was divided into two parts, A theoretical part in which we tried to get acquainted with all aspects of the subject, starting with the theoretical aspect of strategic leadership and sustainable competitive advantage. Trying to highlight the importance of strategic leadership in achieving sustainable competitive advantage, As an applied part, we used the questionnaire as a data collection tool, where we distributed the questionnaire in order to explore the opinions of the Algerian insurance company. Where we concluded that there is a pioneering trend in building a strategy in the organization to keep pace with the economic process. The study recommended that the success of strategic entrepreneurship in building a new competitive capacity for organizations It depends on the success of the strategic entrepreneur in building a vision with strategic dimensions and achieving excellence and uniqueness that is difficult to imitate.

Keywords: Strategic leadership; sustainable competitive advantage

1. مقدمة:

يعد موضوع الريادة الاستراتيجية من الموضوعات المعاصرة والضرورية لتنمية وتطوير المزايا التنافسية لمنظمات الأعمال من خلال إيجاد اليات جديدة للمنافسة لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة يصعب تقليدها على المدى الطويل، حيث تعد الريادة الاستراتيجية وسيلة للتنمية الاقتصادية، وتميز أعمال المنظمات من خلال تنمية قدرات العاملين وخلق فرص جديدة ومستمرة، ونجاح المنظمات يعتمد على مدى تبنيها للاستراتيجيات التي تحقق لها مزايا تنافسية وكيفية المحافظة عليها في ظل التغيرات البيئية والتحديات المتسارعة.

1.1. مشكلة الدراسة: رغم الأهمية التي تلعبها الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لهذه المنظمات وكيفية الحفاظ على هذه الميزة، لذا نسعى من خلال الدراسة إلى إبراز أهمية الدور الريادي الاستراتيجي في تحقيق التفوق لمنظمات الاعمال، وبناء على ما سبق نطرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في شركة التامين الجزائرية؟

ومنه تتفرع إشكالية الدراسة إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- ماذا نقصد بالريادة الاستراتيجية؟

- كيف يمكن للمنظمة الحصول على ميزاتها التنافسية المستدامة؟

- كيف تستخدم شركة التامين الريادة الاستراتيجية في خلق ميزاتها التنافسية المستدامة؟

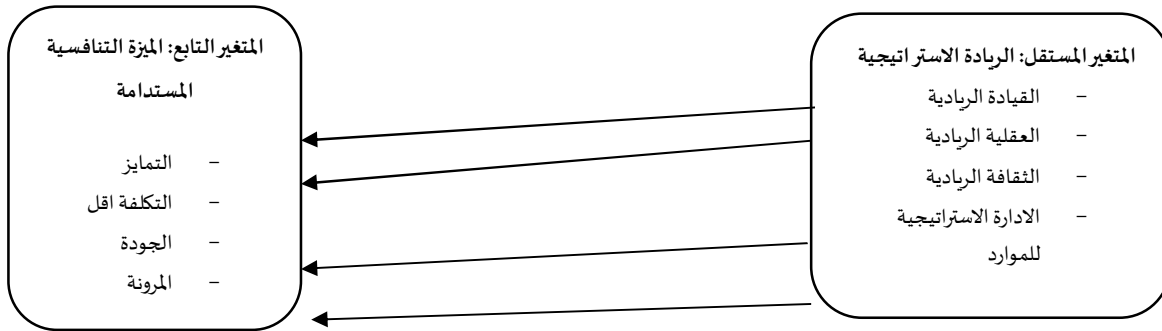
2.1. أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تلعبه الريادة الاستراتيجية للمنظمات من خلال تبني ابعادها الأكثر تكرارا في الدراسات، وإبراز أهمية الميزة التنافسية المستدامة في منظمات الاعمال كونها مطلبا مستقبليا من اجل المحافظة على بقاء واستمرارية هذه المنظمات.

3.1. اهداف الدراسة: تتجلى اهداف الدراسة في الاجابة عن اشكالية الدراسة بالدرجة الاولى، كما تهدف الى:

- توضيح أهمية الريادة الاستراتيجية ومدى تحققها في بيئة الاعمال الجزائرية.
- إظهار دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للعاملين في الشركة محل الدراسة.

4.1. نموذج الدراسة:

الشكل 1: النموذج الفرضي للدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة

5.1. فرضيات الدراسة:

- الفرضية الرئيسية الأولى: هناك ريادة استراتيجية بشركة التامين الجزائرية عند مستوى معنوية (5%).
- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أثر معنوي للريادة الاستراتيجية بشركة التامين على الميزة التنافسية المستدامة عند مستوى معنوية (5%).

- الفرضيات الفرعية:

- يوجد أثر للقيادة الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند مستوى معنوية (5%).
 - يوجد أثر معنوي للعقلية الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند مستوى معنوية (5%).
 - يوجد أثر معنوي للثقافة الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند مستوى معنوية (5%).
 - - يوجد أثر معنوي للإدارة الاستراتيجية للموارد على الميزة التنافسية المستدامة عند مستوى معنوية (5%).
- 6.1. عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من مجموعة عمال شركة التامين الجزائرية، حيث قمنا بتوزيع 40 استبانة واسترجعنا 35 ومنه أصبحت عينة الدراسة 35.

7.1. اساليب جمع البيانات: في القسم النظري تم الاعتماد على مجموعة من المراجع من كتب، مجلات، رسائل واطروحات، في حين تم الاعتماد كلياً على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات في القسم التطبيقي وقد تم استخدام الاساليب الاحصائية التالية في التحليل واختبار الفرضيات: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الارتباط، الانحدار المتعدد.

2. مدخل نظري للريادة الاستراتيجية:**1.2. مفهوم الريادة الاستراتيجية (SE): Strategic Entrepreneurship**

يمكن النظر الى ان الريادة الاستراتيجية احد المداخل الحديثة في الفكر الاستراتيجي التي يمكن من خلالها تحسين الأداء التنافسي واستغلال الفرص، نظراً لانها تمثل وظيفة لأداء الأعمال وعنصراً رئيساً لاستراتيجية أي منظمة في سعيها نحو تأسيس وتحقيق مزاياها وتحويلها الى مزايا تنافسية مستدامة (Foss Nicolai J, 2011) ¹، يرى (Gelard P. and and ghazi, 2014) أن الريادة الاستراتيجية كنتاج المزج والتكامل بين مصطلحي الريادة والاستراتيجية لفهم الريادة الاستراتيجية، حيث تتعلق الاستراتيجية بالتطورات بعيدة المدى كمجال عمل المنظمة وإدارة مواردها ومصادر الحصول عليها وتطوير الميزة التنافسية، بينما تتعلق الريادة بالبحث عن الفرص والتجديد والمحافظة على التقدم التكنولوجي، وتعمل الريادة الاستراتيجية على الموازنة بين الموارد من خلال الاستكشاف المستمر للفرص والاستثمار لتحقيق تدفق مستمر من الابتكار، كما أشار (صادق، صفحة 2015) بان الريادة الاستراتيجية هي عبارة عن سلوكيات البحث عن الفرص والميزة وتشير الى الأنشطة الاستراتيجية من منظور استراتيجي، وتقود الى تحقيق الفعالية الموجهة نحو الحداثة كمصدر للتنافسية المستدامة، وكذلك ذكر (حمدان، 2020) بانها القدرة على البحث عن نقاط القوة والضعف، وكذلك البحث عن الفرص والتحديات، والعمل على استغلالها مع حساب المخاطر، وفقاً لرؤية إدارية جماعية، وقيادة ذات تفكير وتخطيط استراتيجي.

من خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن هناك العديد من التعريفات للريادة الاستراتيجية والتي تكمن أهميتها في كل من البعد الريادي المتمثل في استغلال الفرص التي تتاح للمنظمة، والبعد الاستراتيجي المتمثل في السعي نحو امتلاك الميزة التنافسية.

2.2. خصائص الريادة الإستراتيجية:

تمتع المنظمات التي تستخدم الريادية الإستراتيجية على الخصائص التالية (القحطاني، دون سنة نشر):

- تعمل المنظمة على ضوء خطة إستراتيجية مدروسة وموضوعة على أسس علمية سليمة يلتزم بها جميع العاملين، وتحقيق مستوى تنافسياً عالياً على الصعيدين الداخلي والخارجي؛
- تتبنى المنظمات الريادية هيكلًا تنظيميًا عضويًا، ويقلل من معيقات البيروقراطية التي تمنع الابتكار، ويتيح الاستجابة السريعة لمتطلبات السوق والصناعة؛

- تكون هذه المنظمات أكثر اهتماما بالإقدام على إقامة المشاريع الريادية وتتحرك سريعا للقيام بالعمل المطلوب؛
- إن الأفراد في هذه المؤسسات هم مصدر الابتكار والريادية، لذا فهي تتبنى الأفراد الذين يتمتعون بالمواهب الريادية والابتكارية من خلال تشجيع المبادرات الشخصية وقبول المخاطرة؛
- اقترب هذه المؤسسات إلى عملائها من خلال ما تقدم لهم من منتجات وخدمات ذات جودة ونوعية مقارنة بما يقدمه المنافسون؛
- المنظمة الريادية لديها القدرة على الإبداع والابتكار من خلال منتجات جديدة أو طرق إنتاج جديدة ونماذج وأسواق جديدة ترتكز على الإدارة الإستراتيجية الموجهة نحو تحسين الأداء.

3.2. أبعاد الريادة الاستراتيجية:

- القيادة الريادية **Entrepreneurial Leadership**: تعني وجود قدرة على التنبؤ بحل المشكلة، ووجود نمط معين متبع لجعل الافراد يثقون بشكل شخصي بتقنيات ذلك الشخص الذي يحفزهم على العمل بشكل غير مباشر حسب الأنظمة (Kumar, 2007). ويضاف أيضا ((Hitt, 2011)) ان القيادة الريادية الناجحة لديها القدرة على التوقع واستشراف المستقبل والحفاظ على المستويات مع المرونة وتمكين العاملين من احداث التغييرات المطلوبة.
- العقلية الريادية **Entrepreneurial Mindset**: هي عملية خلق القيمة وكيفية استخدامها بمحاولة تحديد الفرص الريادية التي تستطيع المنظمة تحقيقها من خلال تطوير المنتجات والخدمات الجديدة والأسواق الجديدة. كما ان التفكير الريادي حالة ذهنية تتعلق بقدرة الفرد على تحليل البيئة الخارجية وتحديد الفرص والتهديدات واستخدام القدرات والامكانيات والطاقت في وضع الأهداف موضع التنفيذ وتوجيه روح المبادرة نحو اقتناص الفرص المبتكرة في حالة عدم التأكد.
- الثقافة الريادية **Entrepreneurial Culture**: هي عبارة عن القيم الاجتماعية المشتركة السائدة بين أعضاء المنظمة ودرجة الاعتقاد بها والتي تشكل هيكل وطبيعة الإجراءات التي تتبعها المنظمة من اجل وضع وتحديد المعايير السلوكية لاعضاءها. ويتفق (Chang, 2013) مع (Hitt, 2011) في ان وجود الثقافة الريادية شيء أساسي في المنظمة المتعلقة ضمن اطار المنافسة التي تشجع على الابتكار مع توقع الأفكار الجديدة وتشجيع المخاطرة وسرعة الاستجابة للتطورات التكنولوجية والتغيرات المستمرة كناقل للفرص. كما أضاف ان كلا من الثقافة والقيادة الريادية مترابطتان حيث تأتي الثقافة الريادية من القيادة الريادية والتي تأتي بدورها على قمة العقلية الريادية وبذلك تنمو وتتطور الثقافة الريادية في المنظمة.
- ث- إدارة الموارد بشكل استراتيجي **Strategic Management Resources**: ان إدارة الموارد بشكل استراتيجي يكون من خلال تبني المنظمات لمفهوم محفظة الموارد، ويتحقق ذلك بتشكيل القدرات ورفع تدفقها من خلال سلوكيات البحث عن الفرصة والميزة وخلق الثروة وتعظيم القيمة المستمدة من تلك الموارد (Ireland, 2003).

3. الميزة التنافسية المستدامة

- 1.3. مفهوم الميزة التنافسية: ان الميزة التنافسية تعتبر عنصرا استراتيجيا وهدفا أساسيا تسعى لاكتسابها جل المنظمات، حيث تحاول تحديد طبيعتها التي تتميز بها عن منافسها، حيث عرفت على أنها: الأداة التي بها المنظمة يمكن ان تتفوق في المنافسة على الاخرى (Macmillan, 2000)، كما عرفت كذلك على أنها هي مجال تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات وتنبع الميزة التنافسية من قدرة المنظمة على استغلال مواردها المادية أو البشرية، فقد تتعلق بالجودة أو التكنولوجيا أو القدرة على تخفيض التكلفة، أو الكفاءة التسويقية أو الابتكار والتطوير أو وفرة الموارد

المالية، أو تميز الفكر الإداري، أو امتلاك موارد بشرية مؤهلة (ثابت، 2002)، ومنه يمكن القول ان مفهوم الميزة التنافسية هي قدرة المنظمة على التفوق عن الآخرين بطريقة فعالة وأكثر كفاءة مما يجعلها تنفرد وتتميز بأعمالها.

2.3. مفهوم الميزة التنافسية المستدامة **Sustainable Competitive Advantage SCA**: تعد الميزة التنافسية المستدامة هدفا رئيسيا تسعى إلى بلوغه جميع منظمات الأعمال، إذ أن المشكلة التي تواجه تلك المنظمات هي مشكلة السيورة والبقاء في السوق التي تختاره، مما يتطلب امتلاكها الأسس الداعمة لذلك والمتكونة من مجموعة من الأهداف والموارد والأفراد القادرين والمتحفزين (قاسم، 2012).

يعتبر Day George (1984)، أول من أشار إلى فكرة استدامة الميزة التنافسية باقتراحه لأنواع مختلفة من الاستراتيجيات المساعدة لبقاء المنظمة وتطورها. ولكن الحقيقة التي يستند عليها في منشأ الميزة التنافسية المستدامة هو ما قدمه porter (1985) في نموذج المعروف في تحديد استراتيجيات التنافس والتي تم ربطها مع البيئة، من خلال المنتجات التي تقدمها الشركة والتي تتوافق مع حاجات وقدرات المشتري (حمدان ث.، 2013)، وهناك من يرى أنها عبارة عن عملية تنفيذ إستراتيجية خلق القيمة عندما لا يستطيع أحد من المنافسين الجدد والحالين تنفيذ هذه الإستراتيجية نفسها وغير قادرين على الاستنساخ أو الاستفادة من مزايا هذه الإستراتيجية، وعليه يمكن القول بأن الميزة التنافسية المستدامة هي عبارة عن مجموعة من العمليات والأنشطة والاستراتيجيات التي تحقق تفوق المؤسسة على منافسها في السوق وباستمرار من خلال تقديم منتجات وخدمات متميزة تلبى رغبات الزبون بطرق فريدة، يصعب تقليدها أو محاكاتها من قبل منافسها.

2.3. ابعاد الميزة التنافسية: تتمثل ابعاد الميزة التنافسية في بعدين أساسيين هما:

- **التكلفة اقل Cost**: هي قدرة المنظمة على إنتاج منتج بأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين، مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر، وإن الحصول على نفس التكلفة الأقل ليس ممكنا في كل الظروف، وبالتالي ضرورة توفر مجموعة من الشروط الواجب توفيرها لتطبيق ميزة التكلفة الأقل (عمار، 2002)، إن امتلاك المنظمة لهذا البعد يجعلها تتفوق على منافسها وبالتالي السيطرة على السوق، والحصول على حصة سوقية أعلى تضمن نجاحها وتفوقها.

- **التمايز Differentiation**: يعرف التميز في المنظمة يتكون من خلال قدرتها على التميز عن غيرها من المنظمات الأخرى المنافسة في نفس قطاع الأعمال سواء كان ذلك بنوعية وجودة المنتجات والخدمات التي تقدمها، أو طبيعة الموارد التي تمتلكها بما يمكنها من تحقيق الميزة التنافسية وقدرتها على تحقيق الاستمرارية من خلال تقديم المنتجات و الخدمات بشكل افضل يصعب تقليده (Johnson, 2002).

- **بعد الجودة Quality**: تعبر الجودة على قدرة المنتج أو الخدمة على الوفاء بتوقعات الزبون أو حتى تزيد عن توقعاته. وتتضمن ثلاث عناصر (هالي، 2009):

● **المطابقة**: وتعني مطابقة المنتج للمعايير المعروفة والخصائص الموضوعية الملائمة للزبون.

● **الاستجابة**: وتعني إرضاء متطلبات الزبائن وتطلعاتهم وحاجاتهم.

● **الصلاحية**: وتعني محافظة المنتج على خصائصه عبر الزمن من حيث المطابقة والاستجابة.

يمكن القول أن الجودة تقود المنظمة كسلاح استراتيجي للحيازة على ميزة تنافسية والحفاظ عليها من خلال تحقيق حصص سوقية عالية وكسب ثقة المتعاملين. ولكن لتحقيق مستوى عال من الجودة يجب أن تنفذ الأفكار بكفاءة وفعالية، لأن ما يصعب تقليده من قبل المنافسين هو التنفيذ المتفوق للفكرة والتي تنجم عن الإستراتيجية المتبعة.

- المرونة **Flexibility**: تعبر المرونة على قدرة المنظمة على تغيير نوع المنتج وتطويره وفقا لحاجات الزبون وتبعاً للتغيير في طلبات السوق أو بالأحرى الإنتاج حسب الطلب، وهي القدرة على التكيف والاستجابة للحاجات الفريدة لكل زبون وتقديم المنتج حسب تفضيلات هذا الزبون، ومنه يمكن القول أن المرونة تعبر عن قدرة المنظمة على التكيف والاستجابة للحاجات المتنوعة للأسواق المستهدفة بسرعة أكبر مقارنة بالمنافسين.

4. الإطار التطبيقي للدراسة:

نرمي من خلال هذا المحور إلى التعرف على الخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، ومن ثم إلى قياس درجة ثبات أداة الدراسة، ومن أجل ذلك قمنا بتفريغ وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول العبارات التي تضمنها الاستبيان الموجه لمختلف مستويات ادارة شركة التأمين الجزائرية. وعالجناها ببرنامج SPSS.

1.4. توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية:

الجدول 1: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر							
أقل من 30 سنة		من 30 الى 40 سنة		من 40 الى 50 سنة		50 سنة وما فوق	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
2	5.51%	20	57.14%	11	31.42%	2	5.71%

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss 21

يتضح من الجدول اعلاه أن أغلب العينة ضمن الفئة المحصورة بين سني (30 الى 40 سنة) نسبة (57.14%) يليه السن من (40 الى 50 سنة) بنسبة 31.42% ثم يليه التوزيعين بنسبة ضئيلة والذي تتراوح أعمارهم اقل من 30 سنة بنسبة 5.51% و 50 سنة ما فوق بنسبة 5.71% من الحجم الاجمالي للعينة.

الجدول 2: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة

الخبرة									
5 سنوات فأقل		من 6 الى 10 سنوات		من 11 الى 15 سنة		من 15 الى 20 سنة		20 سنة فأكثر	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
1	2.9%	2	15.7%	10	28.57%	16	45.71%	6	17.14%

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss 21

يتبين من الجدول (02) أن ما نسبة 45.71% من عينة الدراسة خبرتهم في العمل تتراوح ما بين 15 الى 20 سنة، ويعزي ذلك أن غالبية المسؤولين في الشركة يتحملون مسؤوليات دقيقة تتطلب خبرات علمية طويلة وذلك لتنوع القرارات واختلاف أنماط العمليات المتبعة، وأن 2.9% من عينة الدراسة خبرتهم أقل 5 سنوات، وهذا يتفق مع أهداف البحث حيث التركيز على ذوي الخبرة.

2.4. اختبار ثبات الأداة: تم التأكد من ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (cronbach – alpha) والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول 3: اختبار ثبات أداة الدراسة معامل كرونباخ

معامل ثبات الدراسة (ألفا كرونباخ)	عدد العبارات
0.801	14

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss21

من خلال الجدول نجد أن معامل ألفا كرونباخ يساوي (0.801) أي 80.1% وهو أكبر من (0.65) وبالتالي يمكننا أن نقول أن أداة الدراسة تمتاز بثبات قوي مما يجعلها صالحة لهذه الدراسة.

3.4. تحليل بيانات الدراسة: سنعرض ونحلل اجابات أفراد عينة الدراسة حول المحاور التي تتضمنها باستخدام البرنامج الاحصائي spss21

❖ وصف اجابات أفراد العينة:

- وصف اجابات أفراد العينة للمتغير المستقل: الريادة الاستراتيجية

الجدول 4: اتجاهات افراد العينة: حول القيادة الريادية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	لدى الشركة رؤية قيادية مستقبلية	4.04	0.588	موافق
2	تسعى الشركة الى القيام بدور ريادي في توفير حلول مبتكرة ومستدامة	4.10	0.611	موافق
3	تحرص الشركة على تنمية العاملين وزيادة مهاراتهم	4.02	0.776	موافق
4	تحرص الشركة على تشجيع العمل الجماعي وتحقيق العدالة بين العاملين	4.07	0.743	موافق
	مجموع عبارات المحور الأول	3.68	0.552	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات spss 21

وفقا لما جاء في الجدول رقم 4 يتبين لنا أن المتوسط الحسابي لمجموع اتجاهات أفراد العينة حول محور القيادة الاستراتيجية جاء مساويا ل: (3.68) وانحراف المعياري (0.552) وهذا يعني أن غالبية أفراد العينة يوافقون¹ على أن الشركة تهتم بالقيادة الريادية في القدرة على التأثير في الافراد وتوجيههم من اجل التأكيد على سلوكيات البحث عن الفرص واستخدام الموارد بشكل استراتيجي لتحقيق اهداف الشركة كما ان لديها تطلعات القيادات العليا بشأن مكانتها.

الجدول 5: اتجاهات افراد العينة حول العقلية الريادية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	الاتجاه
1	لدى الشركة قدرة على التأثير في المجتمع والبيئة	3.78	0.780	موافق
2	تسعى الشركة الى توفير فرص تنمية المهارات للعاملين لتحقيق الريادة الاستراتيجية	2.81	1.021	محايد
3	تعمل الشركة على تطوير الاستراتيجية وتحسين مستويات الأداء	4.22	0.588	موافق بشدة
	مجموع عبارات المحور الأول	3.69	0.404	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss 21

وفقا لما جاء في الجدول رقم 5 يتبين لنا أن متوسط الحسابي لمجموع اتجاهات أفراد العينة حول محور العقلية الريادية جاء مساويا (3.69) وانحراف معياري (0.404) وهو ضمن فئة موافق، بحيث أن الأشخاص ذوي العقلية الريادية يمتلكون القدرات المعرفية التي من خلالها يتم استغلال الفرص وتقديم حلول مبدعة ومبتكرة في مواجهة المشكلات.

الجدول 6: اتجاهات افراد العينة حول الثقافة الريادية

الرقم	العبارات	متوسط حسابي	انحراف معياري	اتجاه
1	تهتم الشركة بالتعرف على مكونات الثقافة التنظيمية لتحقيق الريادة الاستراتيجية	3.20	0.964	محايد
2	تسعى الشركة الى تشجيع على الابتكار والابداع كجزء من الاستراتيجية	3.69	0.718	موافق
3	تسعى الشركة الى تحفيز العاملين على طرح أفكارهم والتعبير عن آرائهم	4.06	0.639	موافق
	مجموع عبارات محور الأول	3.80	0.465	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss21

وفقا لما جاء في الجدول رقم 6 يتبين لنا أن متوسط الحسابي لمجموع اتجاهات أفراد العينة حول محور تنفيذ الاستراتيجية جاء مساويا (3.80) والانحراف المعياري (0.465) وهو ضمن فئة موافق، هذا يفسر اهتمام الشركة بالثقافة الريادية كونها تعمل على تعزيز السلوك الريادي من خلال البحث عن الفرص.

¹ تم المقارنة هنا بالفئات المرجحة والمتملة في: من [1.8 إلى 2.6] غير موافق بشدة، من [2.6 إلى 3.4] غير موافق، من [3.4 إلى 4.2] محايد، من [4.2 إلى 5] موافق، من [5 إلى 5] موافق بشدة

الجدول 7: اتجاهات أفراد العينة للمحور الثالث: الإدارة الاستراتيجية للموارد

الرقم	العبارات	متوسط حسابي	انحراف معياري	اتجاه
1	تسعى الشركة الى استغلال الأمثل للموارد المتاحة لتحقيق الريادة الاستراتيجية	3.20	0.964	محايد
2	تسعى الشركة الى توفير الموارد المادية والبشرية لمواجهة المنافسة	3.69	0.738	موافق
3	تسعى الشركة الى التطوير المستمر لعملياتها لتحقيق الأداء الأفضل	4.06	0.638	موافق
	مجموع عبارات محور الأول	3.80	0.445	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss21

وفقا لما جاء في الجدول رقم 7 يتبين لنا أن متوسط الحسابي لمجموع اتجاهات أفراد العينة حول محور تنفيذ الاستراتيجية جاء مساويا (3.80) والانحراف المعياري (0.445) وهو ضمن فئة موافق، يفسر ذلك ان إدارة الموارد بالشكل الاستراتيجي من قبل القيادات الريادية في الشركة يؤدي الى التطوير المستمر لعملياتها والبحث عن الفرص الأفضل من أجل تعزيز وتحسين نشاط الشركة.

- وصف اجابات أفراد العينة للمتغير التابع: الميزة التنافسية

الجدول 8: اتجاهات افراد العينة حول التمايز

الرقم	العبارات	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	تسعى الشركة الى إيصال خدماتها الى ابعد الأماكن	4.45	0.560	موافق بشدة
2	تميز الشركة بالاستجابة السريعة لطلبات الزبائن	3.72	0.822	موافق
3	تسعى الشركة الى تطوير مجال البحث والتطوير والتحسين المستمر لخدماتها	3.22	1.12	محايد
	مجموع عبارات التمايز	3.61	0.568	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss21

وفقا لما جاء في الجدول رقم 8 يتبين لنا أن متوسط عبارات هو (3.61) و الانحراف المعياري قدره (0.568) باتجاه موافق) وبالتالي يمكن القول أن الشركة تتميز بالاستجابة بتلبية خدماتها للزبائن بسرعة، كما ان الشركة لا تأخذ بعين الاعتبار مجال البحث والتطوير لنشاطها الإنتاجي.

الجدول 9: اتجاهات افراد العينة حول التكلفة اقل

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	تهدف الشركة الى تخفيض تكاليف المواد والخدمات التامينية من أولوياتها	4.01	0.803	موافق
2	تسعى الشركة الى جلب خبرات مؤهلة ومتخصصة	3.65	1.112	موافق
3	تقوم الشركة بالتحسين المستمر لاداء الخدمات من اجل تخفيض التكاليف	3.76	1.030	موافق
	مجموع عبارات التكلفة اقل	3.66	0.571	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss21

وفقا لما جاء في الجدول رقم 9 يتبين لنا أن متوسط الحسابي لمجموع اتجاهات أفراد العينة حول محور التكلفة اقل جاء مساويا (3.66) والانحراف المعياري (0.571) وهو ضمن فئة موافق، بحيث أن الشركة تسعى الى تخفيض التكاليف من اجل تحقيق الاستمرارية وهذا يعتبر من أولوياتها في العمليات الإنتاجية.

الجدول رقم 10: اتجاهات افراد العينة حول الجودة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	تعتمد الشركة على تقديم خدمات تامينية ذات جودة عالية مقارنة بمنافسها	4.04	0.984	موافق
2	تمتلك الشركة معدات واجهزة لقياس وضمان الجودة	3.97	0.943	موافق
3	تهتم المؤسسة بتطوير مهارات الموظفين قصد تحسين جودة خدماتها المصاحبة للمنتجات	3.74	0.978	موافق
	مجموع عبارات بعد الجودة	3.907	0.756	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات spss21

وفقا لما جاء في الجدول رقم 10 يتبين لنا أن متوسط الحسابي لمجموع اتجاهات أفراد العينة حول محور الجودة جاء مساويا (3.907) والانحراف المعياري (0.756) وهو ضمن فئة موافق، مما يعني أن الشركة تهتم بجودة عروضها بشكل كبير وبصفة مستمرة مقارنة بمنافسيها مطبقة بذلك معايير الجودة من خلال تبنيها استراتيجيات تنافسية مناسبة.

الجدول 11: اتجاهات أفراد العينة حول المرونة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	لدى المؤسسة وسائل نقل تسهل في عملية إيصال منتجاتها بالوقت المناسب	4.02	0.802	موافق
2	تستطيع المؤسسة توفير الموارد الكافية لتلبية حاجات وتطلعات المتعاملين الحاليين والمستقبليين	3.55	1.113	موافق
3	تهتم المؤسسة بتطوير وسائل تواصل تكنولوجية حديثة مع الزبائن	3.77	1.031	موافق
	مجموع عبارات المرونة	3.67	0.561	موافق

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss21

وفقا لما جاء في الجدول رقم 11 يتبين لنا أن متوسط الحسابي لمجموع اتجاهات أفراد العينة حول محور المرونة جاء مساويا (3.67) والانحراف المعياري (0.561) وهو ضمن فئة موافق، مما يدل على أن إدارة الشركة تعمل على الاستجابة للمتغيرات الخارجية، وحاجات ورغبات عملائها مما يجعلها تحرص على دراسة بيئتها التي يراد اتخاذ قراراتها الإستراتيجية التي تحقق أهدافها، واستخدام الأساليب الرشيدة لجعل الشركة أكثر فاعلية وقادرة على البقاء والاستمرار، وتحقيق الريادة وهذا ما يميز المدراء ونجاحهم بالإدارة.

4.4. اختبار الفرضيات وعرض النتائج

1- معاملات الارتباط لجميع محاور الدراسة

الجدول 12: معامل الارتباط بين المتغيرات الفرعية والمستقلة والمتغير التابع

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط
أثر الريادة الاستراتيجية بالشركة	الميزة التنافسية المستدامة	0.810
القيادة الريادية	الميزة التنافسية المستدامة	0.621
العقلية الريادية	الميزة التنافسية المستدامة	0.577
الثقافة الريادية	الميزة التنافسية المستدامة	0.766
الإدارة الاستراتيجية للموارد	الميزة التنافسية المستدامة	0.798

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss21

من خلال الجدول رقم 12 يتضح أن هناك علاقة ارتباط قوية ايجابية بين الريادة الاستراتيجية والميزة التنافسية المستدامة بقيمة 0.810 وقد سجل ارتباط بين محور الادارة الاستراتيجية للموارد والميزة التنافسية بالمستدامة بقيمة (0.798) ويعتبر ارتباط قوي موجب.

5.4. الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية: بعد عرض وتحليل مختلف اجابات أفراد عينة الدراسة حول المحاور التي تضمها الاستبيان ، نقوم باختبار الفرضيات عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$

❖ الفرضية الرئيسية الأولى:

- فرضية العدم H_0 : لا توجد زيادة استراتيجية بشركة التامين عند مستوى معنوي $\alpha \leq 0.05$

- الفرضية البديلة H_1 : توجد زيادة استراتيجية بشركة التامين عند مستوى معنوي $\alpha \leq 0.05$

❖ الفرضية الرئيسية الثانية:

- فرضية العدم H_0 : لا يوجد أثر معنوي للريادة الاستراتيجية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

- الفرضية البديلة H_1 : يوجد أثر معنوي للريادة الاستراتيجية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

❖ الفرضية الفرعية الأولى:

- فرضية العدم H_0 : لا يوجد أثر معنوي للقيادة الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

- الفرضية البديلة H1: يوجد أثر معنوي للقيادة الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

❖ الفرضية الفرعية الثانية:

- فرضية العدم H0: لا يوجد أثر معنوي للعقلية الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

- الفرضية البديلة H1: يوجد أثر معنوي للعقلية الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

❖ الفرضية الفرعية الثالثة:

- فرضية العدم H0: لا يوجد أثر معنوي للثقافة الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

- الفرضية البديلة H1: يوجد أثر معنوي للثقافة الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

❖ الفرضية الفرعية الرابعة:

- فرضية العدم H0: لا يوجد أثر معنوي للإدارة الاستراتيجية للموارد على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

- الفرضية البديلة H1: يوجد أثر معنوي للإدارة الاستراتيجية للموارد على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$

6.4. الانحدار الخطي المتعدد لمحاور الدراسة: لقد تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد لاختبار الفرضيات بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وفيما يلي سنعرضه من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 13: جدول تحليل الانحدار

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الانحدار	القيمة الاحتمالية	معامل التحديد	قيمة F	قيمة a
القيادة الريادية	الميزة التنافسية المستدامة	0.146	0.002			
العقلية الريادية	الميزة التنافسية المستدامة	0.218	0.001			
الثقافة الريادية	الميزة التنافسية المستدامة	0.727	0.000			
الإدارة الاستراتيجية للموارد	الميزة التنافسية المستدامة	0.733	0.000			
واقع الريادة الاستراتيجية	الميزة التنافسية المستدامة		0.000	0.687	21.54	0.546-

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات برنامج spss 21

من خلال الجدول رقم 13 نستنتج ما يلي:

❖ المعادلة الرئيسية:

الريادة الاستراتيجية: $0.556 - 0.146(م_1) + 0.218(م_2) + 0.727(م_3) + 0.733(م_4)$

-بالنسبة لمعامل التحديد: يعتبر معامل التحديد مقياسا لجودة النموذج حيث أنه كلما اقترب من (1) دل ذلك على جودة النموذج والعكس صحيح، ونلاحظ في هذه الدراسة أن معامل التحديد يساوي (0.687) مما يدل على أن الريادة الاستراتيجية تساهم بما نسبته (68.7%) في تحقيق ميزة تنافسية لشركة التامين وهي نسبة قبول مرتفعة للدراسة، أما الباقي فيرجع الى عوامل أو مفاهيم أخرى لم تدرج ضمن الدراسة، ورغم أن النسبة ليست مرتفعة جدا إلا أن الشركة تتبنى وتهتم بالريادة الاستراتيجية بنسبة مقبولة وهذا راجع الى عدم اعطاء أهمية لدراسة وتحليل المتغيرات داخلية وخارجية وكذا تحديد الخطة الاستراتيجية التي ينبغي على الادارة تبنيها وذلك من خلال ما تضمنه من الاهداف المحددة والواضحة التي تساعد في أداء النشاط الإنتاجي، كما يظهر في الجدول تحليل تباين المعنوية لاختبار (F) حيث بلغت قيمته المحسوبة 21.54 عند درجة حرية (3) بقيمة احتمالية (0.000) وهي أصغر من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وهو ما يؤكد وجود قوة تفسيرية لنموذج الانحدار المتعدد من الناحية الاحصائية، وهكذا يمكن القول أن المتغيرات المستقلة تؤثر على المتغير التابع، وبالتالي هناك علاقة بين الريادة الاستراتيجية والميزة التنافسية المستدامة بشركة التامين.

❖ بالنسبة للفرضيات الفرعية:

- اختبار الفرضية الفرعية الاولى: نلاحظ ان قيمة ($\text{sig} = 0.002 > 0.05$)، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 : يوجد اثر معنوي للقيادة الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$.
- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: نلاحظ ان قيمة ($\text{sig} = 0.001 > 0.05$)، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 : يوجد اثر معنوي للعقلية الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$.
- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: نلاحظ ان قيمة ($\text{sig} = 0.000 < 0.05$)، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 : يوجد اثر معنوي للثقافة الريادية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$.
- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: نلاحظ ان قيمة ($\text{sig} = 0.000 < 0.05$)، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 : يوجد اثر معنوي للإدارة الاستراتيجية للموارد على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$.

من خلال العودة للجدول لاختبار الفرضية الرئيسية نجد ان $\text{sig} = 0.000$ وهي اصغر من α ، وبالتالي نقبل الفرضية البديلة H_1 ، التي مفادها: يوجد اثر معنوي للريادة الاستراتيجية على الميزة التنافسية المستدامة عند $\alpha \leq 0.05$ وهذا ما اكدته الفرضيات الفرعية.

5. خاتمة:

ان نجاح الريادة الاستراتيجية يعتمد على بناء الرؤيا ذات الأبعاد الاستراتيجية، وهذا ما اعتمدت عليه شركة التامين من خلال تبنيها لمفهوم الريادة الاستراتيجية باعتبارها توجها جديدا للشركات التي تسعى الى تعزيز قدراتها التنافسية، من خلال توفير الدعم المطلوب للعاملين وتعزيز روح المبادرة والتفاعل بهم من خلال اكساب العاملين مهارات القيادة الريادية. وضرورة نشر ثقافة تنظيمية تعزز من سلوكيات الاستجابة السريعة لمتغيرات البيئة. بالإضافة الى وجود اهتمام من قبل إدارة شركة التامين بتطوير البنية التحتية البشرية والتقنية القادرة على التكيف مع التغيرات البيئية، ويتحقق هذا من خلال توفر خطط عمل واستراتيجيات تؤدي الى البحث عن فرص وامتلاك الميزة التنافسية.

وقد توصلت دراستنا للنتائج التالية:

- ✓ وجود تطبيق للريادة الاستراتيجية بشركة التامين، تجلت في أبعاد القيادة الريادية، العقلية الريادية، الثقافة الريادية، الإدارة الاستراتيجية للموارد؛
- ✓ هناك علاقة ايجابية قوية بين الريادة الاستراتيجية والميزة التنافسية المستدامة بشركة التامين بقيمة (0.801) وهذا ما عكسته معاملات الارتباط التي أنت مرتفعة؛
- ✓ وجود أثر معنوي للريادة الاستراتيجية بأبعاده على الميزة التنافسية التنافسية بشركة التامين بقيمة (0.000).

وبذلك نوصي ونقترح:

- التأكيد على اهمية التوجه الاستراتيجي للقادة الرياديين في المنظمات كونهم لهم الحق في صياغة ونجاح ستراتيجية المنظمة واعطاء المرونة الملائمة على وفق طبيعة العمل وبما يساهم في تطوير وتحقيق اداء متميز؛
- استعمال اساليب وبرامج علمية لمعرفة كيفية استغلال الموارد (بما تمثله من فرص)، واين تكمن مواطن الضعف (التهديدات) ومحاولة التقليل من اثارها؛
- العمل على تعزيز ودعم أنشطة البحث والتطوير من اجل تخفيض تكاليف المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة؛

- ان نجاح الريادية الإستراتيجية في بناء قدرة تنافسية جديدة لمؤسسات يتوقف على مدى نجاح الريادي الاستراتيجي في بناء الرؤيا ذات الأبعاد الإستراتيجية وتحقيق التميز والتفرد يصعب تقليده.

6. قائمة المراجع:

1. المرسي ادريس ثابت. (2002). الإدارة الاستراتيجية (مفاهيم و نماذج تطبيقية). الدار الجامعية. القاهرة. المجالات العلمية:
2. الشمري صادق. (بلا تاريخ). دور ابعاد الريادة الاستراتيجية في تحسين اداء المصرفي المتميز، دراسة تحليلية في عينة مختارة من المصارف العراقية الخاصة. مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 21، العدد 73.
3. الطائي بسام منيب علي، والسبعوي، إسراء وعد الله قاسم. (2012). دور مرتكزات التصنيع الرشيق في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة (دراسة تحليلية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى). الملتقى الدولي حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات الترهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، نينوي.
4. ثامر البكري، خالد بني حمدان. (2013). الإطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة (محاكاة لشركة Hp في اعتمادها لإستراتيجية الاستدامة). الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 9، 7.
5. سالم بن سعيد آل ناصر القحطاني. (دون سنة نشر). الريادة الإستراتيجية كمدخل لتطوير المنظمات الحكومية. المؤتمر الثاني لمعهد الإدارة العامة والتنمية الإدارية في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية. دول الخليج العربية.
6. شبات المصري، نضال حمدان. (2020). دور ابعاد الريادة الاستراتيجية في تعزيز الذاكرة التنظيمية، دراسة ميدانية على شركة اوريدو فلسطين للاتصالات. مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات الاقتصادية والادارية، المجلد 28، العدد 2، 54-23.
- الرسائل العلمية:
7. الوليد هلاي. (2009). الأسس العامة لبناء المزايا التنافسية ودورها في خلق القيمة. اطروحة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
8. بوشناف عمار. (2002). الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية، مصادرها، تنميتها، تطويرها. الجزائر، الماجستير. الجزائر.
1. Chang, H.-J. a.-B. (2013). A Case Study on The Model of Strategic Entrepreneurship". The International Journal of Organizational Innovation 5(4).
2. Foss Nicolai J, L. J. (2011). The Emerging Strategic Entrepreneurship Field: Origins, Key Tenets, and Research Gaps", Daniel Hjorth, ed., Edward Elgar. Handbook of Organizational Entrepreneurship.
3. Gelard P. and and ghazi, E. (2014). Strategic Entrepreneurship Element from Theory to Practice. International Journal of Business and Technopremiership, Volume 4, No. 2, p.p 205-216.
4. Hitt, M. A. (2011). Strategic Entrepreneurship: Creating Value for Individuals, Organizations, and Society". The Academy of Management Perspectives.
5. Ireland, R. D. (2003). model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. Journal of Management, 29(6), 963–989.
6. Johnson, G. a. (2002). Exploring Corporate Strategy" ,,,p. Pearson Education Limited, U.S.A: 6Th Edition, U.S.A.
7. Kumar, S. (2007). The leadership in management . ndia: (A.P.H) Corporation.
8. Macmillan, H. &. (2000,). Strategic Management. By Oxford Unversity Press Inc.; By Oxford Unversity Press Inc.

أهمية استراتيجيات ريادة الأعمال في المنظمات ومتطلباتها في ظل التحديات المعاصرة

The importance of entrepreneurship strategies in organizations and their requirements in light of contemporary challenges

ليليا سلام¹، أحميمة خالد²

¹ جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي (الجزائر)

² جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي (الجزائر)

ملخص: يشهد العالم اليوم تطورات متلاحقة في عالم الاستثمار هذا ما ينعكس جليا على التوجه نحو ريادة الأعمال في شتى المجالات وتلعب الريادة دورا مهما في منظمات الأعمال كإنشاء مشروعات جديدة داخل المنظمة أو استقلال الوحدات داخل المنظمات وإعادة التفكير في توجهات المؤسسة والفرص المتاحة لها عن طريق تجديد الاستراتيجيات المتبعة في العمل من أجل تحقيق النمو والتطوير، لهذا صممت هذه الورقة البحثية لتلقي الضوء على هذه التطورات من خلال تقديم تعريف واضح لمعنى ريادة الأعمال وريادة الأعمال للمنظمات وكذلك رواد الأعمال وصفاتهم المميزة ويوضح هذا البحث الأهمية البالغة لريادة الأعمال في منظمات الأعمال وكذا متطلباتها، وأهم استراتيجياتها والصعوبات التي تواجه رواد الأعمال.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ الرواد؛ المنظمات؛ الاستراتيجيات.

Abstract: Today, the world is witnessing successive developments in the world of investment, which is clearly reflected in the trend towards entrepreneurship in various fields, and it plays an important role in business organizations such as establishing new projects within the organization or the independence of units within organizations and rethinking the company's directions and opportunities available to it by renewing the strategies used. To work for growth and development. That is why this research paper was designed to shed light on these developments by providing a clear definition of the meaning of entrepreneurship and entrepreneurship for organizations as well as entrepreneurs and their distinctive characteristics.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurs; Organizations; Strategies.

نظرا لأهمية الدور الذي تؤديه الريادة في مجال الاقتصاد في العالم، ومع تزايد الضغوط والتحديات الكبيرة التي تواجهها المنظمات في الوقت الحاضر ظهرت حاجة المنظمات إلى تبني الفكر الريادي لما له من دور كبير في تحويل المنظمات من حالة الضعف والانحدار إلى منظمات قوية رائدة في مجال عملها ومن جهة أخرى فإن الريادة صارت أولوية أساسية بالنسبة لمنظمات الأعمال وهذا باعتماد استراتيجيات الريادة التي تعمل على تقديم كل ما هو جديد من سلع وخدمات باعتماد طرق الابتكار والإبداع واستخدام التكنولوجيات الحديثة وهذا ما دفعنا لطرح التساؤل التالي:

ماهي أهمية ريادة الأعمال للمنظمات وفيما تتمثل الاستراتيجيات الريادية والتحديات التي تواجهها؟

ويمكن تأطير إشكالية الدراسة بالتساؤلات الآتية:

- فيما تتمثل أهمية ريادة الأعمال وماهي متطلباتها؟

- ماهي الخصائص المميزة لرواد الأعمال؟

- فيما تتمثل أهم استراتيجيات ريادة الأعمال وماهي الصعوبات التي تواجهها؟

- كيف يتم تحقيق التكامل الريادي في منظمات الأعمال؟

1.1. أهمية البحث: تتجلى أهمية البحث من أهمية ريادة الأعمال بالنسبة للمنظمات كما تتجلى أهميته في كونه محاولة لتقديم الأطر النظرية والمعرفية للريادة وأهم استراتيجياتها وتحدياتها وهذا ما يزيد وضوحها مفاهيميا.

2.1. الهدف من البحث: يسعى البحث إلى توضيح مفهوم ريادة الأعمال للمنظمات وللكشف عن خصائص الرواد وأهم الاستراتيجيات الريادية والتحديات ومتطلبات الريادة.

3.1. الخطوط العريضة لهذا البحث: أولا سنقوم بتفصيل مفهوم ريادة الأعمال والرواد ثم إبراز أهمية الريادة ومتطلباتها واستراتيجياتها والتحديات التي تواجهها، ومتطلبات التكامل الريادي، بعد ذلك سيتم عرض النتائج المتوصل إليها على ضوء الأدبيات البحثية وتقديم توصيات واقتراح سبل للبحث في المستقبل.

أولاً: مفهوم ريادة الأعمال وخصائص الرواد

1.2. التطور التاريخي لمفهوم ريادة الأعمال:

يعد مفهوم الريادة مفهوما قديما استعمل لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، مصطلح الريادة اشتق من الأدب الفرنسي في القرن الثامن عشر ثم راج استعمال مصطلح الريادة في الأدب الإنكليزي، وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب، ودخل مفهوم الريادة إلى النشاطات الاقتصادية في مطلع القرن الثامن عشر من قبل Richard Cantillon الذي وصف التاجر الذي يشتري سلعا بسعر محدد ليبيعهها في المستقبل بسعر لا يعرفه مسبقا بأنه ريادي.

وفي القرن التاسع عشر تم الفصل بين الريادي ومالك رأس المال، فالمخترعين الذين لم يملكو المال لتمويل اختراعهم ويحصلون عليه من مصادر أخرى أي قاموا فقط بابتكار فكرة جديدة هم ريادةيون وليسوا أصحاب الأموال، والترجمة العربية لمصطلح Entrepreneur تغيرت ثلاث مرات خلال العقود الأخيرة، حيث اطلق عليه اسم "منظم" لكون علماء الاقتصاد الأوائل ركزوا على مهارة الريادي في التنظيم وفي إقامة المنظمة، ثم مصطلح "مقاوم" لأن فئة المقاومين هي التي كانت بارزة في ذلك الوقت، وفي التسعينات ظهر مصطلح "الريادة" حيث أدرك العلماء أن المصطلحات الريادية غير محصورة بالمقاومين، بل أن الكثير من الشباب والشابات الذين أقاموا منظمات لتقديم خدمات الحاسوب أو تجارة الهواتف وخدمات الانترنت أو متاجر الملابس والأغذية وغيرها، أقاموا منظمات صغيرة ثم حولوها في مدة قصيرة إلى منظمات كبيرة وأحيانا عملاقة، لذلك أصبحت الترجمة باللغة العربية هي "الريادة". (أحمد، 2016، صفحة 6)

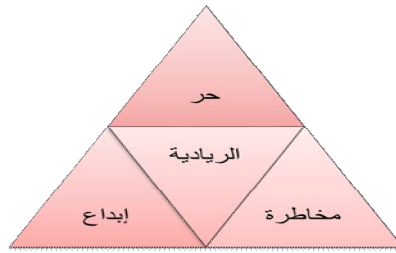
2.2. تعريف ريادة الأعمال: كلمة Entrepreneurship هي في الأصل كلمة فرنسية تعني الشخص الذي يباشر أو يشرع في إنشاء عمل تجاري، وكان الاقتصادي ورجل الأعمال الفرنسي Say هو أول من استخدم المصطلح في عام 1800، وقد وردت تعريفات عدة لهذا المصطلح منها:

- تعريف Burch 1986: عرف مصطلح ريادة الأعمال على أنه مجموعة الأنشطة تقوم على الاهتمام وتوفير الفرص، وتلبية الحاجات والرغبات من خلال الإبداع وإنشاء المنشآت.

- تعريف Dolling 1995: قد عرف ريادة الأعمال على أنها عملية إيجاد منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح والنمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد.

- تعريف schumpeter: عرف شومبيتر ريادة الأعمال هي عملية الابتكار وخلق أشياء جديدة بطرق جديدة. (aldjia, souad aknine, & soudi roza, N 01 vol 09, p. 90)

يمكن تعريف ريادة الأعمال على أنها عملية انشاء شئ ذي قيمة وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع وتحمل المخاطرة المصاحبة واستقبال الكفاءة الناتجة، إذن هي عملية ديناميكية لتأمين الثروة. (الشميري ووفاء بنت ناصر، 2019، صفحة 25)، نستخلص من التعريفات السابقة أن ريادة الأعمال هي عملية إنشاء مشاريع وأعمال جديدة من أجل تحقيق قيمة مضافة في عدة مجالات من أجل تحقيق الربح والنمو ويتم ذلك تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد، تشير التعريفات السابقة إلى أن ريادة الأعمال تتضمن ثلاث أبعاد رئيسية كما تظهر في الشكل التالي:



- أن يكون العمل حراً: ويقصد به أن يكون العمل مستقلاً للمالكه.

- أن يتضمن نوعاً من المخاطرة: المخاطرة المدروسة والمخططة مسبقاً لاحتمال تابعاتها.

- أن يكون إبداعياً: الجانب الإبداعي هو ما يميز المشروع الريادي عن غيره، ويشمل الإبداع الاختراعات الجديدة، أسلوب البيع أو نموذج الأعمال، أو التسويق المبتكر أو إضافات على المنتج وغيرها من الأسباب التي تميز المشروع بطريقة إبداعية. (J.Baumol, 1993, p. 199)

3.2. ريادة الأعمال للمنظمات: تختلف ريادة الأعمال للمنظمات عن ريادة الأعمال، إذا أنها تتكون من أنشطة وأعمال تتعلق بالأفراد والتنفيذ والرقابة للأنشطة المختلفة، إذ عرف كل من "Wheelen et Huger" المنظمة الريادية تعني ولادة عمل جديد داخل المنظمات الموجودة أي أنه إبداع داخلي، وتحويل المنظمات من خلال إعادة التجديد للأفكار الأساسية أما "Carpenter et sander" فيعتبر أن المنظمة الريادية هي تلك المنظمة التي تميز الفرص وتستخدم الموارد ولها القدرة على تنفيذ الأفكار الإبداعية للمجازفات الجديدة. (جمعة، محمد إبراهيم تايه، وعامر رشيد عنيد، صفحة 6)

4.2. خصائص المنظمات الريادية: هناك خمس خصائص للمنظمات الريادية وهذه الخصائص يمكن أن تعمل على تحسين الأداء الريادي للمنظمات ويمكن توضيحها كالآتي:

- الاستقلالية Autonomy: في مجال ريادة الأعمال غالباً ما تستخدم وحدات العمل المستقلة لرفع نقاط القوة الموجودة، وفي مجال الريادة غالباً ما تستخدم وحدات العمل المستقلة لرفع نقاط القوة الموجودة، وفي مجال الريادة غالباً ما تستخدم

وحدات العمل المستقلة لرفع نقاط القوة الموجودة في المجالات الجديدة وعرفة الفرص التي تقع وراء القدرات الحالية للمنظمة وتشجيع وتطور المشاريع الجديدة أو تحسين إجراءات العمل.

- الإبداعية **Innovativeness**: إن الإبداعية هي جهود المنظمة لإيجاد الفرص الجديدة والحلول المبتكرة وتعني موقف المنظمة تجاه عملية الإبداع ومدى تفضيلها للابتكار في إنتاج منتج جديد أو خدمة جديدة وتحسين العمليات التكنولوجية.

- الاستباقية **Proactiveness**: الاستباقية هي جهود المنظمة للاستيلاء على الفرص الجديدة بالمنظمات التي تتميز بالاستباقية تحاول معرفة المتطلبات المستقبلية للزبائن الحاليين والتي يمكن أن تقود لفرص عمل جديدة.

- المغامرة التنافسية **Competitive Agressiveness**: المغامرة التنافسية عبارة عن مجموعة جهود المنظمات التي تعمل بشكل أفضل من منافسها، وغالبا ما تغامر ضد المنافسين فتنقل الأسعار، وتضحي بالأرباح من أجل الحصول على الحصة السوقية فإن المغامرة التنافسية قد تجعل المنظمة مجازفة جدا في رفع نتائج النشاطات الريادية الأخرى مثل الإبداعية والاستباقية.

- المخاطرة **Risk**: المخاطرة تأتي من حالات الغموض وعدم التأكد والكيفية التي تضمن نجاح الأعمال، وتعني أيضا العمل بجرأة دون معرفة النتائج، ولتكون المنظمات ناجحة رياديا وللحصول على عائدات مالية عالية فإن المنظمات تخاطر أحيانا باقتراض مبالغ كبيرة والالتزام بكميات كبيرة من موارد المنظمة وتقديم منتجات جديدة إلى أسواق جديدة والاستثمار في التكنولوجيا الحديثة. (جمعة، محمد إبراهيم تايه، وعامر رشيد عنيد، صفحة 6)

5.2. مفهوم الرواد **Entrepreneurs**: عرف الريادي بأنه ذلك الشخص الذي يستطيع تمييز الفرص واغتنامها بينما الآخرين لا يستطيعون ذلك، في حين عرف الريادي كذلك أنه الشخص الذي يتمتع بالطاقة والحيوية وروح المجازفة والاستقلالية والاستعداد للقيام بمهام وتحديات ممارسة المخاطرة والاستباقية إلى إنشاء مشاريع جديدة والتطوير. (أحمد، 2016، صفحة 6)

رائد الأعمال هو المبادر في تبني الأفكار الجديدة، وهو من يسعى من يسعى إلى اكتشاف الفرص وتعظيمها، ومن يمتلك روح المخاطرة والرؤية الواضحة والقدرة على التخطيط والتعامل مع الظروف الغامضة، من أجل إضافة قيمة أو تطوير منتجات لتحقيق الربح والنمو. (فؤاد، ملحم، يحيى، الكعاليك، ووجدان، 2009، صفحة 497)، رائد الأعمال هو الفرد الذي يقوم بالتجديد والتغيير في الأسواق من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة والمساهمة في فتح أسواق ومنظمات جديدة، ومنه نستخلص أن رائد الأعمال هو ذلك الشخص الذي لديه القدرة على إدراك الفرص الواعدة في مجال عمله، ويبادر في استثمارها من خلال التفاعل بين خصائصه ومهاراته الشخصية. (اللوزي وخلود، 2016، صفحة 26)

6.2. خصائص رواد الأعمال: يحتاج رائد الأعمال إلى مجموعة من الخصائص الريادية التي تميزه عن غيره في مجال عمله ويقصد بالخصائص الريادية القدرات والسمات المميزة التي يتسم بها سلوك رواد الأعمال تساعد في إدارة عملهم بنجاح ومن أهم هذه الخصائص ما يلي:

- تحمل المخاطرة: يجب أن يتمتع رائد الأعمال الناجح بالشجاعة وتحمل المخاطرة المحسوبة وانتهاز الفرص والاعتماد على الحظ والمصادفة.

- المبادرة: تعتبر المبادرة من أهم ما يميز رواد الأعمال وتعني المبادرة أن يقوم رائد الأعمال من تلقاء نفسه بتوسيع العمل ليغطي منتجات جديدة.

- الابتكار: يعرف الابتكار بأنه حلول إبداعية غير مألوفة لحل المشكلات، وتلبية الحاجات التي تأخذ صيغا من التقنيات الحديثة فالابتكار يسمح للمنظمات بالتكيف مع المنظمات بسرعة، ويساعدها على اكتشاف المنتجات والأسواق الجديدة.

- الحاجة إلى الإنجاز: تعد الحاجة إلى الإنجاز دافعا لتقديم الأفضل والمتميز في المواقف التنافسية، وهي سمة أساسية من سمات الريادي الناجح الذي يتحمل مسؤولية تحديد الهدف وبلوغه.

- الرغبة في الاستقلالية: تعتبر الاستقلالية وممارسة العمل بدرجة عالية من الحرية سمة مهمة لدر الرياديين وتتجسد في سعي الريادي إلى امتلاك زمام المبادرة في العمل وتنفيذ المهام بما يتفق مع رؤيته. (سليمات، محمد كريم، أيمن عبد العظيم، وصالح محمد، 2022، صفحة 9)

ثانياً: أهمية قيادة الأعمال للمنظمات ومتطلباتها

1.3. أهمية قيادة الأعمال: لقد زاد الاهتمام بمجال الريادة الأعمال في السنوات الأخيرة، ويعد من الموضوعات البالغة الأهمية، مع اشتداد المنافسة بين المنظمات ازدادت أهمية قيادة الأعمال لأنها الخيار الأمثل الذي تلجأ إليه المنظمة للتكيف مع متطلبات المنافسة والتغيير وسيلة فعالة لإيجاد أسواق جديدة وتشغيل عدد من الأيدي العاملة، والمجال لممارسة الإبداع والابتكار وزيادة الانتاجية والنمو الاقتصادي وتحقيق الرضا والدخل الشخصي. (أحمد، 2016، صفحة 9)، ومن الأسباب التي تجعل قيادة الأعمال في غاية الأهمية:

• تولد قيادة الأعمال الإبداع والتغيير، وخاصة التغيير التقني، وبالتالي تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي؛

• قيادة الأعمال وسيلة للموازنة بين العرض والطلب؛

• قيادة الأعمال هي العملية التي يتم من خلالها تحويل المعرفة الى المنتجات والخدمات الجديدة.

ريادة الأعمال هي الطريق نحو التميز في سوق العمل الذي يطلق الإبداعات والابتكارات المبدعة القادرة على تحقيق

الأحلام والرؤى الواعدة، إذ أن لريادة الأعمال أهمية كبيرة تتمثل فيما يلي:

- الاستقلالية: إن ملكية المشروع تتيح لرائد الأعمال الاستقلالية بمشروعه، والفرصة لتحقيق ما يصبو إليه، إذ لا شك أن رواد الأعمال يطمحون إلى تحقيق ما يحلمون به في هذه الحياة، وإن شعوره بالعمل لنفسه لا للآخرين يدفعه لتقدير مسؤولية هذه الاستقلالية.

- فرصة للتميز: يمكن من خلال ريادة الأعمال تحقيق أهداف متميزة مختلفة عن الآخرين، وابتكار أفكار ومشروعات ريادية مختلفة، ومن أمثلة ذلك إنشاء مشروع إعادة تدوير النفايات لحماية البيئة، أو إنشاء مشروع تحقيق دخل مضمون، أو تقديم حلول جديدة باستخدام التقنية بالتطبيقات الحديثة، وهذه الأمثلة تعكس مهارة رائد الأعمال في الجمع بين الأهداف الاجتماعية والرغبة في تحقيق أهدافه الاقتصادية.

- ريادة الأعمال فرصة لتحقيق أقصى الطموحات: كثير من الناس يجد أن عمله لا يحمل أي تحد وغير ممتع، ولكن رواد الأعمال لا يجدون ذلك، فبالنسبة إليهم فإن هناك فروقا بسيطة بين العمل والمتعة، إذ يجد رواد الأعمال في استثماراتهم فرصة للتعبير عن النفس وتحقيق الذات، فهم يعلمون أن حدود نجاحهم هي إبداعهم، وحماسهم، وحماسهم ورؤيتهم، إن امتلاك المشروع الخاص يمنح الشعور بالقوة والتمكن.

- فرصة لتحقيق الأرباح: على الرغم من أن الحصول على المشروع المستقل ليس هو الدافع الوحيد لمعظم رواد الأعمال، فإن الأرباح التي تمنحها مشروعاتهم من أهم الدوافع لإنشاء هذه المشروعات.

- فرصة للمساهمة في المجتمع: في الغالب يتمتع ملاك المشروعات الصغيرة المبتكرة بالثقة والاحترام المتبادل، تلك الثقة التي اكتسبها من العملاء الذين قاموا بخدمتهم بإخلاص وأمانة، ومساهماتهم بالحلول الابتكارية والريادية الجديدة وعلى مر الأيام يدرك ملاك المشروعات الصغيرة ما لمشروعاتهم من أهمية في الاستثمار المحلي وما لعملهم من أثر مهم في الاقتصاد الوطني.

- تنمية مهارات الإبداع والابتكار: ريادة الأعمال تتيح تنمية مهارات الابتكار والتفكير الإبداعي والتجديد الفعال.

- إيجاد فرص عمل أخرى: ريادة الأعمال لا تقدم للرائد وظيفة بل تجعله قادراً على إيجاد فرص عمل للآخرين بحيث يؤدون تلك الأعمال التي يستمتعون بها، وهذه مساهمة في تنمية رأس المال البشري وإتاحة الفرص الجديدة للأعمال.

ومن المنافع التي تعد سببا في أهمية ريادة الأعمال:

- فرصة التفرد: الريادي يبدأ بالأعمال لأنه يرى في ذلك الاستقلالية والفرصة لتحقيق التميز في الإنتاج أو الخدمة ويهدف الحصول على الميزة التنافسية ولضمان النمو السريع والتنوعية الجيدة.
- الفرصة لتحقيق أقصى الإمكانيات: العديد من الأفراد يرون في بداية أعمالهم أنها لا تكون فيها تحديات أو صعوبات ولكن الرياديين يرون عكس ذلك إذ يحتاج العمل إلى الجهد والمثابرة والتحدي (العمل بخطط مدروسة) فالعمل بالنسبة للريادي هو أداة تحقيق الذات والتعبير عنها وهو يدرك بان وجود حدود وحواجز النجاح هي الإبداع والرؤيا والحماس.
- فرصة لجني أرباح محترمة: رغم أن النقود هي ليست القوة الأساسية للريادي فان الأرباح يمكن أن تكون عنصرا محضرا في قراراتهم لتقديم مشاريع جديدة للسوق وأغلب الرياديين لم يصبحوا يوما أغنياء جدا ولكنهم قد يحققون ثروات لا بأس بها.
- تلعب الريادة دورا كبيرا في الاقتصاد الوطني كونها قادرة على أن تسهم وبشكل فعال في إعادة تقويم وهيكلية الإنتاج في العديد من الدول النامية فهي تعد الأساس الذي تقوم عليه التنمية الشاملة وعليه فلها العديد من الآثار والمنافع الاقتصادية التي يمكن توضيحها كالآتي:
- زيادة متوسطة في دخل الفرد: تعمل الريادة على زيادة متوسط الدخل الفردي إذ تكون الريادة في العديد من المواقع مصحوبة بنمو وزيادة المخرجات وهذه تسمح بتشكيل الثروة للأفراد عن طريق زيادة عدد المشاركين في التنمية.
- الزيادة في جانبي العرض والطلب: إن تأمين رأس مال جديد يوسع جانب النمو في العرض، كما أن الانتفاع من المخرجات والطاقت الجديدة في المشروع تؤدي إلى نمو في جانب الطلب إذ تعمل على زيادة كلا من العرض والطلب.
- التجديد والابتكار: يعتمد التطوير على الابتكار، ليس فقط بتطوير منتج معين أو خدمة جديدة للأسواق، ولكن أيضا الاهتمام بالاستثمار لتأمين مشاريع جديدة، ومن هنا فإن الريادة مصدر من مصادر التجديد.
- توجيه الأنشطة للمناطق التنموية المستهدفة: تستطيع الدولة أن تشجع الاتجاه نحو الريادة في أعمال معينة مثل: الأعمال التكنولوجية، أو مناطق معينة عن طريق تشجيع الرياديين لإقامة مشاريعهم في تلك المناطق أو التخصصات.
- التكامل مع المنظمات الكبيرة وترابط الأعمال التجارية: إن الرياديين هم الذين يعطون دم الحياة للاقتصاد الحديث وتبقى الحاجة ضرورية على مستوى الاقتصاد القومي لأن العمل الحديث ليس قائما بذاته فصاحب العمل يشتري ويبيع من وإلى المشروعات الأخرى وهذا يؤكد فرصة الريادي لان يقدم شيئا يحمل قيمة وبأسلوب فعال للمنظمات الكبيرة مما يخفف كلفة الإنتاج.
- العمل على تطوير الاقتصاد: إن المشروعات الريادية الصغيرة في الغالب هي الأصل في تطور الاقتصاد وهي النواة التي ترفد الاقتصاد القومي فيما بعد بالمشروعات الكبيرة العملاقة سواء بتطويرها أو رفدها بأفكار التي تقدمها، فمشروعات اليوم الصغيرة هي مشروعات الغد الكبيرة، أما المنافع الاجتماعية فتتمثل من خلال الآتي:
- الفرصة للمساهمة في عمل المجتمع: غالبا ما يكون الريادي من بين الناس المحترمين في المجتمع والأكثر ثقة، وإذ أن التعاملات التجارية تعتمد على الثقة المتبادلة فان الفرصة أمامه كبيرة لخدمة المجتمع من خلال المساهمة في تطوير الاقتصاد وزيادة النمو، كما أنهم يلعبون دورا أساسيا في نظام العمل المحلي، وتأثير أعمالهم على وظائف الاقتصاد المحلي. الفرصة لأن يفعل ما هو ممتع له، إن الرياديين وبسبب اختيارهم لأعمالهم يشعرون بالمتعة حيث أن أعمالهم هي جزء من أفكار ومشاعر طالما حلموا بتحقيقها، وهذا ينعكس على المجتمع الذي يعيش فيه الريادي.
- المجال الصحي: للريادة دور مهم في دعم الابتكارات والاكتشافات الصحية ووضع الحلول اللازمة للمعالجة.

- المجال الخدمي: تسهم المنظمات الريادية بإيجاد وتوفير الخدمات التي يحتاجها الفرد، وتوسيعها وتطويرها بما يتلاءم مع المتطلبات الضرورية للمجتمع.
- الرفاهية: الاهتمام برفاهية المجتمع من خلال توفير فرص العمل، وتحسين وتطوير المنتجات، ومواكبة التقدم التكنولوجي.
- فرصه لتحقيق الذات: إن امتلاك الريادي للعمل يعطيه الاستقلالية والفرصة لتحقيق كل ما هو مهم له من حيث الطموح والتطلع لصنع مستقبل ناجح ضمن ما خطط له من أهداف.
- وقد أظهرت دراسة الهيئة الوطنية للأعمال المستقلة بان 78% من الأمريكيان يعتقدون بان المنظمات الريادية تقدم تأثير ايجابي على توجه البلد العلمي والتكنولوجي، إن الابتكارات في المنظمات الريادية لها اثر كبير على المجتمع، فالمنتجات والخدمات الجديدة تجعل الحياة أسهل للأفراد وتحسن من إنتاجية العمل وتحسن في الصحة والرفاهية وتولد منافع اجتماعية عدة وهي كآلاتي:
- عدالة التنمية الاجتماعية وتوزيع الثروة: إن الرياديين وفي مشروعاتهم المختلفة سواء كانت صغيرة أم متوسطة (ومن خلال انتشارها جغرافيا وعلى نطاق واسع) قادرون على تهيئة تنمية إقليمية شاملة ومتوازنة من خلال استغلال الموارد والإمكانيات المحلية المتاحة وهذا بدوره سوف يوزع مكاسب التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المناطق المختلفة، مما يجعلها تسهم في تحقيق العدالة الاجتماعية بين تلك المناطق.
- امتصاص البطالة وتأمين فرص عمل جديدة: يلعب الرياديون في المنظمات الصغيرة والمتوسطة دورا مهما في الاقتصاد الحديث بسبب المرونة والإبداع التي تتمتع بها، إذ لهم دور رئيسي في إيجاد فرص العمل، وامتصاص البطالة إذ تكلفة العمل فيها اقل من تكلفة العمل في المنظمات الكبيرة وبالتالي تستوعب أعداد لا بأس بها من الأيدي العاملة.
- المساهمة في تشغيل المرأة: تلعب الريادة دورا كبيرا في الاهتمام بالمرأة العاملة من خلال دورها الفاعل في مجال إدخال العديد من الأعمال التي تتناسب مع قدرات المرأة مثل العمل على الحاسوب ومشاكل الخياطة وغيرها. (حسين، 2013، صفحة 398/399)
- 2.3. متطلبات ريادة الأعمال: بعض المتطلبات اللازمة لنجاح المنظمة الريادية:
- التزام القيادة العليا وتعهداتها: لا شك أن المنظمة في حاجة إلى تعهد جميع المستويات ولكن من دون تعهد الإدارة العليا للمنظمة والتزامها، فلن تستطيع عبور جسر التغيير الثقافي، وعندما تتعهد القيادة بإحداث هذا التغيير الثقافي يسهل نشر ثقافة ريادة الأعمال في جميع المستويات، ويمكن تعزيز هذا التوجه بعقد كثير من ورش العمل واللقاءات الجماعية التي تشرح، وتناقش الموظفين بأهمية التوجه نحو المنظمة الريادية وفوائده.
- تحديد الأفكار والمجالات: في هذه الخطوة من المهم أن تحدد المنظمة الأفكار والمجالات التي ترغب في تحقيقها مع المخاطر المصاحبة لها وكذلك التكلفة المالية التي تتكلفها، وتحدد من خلال هذه الخطوة الزمنية، وحجم العمل، والربحية المتوقعة من التحول، ويساعد على ذلك التحول التدريب والإرشاد المكثف للنظام والنموذج المأمول.
- استخدام التقنية: استخدام التقنية يساعد على مرونة المنظمة، وقد استخدمت التقنية خلال العقديين الماضيين بنجاح في المنظمات الكبيرة والصغيرة على حد سواء، فلكي تستطيع المنشآت الصغيرة التنافس في السوق فإن التقنية ستكون أهم المجالات التي تقرها من إمكانيات المنشآت الكبيرة، وفي المقابل فإن التقنية تجعل الشركات الكبيرة أكثر مرونة ما يقربها من الشركات الصغيرة عند الحاجة.
- القرب من العميل: يتطلب التحول نحو المنظمة الريادية أن تقترب من العميل الذي تخدمه، وربما كان لقوائم المعلومات الموجودة، أو غيرها دور بارز في القرب من العملاء.

- الكفاءة والانتاجية: إن المنظمة الراغبة في أن تكون منظمة ريادية عليها أن تتعلم سريعا بكفاءة الأداء والانتاجية بأقل قدر من الموارد. إذا تتجه الشركات الناجحة إلى الاعتماد على الشركاء لمزيد من التحكم والسيطرة.
- بناء نظام دعم قوي: تحتاج المنظمة إلى بناء نظام دعم قوي للمنظمة الريادية، وتوافر هذا النظام المساند يعد مهما للمنظمة الريادية، إذ أ، الأنشطة الريادية لا تأتي بالعادة بأولويات الأنشطة، خاصة أن هذه الأنشطة الريادية لا تتعلق مباشرة بالمستويات الدنيان والعمليات التشغيلي، ما يتطلب دعما معنويا وماديا لترسيخ أنشطة ريادة الأعمال وبرامجها.
- توفير الحوافز: من المهم أن يكون هناك نظام للحوافز مرتبط مباشرة بالأداء لتلك الوحدات التي تتمكن من الريادة ما يعزز المنافسة بين الوحدات لمزيد من التوجه الريادي، علما أن التحول للريادية هو عمليات متداخلة يشترك فيها أكثر من وحدة، وتعتمد كل وحدة ربما على الأخرى لتنفيذ الأداء المرغوب.
- توفير نظام التقويم: تحتاج المنظمة إلى نظام تقويم لمراجعة الأداء، وبتيح للوحدات الريادية التمدد والتوسع، ولتلك التقليدية بالانحصار والتقليل.
- ولينجح أي مشروع ريادي ويتمكن رواد الأعمال من تحقيق افكارهم وخططهم يجب ان تتوفر فيهم بعض المتطلبات:
 - القدرة على إدارة الوقت: يجب ان يمتلك رواد الأعمال القدرة على إدارة وتنظيم الوقت والتحكم في من خلال تحديد الأولويات وكيفية ادارة الوقت المتاح في إنجاز المهمات المحددة والتي يجب ان يتم إنجازها ضمن مدة زمنية متفق عليها من العملاء او الزبائن.
 - القدرة على إدارة الموارد المالية: كيفية صرف الأموال أمر ضروري جدا لنجاح الأفكار الريادية يجب الانفاق بحذر وصولا للوقت الذي تبدأ فيه المشاريع بتغطية تكاليفها ثم جني الأرباح، لذا يجب أن يتمتع ريادي الأعمال بمهارة إدارة المال والحسابات والتوفير.
 - القدرة على إدارة الموارد البشرية: إدارة الموظفين والتعامل معهم وضبط المشاكل والمشاحنات التي قد تشب بينهم التي لا تساهم في نجاح المشروع الريادي واستثمار الطاقة والجهد في الإنجاز.
 - القدرة على ضبط النفس: ليتمكن ريادي الأعمال من إدارة مشروعه بشكل ناجح يجب ان يكون قادرا على ضبط نفسه وإدارة انفعالاته وخاصة تحت تأثير الضغوطات والتحديات.
 - القدرة على التواصل الاجتماعي: إن التواصل الجيد مع الموظفين والعملاء والزبائن يحدد مدى نجاحك فالأشخاص يتأثرون بطريقة تواصلك معهم وقد تغير قراراتهم الشرائية بناء على أسلوب تعاملك معهم.
 - اختار موظفين مبدعين: اختيار الموظف المبدع والأحسن في عمله والحريص على تطوير نفسه وقدراته ومهاراته من أهم أركان نجاح أي مشروع ريادي.
 - التدريب والتخطيط: تتطلب ريادة الأعمال العمل بشكل دائم على التعلم والتطوير والأحسن لذا يجب أن تتوفر مهارة التدريب والتعلم لدى ريادي الأعمال وكذلك العمل دون تخطيط مدروس بعناية ينتج عنه سوى بذل الكثير من الجهد وهدر الكثير من المال دون تحقيق النتائج المرجوة. لذا مهارة تخطيط وإدارة الأزمات ضرورية لنجاح أي مشروع ريادي.
 - امتلاك مهار التسويق والاقناع: امتلاك رائد الأعمال لمهارة التسويق والاقناع تتيح لك الدخول على اسواق ومشاريع جديدة توسع من خلالها عملك وتحقق أرباحا اكثر. (Hasabnis, 2020)

ثالثا: استراتيجيات ريادة الأعمال والتحديات التي تواجهها

1.4. تعريف استراتيجيات ريادة الأعمال: هي القيام بمجموعه من الأنشطة الفريدة لتلبية احتياجات الأعمال والمستهلكين من خلال اكتشاف الفرص واستغلالها بعقلية استباقية وتبني المخاطر المحسوبة وتبني المخاطر المحسوبة لتحقيق الأرباح وصولا للريادة التي تؤكد على الإبداع والإنتاجية والعمل وكذلك النمو الاقتصادي. استراتيجيات ريادة الأعمال هي الطريق لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، ومع هذه الميزة التنافسية تحصل المنظمة على عوائد مالية استثنائية نتيجة الأداء العالي وهذه الاستراتيجية لا تساهم في تحقيق الميزة التنافسية فقط، وإنما في المقدره على ضمان استدامة المنظمة والوصول الى مكانة مرموقة. (السكرانه، 2008، صفحة 88)

2.4. استراتيجيات ريادة الأعمال: هناك مجموعة من الاستراتيجيات التي لها دور كبير في تقديم المعونة لصاحب الفكرة الريادية حتى يحقق النجاح في أعماله وأفكاره، ومن الضروري أن لا يتم الاعتماد على طريقة العمل يوم بعد يوم واستخدام نفس الأساليب والألات، وأن يقوم بعملية التطوير والتحديث حتى يتم ملاحقة التغيرات التي تحدث في الوقت الحالي من تغيرات تكنولوجية وغيرها، فيتوجب عليه أن يقوم بتغيير مخطط سير العمل بما يلائم التغيرات والتطورات التي تحصل. ويجب أن يقوم ريادي الأعمال بتطوير مهاراته وخبراته من خلال دورات تدريبية وغيرها تساهم في نجاحه. ومن الاستراتيجيات التي تساهم في ضمان نجاح ريادة الأعمال:

- وضع خطة وتجهيزها: يتوجب على كل لرواد الأعمال أصحاب المشاريع مهما كان حجم المشروع لديه أن يقوم بإعداد الخطة أي أن يقوم بعملية التخطيط والتفكير بالمستقبل بشكل منطقي، سواء كان الريادي يقوم بإدارة مشروع كبير أو صغير أو متوسط الحجم، فيجب أن تتم مهمة التخطيط لفترات زمنية قصيرة المدى أو متوسطة المدى. ومن المفروض أن تجيب الخطة عن مجموعة من الأسئلة والإجابة عليها ومن هذه الأسئلة ما يلي:

▪ كيفية تحقيق الأهداف؟؛ ما هو مصدر التمويل؟؛ ما هي الطريقة المتبعة لتعيين العاملين وتدريبهم

- وضع الأهداف: يجب أن يتم تحديد الأهداف قبل أن تبدأ بالعمل، ويتوجب عليك أن تقوم بتحديد الأهداف الشاملة للعمل والأهداف لفترات زمنية قصيرة الأجل، وأن تكون ناجحا في العمل هو النمط الأساسي لتطبيق هدف وراء هدف. إن الأهداف مهام دقيقة ومحددة للغاية، يجب أن يكون للأعمال التجارية أهداف طويلة الأجل وأخرى قصيرة الأجل لإبقائها في الطريق السليم، حيث أن العمل التجاري الناجح والمتنامي يكون قائم على تحديد أهداف معقولة ويكون لديها قابلية للقياس. إن معرفة النجاح يكون مختلف من ريادي لآخر، إلا أن أفضل قياس للنجاح هو أن يكون الريادي مستمتع بما يقوم به من أعمال، هذا يعتبر هو النجاح الحقيقي.

- التدفق النقدي: يجب أن يكون لدى ريادي الأعمال علم إن المال هو الشيء الرئيسي في عالم الأعمال، فإنه من المستحيل أن تبدأ بفكرتك الريادية من غير أن تملك رأس المال، وليس لديك القدرة على أن تحقق التقدم دون أن يتحقق لك إيراد ويكون زيادة الإيرادات هو الهدف من البدء بالعمل الخاص. يجب على الريادي أن يملك العديد من المهارات والمعارف التي لها علاقة بالتدفق النقدي وإدارة الأموال فلا شيء يستطيع إنهاء المشاريع الصغيرة مثل عدم وجود المال لا يقوم بسداد الفواتير، والبطء في التسويق، إلى جانب ذلك فإنه عند وضع استراتيجية عمل، يجب أن يتم التركيز على المبيعات والإيرادات والتدفق النقدي، ومعرفة كمية الأموال التي يتم الحصول عليها بشكل يومي، كما يجب الاهتمام بصافي الربح وليس الربح الإجمالي. حيث إن هذا يمنح رؤية أكثر واقعية لكيفية تنفيذ العمل، وفي معظم الأوقات، يقوم أصحاب المشاريع الصغيرة بميزانية محدودة لا يعلم مقدار التدفقات النقدية. إذا لم تكن الإيرادات كافية للمحافظة على العمليات التجارية، من المهم أن يقوم بتمويل إضافي للعمل، والذي يكون إما عن طريق استثمارات إضافية أو من خلال القروض.

- تعلم مهارات القيادة: هناك بعض الصفات والعادات التي يجب تواجدها في الشخص، والتي من خلالها يتم وصفه بأنه قائد، كما أن هناك بعض الصفات والعادات التي يتم اطلاقها عللا بعض الأفراد القياديين والناجحين، وعلى الرياديين الذين يمتلكون هذه المهارات ويقومون بكسب العادات الصحيحة في العمل، كما يجب القيام بدعم العاملين لديك، وأن تحقق الثقة بينك وبينهم وبينك وبين العملاء، فمهمة القائد هي التفويض ثم القيان بالمتابعة، لذلك لا يكون لديك الرغبة بالسيطرة وأن تقوم بالحفاظ على تنظيم الأعمال وأن تقوم بإعطاء العاملين التدريب المناسب وتحديد المهام التي يجب أن يقوم بها فريقك بوضوح وأن تقوم بتحفيزهم والاستماع لهم ولقترحاتهم. (حمد سلمان وطارق كاظم الناصري، 2016، صفحة 195)

3.4. أبعاد الريادة الاستراتيجية: تتمثل أبعاد الريادة الاستراتيجية فيما يلي:

- الثقافة الريادية: تتمثل في نظام القيم المشتركة والاعتقادات التي تشكل هيكل تنظيمي داخل المصرف وتتضمن بذلك تحمل مخاطر العمل في بيئة عدم التأكد والتغيير والمنافسة.

- القيادة الريادية: المتمثلة بمدى قابلية الريادي للتوقع والتفكير استراتيجيا واستقطاب الموارد باختلاف أنواعها وتوجيهها بأفضل السبل واقلها كلفة نحو تحقيق الهدف بما يحقق المصالح المختلفة والريح المنشود.

- العقل الريادي: لمتمثل بكونه منظورا باتجاه النمو الهادف للإبداع والمرونة والتجديد حتى في ظروف عمد التأكد باستغلال الفرص وتوظيف قدراتهم الابداعية والمعرفية للوصول الى حلول مختلفة للحالات المعقدة. (العبادي وليث شناوة الجابري، 2022، صفحة 295)

4.4. دور استراتيجيات الريادة في تحقيق الميزة التنافسية: كما ذكرنا سابقا يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال:

- استخدام استراتيجيات الريادة التي تتمتع بقدرات إدارية وقيادية مدعومة برأس المال البشري؛
- عند تطبيق استراتيجيات الريادة يتم تحريك المنظمة وأداء وظائفها بفعالية؛ تنفيذ المهام بشكل علني مسؤول؛
- إتقان ادارة المرافق، بحيث تكون قادرة على توفير المرافق التشغيلية التنظيمية بفعالية وكفاءة؛
- القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة من خلال توقع تأثير القرارات على أداء المنظمة وأعضاءها؛
- تمكين المنظمة وموظفيها دائما من إجراء المراقبة المستمرة.
- تحديات ريادة الأعمال: من المهم التطرق إلى التحديات التي تعيق إنشاء منظمات الأعمال، وذلك للمساعدة في تقديم مقترحات لتحسين تمويل وتنمية العمل الريادي، وفيما يلي أهم الصعوبات التي تواجهها:
- عدم وجود هيئة مستقلة تعنى بشؤون منظمات الأعمال؛
- المعاناة من المشاكل التسويقية خاصة فيما يتعلق بمنافسة الاستثمار الأجنبي؛
- عدم وجود برامج لإرشاد الخريجين والباحثين عن العمل إلى المشاريع المجدية والمطلوب الاستثمار فيها؛
- صعوبة حصول المنظمات على التمويل المطلوب من قبل المؤسسات المالية؛
- نمو القطاع الغير رسمي والمتمثل في أنشطة كثيرة كالسوق الموازية والمداخل الطفيلية؛
- عدم وجود ارتباط وتكافل بين المؤسسات الكبيرة المؤسسات الصغيرة بسبب انعدام المعلومة؛
- نقص الخبرة الكافية للأشخاص الذين يفكرون في إنشاء منظمات ناشئة؛
- افتقار أصحاب المشاريع إلى التخطيط الاستراتيجي الذي يؤدي إلى فشل المشروع في القدرة على البقاء والاستمرار؛
- عدم توفر الكفاءة والخبرة الكافية لاتخاذ القرار تعتبر من المشاكل الأساسية المسببة لفشل المنظمات الناشئة؛
- سوء تسيير الرصيد النقدي بالإفراط في التخزين أو الإفراط في المصاريف الاستثمارية وسوء إدارة الائتمان وانعدام السيولة النقدية؛ التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة مثل سوء اختيار موقع البيع وإهمال المنافسين وإهمال التغيرات البيئية.

رابعاً: التكامل الريادي في منظمات الأعمال

يلعب الافراد دورا كبيرا في تطوير المنظمات، فالقادة يقومون بالتخطيط الاستراتيجي الذي يوجه المنظمة للنجاح. كما ان التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الريادية الصغيرة، عادة ما يكون معمولا به من قبل الشخص الريادي. ولقد وجدت الدراسات ان الريادية تكون متأثرة (بنمط الإدارة، ادراك القادة للفرص والتهديدات الموجودة في البيئة الكلية)، وهي مهمة للريادي في اتخاذ القرار الاستراتيجي والقادة يمثلون مجتمعا مختلفا عن مجتمع المدراء، إلا أنهم أكثر اتفقا مع مجتمع رواد الاعمال، ويرجع ذلك الى تداخل حياة كل منهم، فهناك نقاط مشتركة بين مجتمع القادة والرياديين فالاثنين يؤكدون على موضوع التعلم ذو الصلة بالعمل والقادة قادرين على تعزيز التعلم والارشاد الشخصي والتطوير الموجه للهدف والريادي يهتم بالتعلم من الصغر وللطلاب خاصة منذ الابتدائية لتنمية روح المبادرة والابداع فيهم عن طريق التعلم، ومن خلال تعريف الريادي "هو الشخص الذي يخلق ويبدع من أجل إقامة شيء ذي قيمة ملحوظة من خلال إدراكه لفرصة معينة، أما القائد فهو الشخص الذي يؤثر في السلوكيات، والأفكار، والمشاعر لا سيما بعدد كبير من تابعية ويعمل على تغييرها) أكدت الدراسات على وجود تشابه واختلاف بين المدير والقائد والريادي، إذ أن الريادي والقائد يبدعان، في حين أن المدير يتولى الإدارة والتدبير. وكذلك أن المدير والريادي يهتمان بما يحدث في الامد القصير. واما القائد فيفكر بما يحدث بالأمد البعيد، وكذلك يختلف من حيث الإدراك الريادي بالفرصة وتركيز المدير على اكتشاف المشكلات، والقائد بالنظر للمستقبل. الحصول على التكامل والتفاعل الريادي من منظمات الأعمال يتصف بالتعقيد ولإحداث التكامل داخل المنظمة يجب توفر ما يلي:

- أن يكون للإدارة العليا في المنظمة الاسهام في عملية الترويج للفعاليات الريادية داخلها؛
- يجب ابتكار أفكار رائد التي تساهم في مهمة التحسين للمنتج الذي تهدف منظمات الأعمال الى الوصول إليه؛
- يجب أن يكون هناك علاقة بين الأداء الريادي وأسلوب التكريم داخل المنظمة، ويقوم أسلوب التكريم على التحفيز لرواد الأعمال الإداريين بشكل متميز؛ يجب الاهتمام باختيار القائد الإداري المناسب لهذه الفعاليات. (النجار وعبد الستار العلي، 2019، صفحة 20)

6. خاتمة:

تعتبر ريادة الأعمال ركيزة أساسية في المنظمات لكي تحقق أرباح كبيرة بطريقة سريعة لأنها تقوم على الابتكار وتقديم أفكار إبداعية سباقة ومتميزة وهي بدورها تشكل عاملا للاستقرار والتنمية الاجتماعية والاقتصادية بما توفره من فرص عمل، إضافة إلى توجيه المدخرات صوب الفرص المربحة وتتمكن المنظمات الريادية من تحقيق النمو بالاعتماد على استراتيجيات عديدة منذ أن كانت فكرة، عن طريق التمويل المناسب والجيد لإنجاح المشروع، وظهور منظمات جديدة بأفكار ابداعية لأنها توفر الظروف اللازمة لدعم نمو الاقتصاد.

الاستنتاجات:

- ✓ رغم تعدد وتنوع اشكال ريادية الأعمال إلا أنها تهدف الى تدعيم القدرة الابتكارية لمنظمات الأعمال من خلال زيادة مبادراتها واستعدادها لتبني المخاطر، لتقديم منتجات وخدمات جديدة.
- ✓ لريادة الأعمال الأثر الإيجابي على المنظمات والاقتصاد والمجتمع فهو يساهم باستقرارها وزيادة نموها وربحيتها، ليس على المستوى المحلي فقط وإنما على المستوى الدولي ايضا.
- ✓ أصبحت ريادة الأعمال سمة هامة كاستراتيجية للنمو والميزة التنافسية، لأنها تستعمل استراتيجيات وإدارة ريادية ذات سلوك ريادي يتحدى البيروقراطية ويشجع على الإبداع.

التوصيات:

- لابد من التأكيد على أهمية التوجه الاستراتيجي للقادة الرياديين في المنظمات والقيادة التنفيذية كونهم لهم الحق في صياغة ونجاح استراتيجية المنظمة والابتعاد عن النظام الراسي المشدد والبيروقراطية في العمل واعطاء المرونة الملائمة على وفق طبيعة العمل وبما يسهم في تطوير وتحقيق أداء متميز؛
- استعمال أساليب كمية وبرامج علمية لمعرفة كيفية استغلال الموارد وأين تكمن مواطن الضعف (التهديدات) ومحاولة التقليل من أثارها؛
- توجد حاجة لقياس مستوى الاداء في منظماتنا الرئيسة لمعرفة مدى التميز والابداع والابتكار ومحاولة تغيير الواقع نحو الأفضل، والتقييم المستمر للقادة الرياديين في مجلس الادارة والقيادة التنفيذية وفق ابعاد التوجه الاستراتيجي سوف يخدم أهداف منظمة الأعمال واصحاب المصالح؛
- ينبغي نشر المعلومات الخاصة بكل منظمة لمعرفة مدى تقدمها والرجوع إليها وقت الحاجة؛
- بسبب التطورات المتسارعة والتقدم التكنولوجي على منظمات الأعمال المتابعة المستمرة للمنظمات الدولية والمحلية والتعرف على آخر التطورات للاستفادة منها؛
- إن سوق غير مشبع بالمنتجات المحلية لذلك على المنظمات كافة الحذر من الشركات الاجنبية التي أخذت الآن تشارك القطاع الخاص والعام بالسوقية وتقدم خدمات عالية الجودة وذات تكنولوجيا عالية وبكلفة أقل.

7. قائمة المراجع:

1. kara aldja ,souad aknine و ,souidi roza).N 01 vol 09 .Entrepreneuriat et developpement economique en algerie .finance and market review.
2. Satchit Hasabnis ، 2023/04/08 تاريخ الاسترداد .yourstory.com (2020 ،10 12).
3. Tjiptogoro Dinqrjo Soehari and Iffah Budiningsih .(2020) .competitive Advantage leadership in the ultra modern era .Digital Leadership.
4. William J.Baumol .(1993) .Formal entrepreneurship theory in economics: Existence and bounds .Journal of Business Venturing.
5. الشيخ فؤاد، ملحم ، يعى، الكعاليك، و وجدان. (2009). صاحبات الأعمال الرياديات في الأردن. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال.
6. اللوزي، وخلود. (2016). أثر الخصائص الريادية في تعزيز القدرات الاستراتيجية، دراسة ميدانية في قطاع الاتصالات الأردنية. رسالة دكتوراه جامعة العلوم الاسلامية العالمية، الأردن.
7. بلال خلف السكارنه. (2008). استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية على شركة الاتصالات في الأردن. مجلة العلوم الاقتصادية جامعة السراء الخاصة بغداد.
8. بن عبد الرحمان الشميري، ووفاء بنت ناصر. (2019). ريادة الأعمال. الرياض، المملكة العربية السعودية: شركة العبيكان للتعليم.
9. فاضل حمد سلمان، وطارق كاظم الناصري. (2016). ريادة أعمال المنظمات في إطار ممارسات القيادة الاستراتيجية بحث ميداني في وزارة النفط شركة المشاريع النفطية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية.
10. فايز النجار، وعبد الستار العلي. (2019). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. الطبعة الثالثة.
11. محمد سليمان، محمد كريم، أيمن عبد العظيم، وصالح محمد. (2022). مدى توفر بعض الخصائص الريادية لدى رواد الأعمال الصغيرة، دراسة ميدانية على ملاك المدارس الخاصة العاملة في مدينة البيضاء. المؤتمر الدولي: مخرجات التعليم العالي ومتطلبات سوق العمل الليبي (رهانات الحاضر وأفاق المستقبل).
12. محمود حسين جمعة، محمد إبراهيم تايه، وعامر رشيد عنيد. (بلا تاريخ). ريادة أعمال المنظمات. مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية.
13. مصطفى حسين أحمد. (2016). ريادة الأعمال. جامعة صلاح الدين، أربيل.
14. ميسون علي حسين. (2013). الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة لتجربة بعض الدول، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية.
15. هاشم فوزي العبادي، وليث شناوة الجابري. (2022). الاحتواء الاستراتيجي ودوره في تعزيز ريادة الأعمال الرقمية. Al-Ghari Journal of Faculty.

دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل اقتصاد المعرفة: التجربة التركية

Entrepreneurship Support for Tourism SMEs in the Knowledge Economy: Turkish Experiment

مراد مرمي¹، محمد بوقروة²

¹ جامعة فرحات عباس، سطيف 1 (الجزائر)

² جامعة فرحات عباس، سطيف 1 (الجزائر)

ملخص: يهدف هذا البحث إلى التعرف على مختلف الطرق والآليات التي يتم اتباعها من قبل حكومات الدول في مجال دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة. وقد تم التركيز على دراسة التجربة التركية في هذا المجال، حيث قمنا باتباع المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع البيانات والمعلومات المرتبطة بالموضوع، ثم القيام بترتيبها وتحليلها لتحقيق الهدف الرئيسي للدراسة. وقد أظهرت النتائج بأن الحكومة التركية تقوم بدعم وتشجيع ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية، وذلك من خلال وضعها لمجموعة متنوعة من البرامج والمخططات والقوانين. ولكن على الرغم من ذلك، لا تزال تشهد تأخرا في ذلك، مقارنة ببعض الدول الرائدة في هذا المجال، ولذلك من أهم ما أوصت به الدراسة: هو ضرورة أن تقوم الحكومة التركية ببذل المزيد من الجهود للارتقاء أكثر بريادة الأعمال، وبلوغ مستوى تلك الدول.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية؛ اقتصاد المعرفة؛ التجربة التركية.

Abstract: This research aims to identify the various methods and mechanisms followed by the countries' governments in the field of entrepreneurship support for tourism SMEs in light of the shift towards the knowledge economy, with focusing on studying the Turkish experiment in this field, as we used the analytical descriptive method, through collecting data and information related to the subject, and then arranging and analyzing them to achieve the main objective of the study. The results showed that the Turkish government supports and encourages entrepreneurship for tourism SMEs, by implementing various programs, plans, and laws. However, despite this, it is still lags behind some of the leading countries in this field. For that, one of the most important recommendations of the study is that; the Turkish government should make more efforts to further promote entrepreneurship in order to reach the level of those countries.

Keywords: Entrepreneurship; Tourism SMEs; Knowledge Economy; Turkish experiment.

تعتبر ريادة الأعمال أحد أهم المجالات التي تلقى اهتماما كبيرا في الآونة الأخيرة، وذلك بالنظر للتغير السريع في بيئة أعمال المؤسسات، وازدياد حدة المنافسة على المستويين المحلي والدولي، وبرز اقتصاد المعرفة القائم على استغلال الموارد والثروات المعرفية، والتي تؤدي دورا أكثر أهمية من الموارد الاقتصادية التقليدية. ولكي تتمكن المؤسسات من مواكبة والتكيف مع كل تلك التغيرات التي طرأت على العالم، فإنه يجب عليها إعادة صياغة استراتيجياتها الريادية ضمن مفاهيم ومبادئ اقتصاد المعرفة، خاصة وأن الدور الذي تقوم به ريادة الأعمال اليوم لم يعد محصورا في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول فحسب، وإنما تعدى إلى المساهمة في تحقيق التنمية الشخصية للأفراد، وزيادة القدرة الإبداعية والابتكارية لهم، مما نتج عن ذلك أن أصبح رواد الأعمال هم المصدر الرئيسي لتوليد الأفكار الجديدة، والتي عادة ما يتم تجسيدها في شكل مؤسسات صغيرة ومتوسطة، والتي يمكن لها أن تنمو وتتطور لتصبح مؤسسات كبيرة عالمية.

إن العمل على دعم وتشجيع ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك في كل المجالات والقطاعات الاقتصادية، ومن بينها القطاع السياحي، الذي يعد من بين القطاعات الهامة والبديلة للتنمية، يعتبر من بين الإجراءات والعمليات المهمة التي تقوم بها العديد من حكومات الدول، ومن بينها تركيا التي تعد من أبرز الوجهات السياحية في العالم. وقد جاءت هذه الدراسة تحديدا لمعرفة أهم ما تقدمه الحكومة التركية من برامج ومخططات، ومختلف آليات الدعم الأخرى للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية، خاصة في ظل توجهها نحو تبني اقتصاد المعرفة، وتأثير التغيرات والتحويلات التي تشهدها بيئة الأعمال المحلية والعالمية.

1.1. إشكالية البحث: انطلاقا مما تقدم، يمكننا صياغة إشكالية هذا البحث في السؤال الرئيسي الآتي: ما هي طرق وآليات دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في تركيا في ظل توجهها نحو اقتصاد المعرفة؟

2.1. فرضية البحث: بغية الإجابة على السؤال الرئيسي المطروح، فإننا نقوم بصياغة الفرضية الرئيسية الآتية:

- تشهد تركيا تقدما ملحوظا في مجال ريادة الأعمال، وتسعى لدعمها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية، خاصة في ظل توجهها نحو اقتصاد المعرفة.

3.1. أهمية البحث: يكتسي هذا البحث أهمية كبيرة، وذلك بالنظر إلى أهمية الموضوع الذي تناوله، والمتعلق بدعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي، في ظل التوجه الجديد للعديد من الدول نحو تبني مفاهيم ومبادئ اقتصاد المعرفة، مع محاولة دراسة التجربة التركية في هذا المجال، وذلك على اعتبار تركيا من بين الدول التي تشهد تقدما ملحوظا في العديد من المجالات الاقتصادية، ومنها مجال السياحة، وعلى افتراض كذلك أنها تدعم ريادة الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل توجهها نحو تبني اقتصاد المعرفة.

4.1. أهداف البحث: نسعى من خلال هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- توضيح المفاهيم المتعلقة بريادة الأعمال والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي وأهميتها الاقتصادية؛
- توضيح مفهوم اقتصاد المعرفة وأهم مرتكزاته، وإبراز أهمية دعم ريادة الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية وأهم الطرق والآليات المتبعة في ذلك؛
- استعراض التجربة التركية في مجال دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل توجهها نحو اقتصاد المعرفة.

5.1. منهج البحث: تم الاعتماد في إنجاز هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال العمل على جمع البيانات والمعلومات والإحصائيات المرتبطة بالموضوع، ثم القيام بترتيبها وتحليلها، بما يتناسب وأهداف الدراسة.

1.6. خطة البحث: بغية الإلمام بأهم الجوانب الرئيسية للدراسة، وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة، واختبار الفرضية الموضوعية، قمنا بتقسيم البحث إلى محورين؛ الأول تضمن أهم الجوانب النظرية المتعلقة بزيادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل اقتصاد المعرفة، والثاني استعرضنا من خلاله التجربة التركبية في مجال دعم زيادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل اقتصاد المعرفة.

2. زيادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل اقتصاد المعرفة

1.2. مفاهيم حول زيادة الأعمال والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية وأهميتها الاقتصادية

1.1.2. مفهوم زيادة الأعمال وأهميتها في الاقتصاديات المعاصرة: يشير مفهوم زيادة الأعمال (Entrepreneurship) إلى ما يقوم به رواد الأعمال (Entrepreneurs)، وكلمة "رائد الأعمال" أصلها فرنسي، حيث ظهرت لأول مرة في قاموس اللغة الفرنسية عام 1437، وتم إدراج ثلاثة تعريفات في القاموس، وكان أكثر المعاني شيوعاً يشير إلى "الشخص الذي يكون نشطاً ويحقق شيئاً ما"، ويعني الفعل "entreprendre" باللغة الفرنسية "الشروع في القيام بشيء ما"، وفي بداية القرن السابع عشر كان رائد الأعمال في فرنسا ينظر إليه على أنه "الشخص الذي يتحمل المخاطر"، ولكن لم يتم اعتبار كل الأشخاص الذين يتحملون المخاطر رواداً للأعمال. وخلال القرن الثامن عشر، كان ينظر إلى الشخص الذي كان يتعاقد لأداء مهمة كبيرة محددة، والتي غالباً ما تكون لصالح الدولة مقابل سعر ثابت، على أنه رائد أعمال، وإلى غاية القرن الثامن عشر، لم يكن هناك ما يقابل المفهوم الفرنسي لرائد الأعمال في اللغة الإنجليزية، غير أن قاموس اللغة الإنجليزية عام 1755 قدم التعريف الآتي: "الشخص المغامر؛ الذي يبحث عن فرص المخاطرة؛ وهو الذي يضع نفسه بيد الصدفة"، ومع مرور الوقت، أصبح مفهوم رائد الأعمال في اللغة الإنجليزية معرّفاً بشكل أوسع، ويتعلق بالحالات التي يشارك فيها شخص ما في مشاريع تنطوي على المخاطرة حيث يكون الريح غير مؤكد.

(Westhead and Wright, 2013, pp. 4-5)

والآن توجد العديد من التعاريف التي تم تقديمها لتوضيح مفهوم زيادة الأعمال؛ حيث يتم تعريفها بأنها: "الفعل المتعلق بالبداية في إنشاء مؤسسة جديدة وإدارتها" (Bosma et al., 2021, p.20)، وتعرف كذلك بأنها: "أي محاولة لإنشاء مؤسسة جديدة، أو التوسع في مؤسسة قائمة من طرف فرد أو مجموعة من الأفراد" (Reynolds et al., 1999, p. 3). وهناك من يرى بأن زيادة الأعمال تعتبر حقل حديث في علم الإدارة، بحيث تعتمد على تكامل الإدارة الريادية والإدارة الاستراتيجية لتقييم وتنفيذ زيادة الأعمال التي تعمل على إيجاد الثروة، كما أنها تهتم بمفهوم الإبداع وإيجاد منتجات جديدة وتحسين منتجات موجودة. (مصطفى، 2016، ص. 6). ومن خلال هذه التعاريف يظهر بأن زيادة الأعمال تشير إلى معنيين رئيسيين؛ أولهما يرتبط بإنشاء مؤسسات جديدة؛ كمحاولة لتجسيد أفكار تتولد لدى رواد الأعمال، وعادة ما تبدأ في شكل مؤسسات صغيرة ومتوسطة أو مؤسسات ناشئة، والتي قد تنمو وتتطور مع مرور الوقت لتصبح مؤسسات كبيرة الحجم. وثانيهما يرتبط بالتوسع في مؤسسات قائمة؛ ومحاولة تحسين عملها من خلال التركيز على الابتكار في إنتاج المنتجات وتقديم الخدمات، والذي يكسب المؤسسة المزايا التنافسية، ويمكنها من مواكبة التطورات الحاصلة في بيئة أعمالها والتكيف معها من أجل ضمان البقاء والاستمرار.

إن لزيادة الأعمال أهمية كبيرة ليس على مستوى المنظمة فحسب، وإنما على مستوى الاقتصاد والمجتمع ككل، ويمكن

إبراز ذلك من خلال النقاط الآتية: (علي حسين، 2013، ص. 392)

- يعد النشاط الريادي آلية للتغيير والتطوير والتجديد الاستراتيجي؛

- تعد الريادة أحد مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستعمال الأفضل للموارد المتاحة للوصول إلى إطلاق المنتج أو الخدمة الجديدة، وكذلك الوصول إلى تطوير طرائق وأساليب جديدة للعمليات؛
 - تكون مسؤولة عن تحفيز وتشجيع الإبداع داخل المنظمة، من خلال اختيار الفرص الجديدة وتنفيذها واستغلال واكتساب الموارد من أجل إنتاج سلع وخدمات جديدة؛
 - تتضمن مجموعة من المواقف والإجراءات المتنوعة، والتي تعزز قدرة المنظمة على تبني المخاطرة والتمسك بالفرص والإبداع؛
 - لريادة الأعمال أثر إيجابي على الاقتصاد والمجتمع ككل، من خلال مساهمتها في خلق الثروة وتوفير فرص العمل وزيادة مستويات الدخل والاستغلال الأمثل للموارد، والذي ينعكس على تحسين مستوى معيشة الأفراد وتحقيق رفاهية المجتمعات.
- 2.1.2. مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية وأهميتها الاقتصادية: تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها مؤسسات مستقلة، توظف مجموعة من العاملين يقل عن عدد محدد، بحيث يختلف هذا العدد من بلد إلى آخر، ولكن غالبا ما يتم تحديد 250 عامل كأقصى حد، كما هو الحال بالنسبة للاتحاد الأوروبي، في حين بعض الدول تضع أقصى حد لا يتجاوز 200 عامل، وفي الولايات المتحدة الأمريكية يصل العدد إلى حد أقل من 500 عامل، وبالنسبة للمؤسسات الصغيرة الحجم تحديدا؛ فهي تلك المؤسسات التي غالبا ما توظف أقل من 50 عامل، بينما يصل العدد إلى حد 10 عمال، أو في بعض الحالات 5 عمال فقط، بالنسبة للمؤسسات الصغيرة (OECD, 2000, p. 2). وتوجد معايير أخرى إلى جانب معيار عدد العمال، والتي يتم الاعتماد عليها في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أهمها؛ رقم الأعمال السنوي ومجموع الميزانية السنوي؛ ففي الاتحاد الأوروبي على سبيل المثال، يجب أن لا يتعدى رقم الأعمال السنوي 50 مليون أورو، وأن لا يتعدى مجموع الميزانية السنوي 43 مليون أورو. (European Commission, 2003, p. 39) Recommandation وهناك العديد من الدول التي تبنت نفس المعايير التي اعتمدها الاتحاد الأوروبي في تعريفه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومنها تركيا (أنظر الجدول 1).
- يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تتواجد في العديد من القطاعات الاقتصادية، ومنها القطاع السياحي، وعموما، يمكن القول بأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية؛ هي تلك المؤسسات التي تنطبق عليها معايير التعريف الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عموما، وذلك حسب حالة كل بلد، وتعمل في قطاع السياحة بشكل مباشر، كما هو الحال بالنسبة للفنادق ووكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الأخرى التي تختص في تقديم الخدمات السياحية تحديدا؛ كالنقل والاستقبال والإرشاد والإطعام والمبيت والنشاطات الثقافية والرياضية والترفيهية وغيرها. أو حتى تلك التي تعمل بشكل غير مباشر، ولها علاقة قريبة جدا بالقطاع؛ كالمطاعم والمقاهي، ومحلات بيع الملابس والعطور والهدايا، ومؤسسات النقل والمواصلات، وغيرها، وكما هو معروف، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها أهمية كبيرة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول، وذلك من خلال مساهمتها في الرفع من مستويات التشغيل وبالتالي التخفيض من معدلات البطالة، وكذا مساهمتها في الرفع من القيمة المضافة والنتائج الداخلي الخام، والمساهمة في الرفع من الصادرات، وتحقيق التوازن الجهوي وغيرها. وتكتسي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية الأهمية ذاتها في تنمية وتطوير القطاع السياحي، ومن ثم الاقتصاد ككل؛ فهذه المؤسسات تسيطر على وجهات السياحة التي توفر مجموعة واسعة من المنتجات للسياح مثل الإقامة والإطعام والنقل والخدمات الأخرى، وبالتالي تساهم بشكل كبير في توفير تجربة سياحية إيجابية ومتنوعة وأصيلة، وتحقق مجموعة متنوعة من الفوائد لوجهات السياحة من خلال توفير اتصال مباشر مع السياح وتشجيعهم على الإنفاق في المجتمع المحلي، مما يحفز التأثيرات المتعددة في مجال السياحة. (Dimoska, Tuntev and Nikolovski, 2015, p. 21)

2.2. دعم زيادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل اقتصاد المعرفة

1.2.2. مفهوم اقتصاد المعرفة وأهم مرتكزاته: مرت المجتمعات والاقتصاديات العالمية في تطورها بمراحل مختلفة، بدءاً بما يعرف بالمجتمع أو الاقتصاد الزراعي الذي كان يعتمد أساساً على زراعة الأرض، وجني المحاصيل الزراعية واعتبارها السلعة الأساسية في النشاط الاقتصادي للمجتمع، ثم تحولت إلى التركيز على الصناعة، أين أصبحت المنتجات المصنعة تشكل محور النشاط والتبادل الاقتصادي، وذلك بعد الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر، واستمر الوضع إلى غاية منتصف القرن العشرين، والتي كانت كبدية للثورة التكنولوجية، من خلال اكتشاف الحاسوب الآلي، وما أعقبه من تطورات تكنولوجية سريعة، تجسدت أساساً في ظهور الأنترنت ومختلف نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأخرى، والتي شكلت الأداة الأساسية لحدوث ظاهرة العولمة بكل أشكالها، وتوليد المعلومات والمعرفة وتبادلها، حيث أصبحت تشكل المادة الرئيسية في الاقتصاديات المعاصرة، ومن هنا ظهر ما يعرف باقتصاد المعرفة.

يعرف اقتصاد المعرفة بأنه "الاقتصاد الذي يعتمد على صناعة وتداول وتقييم المعرفة، حيث تقل فيه الأهمية المترتبة على تكاليف العمالة، كما لا يستخدم المفاهيم التقليدية للاقتصاد، مثل الندرة في الموارد". (مروان، 2017)، كما يعرف بأنه نمط اقتصادي متطور قائم على استخدام واسع النطاق للمعلوماتية وشبكات الأنترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصاديين مرتكزا بقوة على المعرفة والابداع والتطور التكنولوجي. (الأسرج، 2015، ص. 2)، ويعرف كذلك بأنه "نظام يعتمد فيه كل من الإنتاج والاستهلاك على رأس المال الفكري، والقدرة على الاستفادة من البحوث والاكتشافات العلمية، كما أن المكون الأهم للقيمة يتمثل في الأصول غير الملموسة، مثل قيمة عمال المعرفة والملكية الفكرية". (Hayes, 2021)

ويعتمد اقتصاد المعرفة على مجموعة من المرتكزات تتمثل أهمها فيما يلي: (الأسرج 2015، ص. 2)

- الابتكار؛ فهو نظام فعال من الروابط التجارية مع المؤسسات الأكاديمية وغيرها من المنظمات التي تستطيع مواكبة ثورة المعرفة المتنامية واستيعابها وتكييفها مع الاحتياجات المحلية؛
- التعليم؛ أساسي للإنتاجية والتنافسية الاقتصادية، فيتعين على الحكومات أن توفر اليد العاملة الماهرة والإبداعية أو رأس المال البشري القادر على إدماج التكنولوجيات الحديثة في العمل، وتنامي الحاجة إلى دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فضلا عن المهارات الإبداعية في المناهج التعليمية وبرامج التعلم مدى الحياة؛
- البنية التحتية المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ فهي تسهل نشر وتجهيز المعلومات والمعارف وتكييفها مع الاحتياجات المحلية؛
- حوافز تقوم على أسس اقتصادية قوية؛ بحيث تستطيع توفير كل الأطر القانونية والسياسية التي تهدف إلى زيادة الإنتاجية والنمو، وتشمل هذه السياسات التي تهدف إلى جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات متاحة بشكل أيسر، وتخفيض التعريفات الجمركية على منتجات تكنولوجية وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

2.2.2. أهمية دعم زيادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل التوجه نحو تبني اقتصاد المعرفة: تتجه معظم الدول في العالم اليوم نحو تبني اقتصاد المعرفة الذي يقوم على صناعة المعرفة والإبداع والابتكار ودعم زيادة الأعمال للمؤسسات، إذا يعتمد نجاح واستمرار المؤسسات، وخاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، على مدى اعتمادها على الإبداع والابتكار، ومواكبتها للتطورات التكنولوجية، ومحاولة استخدامها في أداء مختلف عملياتها وأنشطتها اليومية من أجل الرفع من كفاءتها وفعاليتها؛ أي أن ذلك يعتمد على مدى اندماجها القوي في اقتصاد المعرفة، ومسايرتها لكل التغيرات والتحديات التي تشهدها بيئة الأعمال في ظل هذا الاقتصاد الجديد.

إن العمل على دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سيمكنها من التحول والاندماج في اقتصاد المعرفة، ومن ثم تتوفر لها البيئة المناسبة للأعمال، بما تشتمل عليه من فرص استثمارية ومجالات أكبر لعمليات الإبداع والإبتكار. كما أنه يوفر اقتصادا عالميا مترابطا بسبب توفر مصادر المعرفة، والتي تعتبر من أهم الموارد التي تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي، ويتيح كذلك إمكانية التعلم (رأس المال البشري)، والذي يعتبر من أهم المصادر الإنتاجية التي تحقق أرباح وفوائد تعود على الأفراد والشركات والاقتصاد ككل. (عديل، 2019). وتكمن أهمية اقتصاد المعرفة من خلال مساهمته في الرفع من كفاءة وديناميكية عمل المؤسسات، وجعلها مؤسسات مبتكرة، وذلك من خلال: (Pettinger, 2017)

- تسهيل عملية الابتكار والإبداع في المنتجات؛ تسهيل عملية توزيع المعرفة، والاستفادة من الممارسات الجديدة في العمل؛
- إعطاء دور أكبر لرأس المال البشري، حيث أن المؤسسات تحتاج إلى جذب والحفاظ على أولئك العاملين الذين تكون لديهم القدرة على التكيف مع نموذج الاقتصاد الجديد؛
- توفير مصادر جديدة لتحقيق النمو الاقتصادي، ومستويات أعلى للإنتاجية.

ومن ناحية أخرى، فإن العمل على دعم وتشجيع ريادة الأعمال سوف يكون له أثرا إيجابيا على اقتصاد المعرفة، حيث أن تطوير معرفة جديدة يكون مصحوبا بدرجة عالية من المخاطرة، ولا يتم تحويل المعرفة الجديدة بالكامل إلى منتجات جديدة من قبل المؤسسات القائمة، وهذا يخلق فرصا للمؤسسات المنشأة حديثا لتطوير منتجات جديدة على أساس المعرفة الجديدة غير المستخدمة، وبالتالي فإن ريادة الأعمال هي إحدى الآليات في عملية إنتشار المعرفة. (فهيمى حسين، 2020، ص. 319)، وعليه يمكن القول أنه في ظل اقتصاد المعرفة، تزداد أهمية دعم ريادة الأعمال للمؤسسات، خاصة منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من أجل تمكينها من استغلال الفرص الريادية، والرفع من قدراتها الإبداعية والابتكارية، واستغلال التكنولوجيات الحديثة، وتوظيف العمالة الماهرة والمدربة. كما أن زيادة حجم الأنشطة الريادية يساهم في عملية انتشار المعرفة مما يدعم اقتصاد المعرفة.

3.2.2. طرق وآليات دعم ريادة الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل اقتصاد المعرفة: إن العمل على دعم وتشجيع ريادة الأعمال قد أصبح أمرا ضروريا في ظل اقتصاد المعرفة، وذلك بالنظر لدورها في خلق مزيد من فرص العمل وتعزيز روح الإبداع والابتكار وتحفيز النمو الاقتصادي، وتعتبر خطوة إنشاء أو توسيع مؤسسات صغيرة ومتوسطة في القطاع السياحي أحد المصادر المهمة لدعم القطاع وتوفير الوظائف، وتحسين الصورة السياحية للبلد في الخارج؛ مما يتطلب دعما وتشجيعا لهذه المؤسسات من قبل الحكومات والقطاع الخاص ومختلف الهيئات الأخرى، فالسياحة بما تشكله من أهمية كبيرة بالنسبة لكل دولة، وخاصة بالنسبة لتلك الدول التي تتوفر على المقومات السياحية التي تجعلها تعتمد عليها كأحد الركائز الأساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية، لا يمكن لها أن تحقق النجاح المطلوب دون وجود ريادة وتميز يضمن لها التفرد في محيطها الإقليمي والمنافسة دوليا، ويتحقق ذلك من خلال دعم وتشجيع الإبداع والابتكار في القطاع السياحي، والذي سيكون له أثر إيجابي على تنمية القطاع من خلال تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، وترشيد الإنتاجية، وتخفيض التكاليف، وإيجاد فرص عمل جديدة، والتوسع في الخدمات السياحية بما يلي احتياجات السائحين. (الشاوي، 2019)

توجد هناك العديد من الطرق والآليات الفعالة لدعم وتشجيع ريادة الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عموما، وتلك العاملة في القطاع السياحي على وجه الخصوص، وعادة ما تتجسد في كل ما تقدمه حكومات الدول والهيئات الأخرى المختصة من أشكال الدعم والمساندة لتنمية وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كالعامل على توفير التمويل اللازم،

وتقديم الدعم التقني والإداري، وتحسين البيئة التشريعية والتنظيمية وغيرها، وكذلك مختلف الاستراتيجيات والسياسات التي تتبعها من أجل دعم ريادة الأعمال والابتكار في هذه المؤسسات.

ويمكن الإشارة هنا إلى بعض الأمثلة في هذا الخصوص؛ فعلى سبيل المثال تضمنت سياسة الحكومة الهندية بأن أعلنت (2010-2020) كعشرية للابتكار (The Decade of Innovation)، من أجل دعم النظام البيئي للابتكار وتشجيع ريادة الأعمال التي يقودها الإبداع والابتكار، وقد تم التركيز على الجوانب المتعلقة بزيادة التمويل المخصص للبحث والتطوير (من أقل من 1% إلى 2% من الناتج المحلي الخام خلال الخمس سنوات المقبلة)، تقوية الروابط بين الأوساط الأكاديمية والشركاء التجاريين، ترقية التعليم والبحث العلمي، تقبل المخاطرة وتقاسمها مع القطاع الخاص، ترقية الشركات الاستراتيجية والتعاون الدولي، والمشاركة في مشاريع البحث على المستوى الدولي وغيرها. (Abhyankar, 2014, pp 14-15)، ومن بين الأمثلة المهمة في هذا الإطار، نجد كذلك مجموعة العشرين (G20)؛ والتي تعد واحدة من أكبر المجموعات الاقتصادية في العالم، حيث تضم 20 دولة في العالم، والتي تمثل حوالي 85% من إجمالي الناتج العالمي، وأزيد من 75% من حجم التجارة العالمية، وحوالي ثلثي سكان العالم، (G20, 2023, p. 2) وتعمل دول المجموعة (ومن بينها تركيا التي تعتبر عضو فيهما)، على دعم ريادة الأعمال من خلال تبنيها لمبادرات وبرامج وخطط واستراتيجيات تهدف إلى تعزيز الابتكار والتكنولوجيا، وتحسين بيئة الأعمال، وتشجيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والشركات الناشئة ورواد الأعمال. ومن بين المبادرات الرئيسية نجد مبادرة "ريادة الأعمال والابتكار"؛ التي تهدف إلى تحسين بيئة الأعمال، وتعزيز ريادة الأعمال، من خلال توفير الدعم والتمويل والتدريب والتوجيه للشركات الناشئة، وترتكز الأهداف الرئيسية للمبادرة على تعزيز التعاون الدولي، وتبادل الخبرات والمعرفة، وتطوير السياسات والأطر القانونية لتحسين بيئة الأعمال. وتشمل المبادرة العديد من المشاريع والبرامج الفرعية التي تستهدف الشركات الناشئة في كل المجالات. وإلى جانب ذلك تقدم مجموعة العشرين برامج ومشاريع أخرى؛ منها برنامج "تحسين بيئة الأعمال"؛ الذي يهدف إلى تحسين القوانين واللوائح والإجراءات المتعلقة بالأعمال، وتسهيل إنشاء المشاريع الصغيرة والمتوسطة. ومن بين الخطط التي تم اتخاذها هو العمل على تعزيز القدرات الريادية، وذلك عن طريق توفير الدعم التدريبي والتقني والإعلامي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة والشركات الناشئة ورواد الأعمال لتطوير مهاراتهم وتحسين أدائهم الريادي. وتعمل المجموعة كذلك على توفير الدعم المالي من خلال إنشاء صناديق لدعم ريادة الأعمال وتوفير القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحفيزها على التوسع والنمو، كما تشجع كذلك الابتكار والتكنولوجيا، بواسطة تطوير برامج دعم الابتكار والتكنولوجيا، وتشجيع الشركات على الاستثمار في هذا المجال، وذلك عن طريق توفير الدعم التقني والمالي اللازم لها. (مجلة رواد الأعمال، 2023، ص. 28)

توجد العديد من الأمثلة الأخرى حول تجارب الدول في دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتي لا يسعنا الإشارة إلي المزيد منها في هذا البحث، حيث أننا نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على التجربة التركية في هذا الخصوص، وتحديدًا في القطاع السياحي، وهو ما سنحاول التطرق إليه بالتفصيل من خلال العناصر الموالية.

3. التجربة التركية في مجال دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل اقتصاد المعرفة

1.3. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية التركية في ظل اقتصاد المعرفة

1.1.3. نظرة عامة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في تركيا: تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا، بأنها تلك المؤسسات التي توظف أقل من 250 عامل سنويًا، كما أن حجم مداخيل مبيعاتها الصافية السنوية، أو ميزانيتها المالية السنوية لا تتعدى 250 مليون ليرة تركية، وهذا حسب التعديلات الأخيرة ابتداء من شهر مارس 2022. ويمكن تقديم مزيد من التفصيل حول تعريف هذه المؤسسات، من خلال الجدول الآتي.

الجدول 1: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا (مارس 2022)

متوسطة	صغيرة	مصغرة	المعايير/ حجم المؤسسة
250 >	50 >	10 >	عدد العمال
250 ≥	50 ≥	5 ≥	رقم الأعمال السنوي (مليون ليرة تركية)
250 ≥	50 ≥	5 ≥	مجموع الميزانية المالية السنوي (مليون ليرة)

Source: SMEs Development Organization of Turkey (KOSGEB), Definitions and Regulations (2023),

<https://en.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/5667/definitions-and-regulations>. (Accessed on: 04/04/2023).

تشير آخر الإحصائيات المقدمة خلال السنة الجارية، إلى أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا قد بلغ 3.645.469 مؤسسة، إذ تشكل نسبة 99.83% من مجموع كل المؤسسات الناشطة في البلد، حيث تمثل المؤسسات المصغرة نسبة 93.8%، وتمثل المؤسسات الصغيرة ما نسبته 5.3%، أما المؤسسات المتوسطة الحجم فتمثل النسبة المتبقية 0.9% فقط. (KOSGE, 2023)، ومن خلال هذه الأرقام يتضح بأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تشكل الغالبية القصوى في النسيج المؤسساتي لتركيا، كما أن أغلب هذه المؤسسات يتمثل في المؤسسات المصغرة التي توظف أقل من 10 عاملين، وبالنظر إلى كثرة عدد هذه المؤسسات، فلاشك أن مساهمتها في الاقتصاد التركي سوف تكون كبيرة وهامة، وهو ما تؤكدُه فعلا آخر الإحصائيات المتوفرة؛ فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تساهم بنسبة 72.7% من إجمالي التشغيل، وبنسبة 50.6% من إجمالي القيمة المضافة، وبنسبة 61.7% من المبيعات الإجمالية، كما تساهم بنسبة 58.3% من مجموع الاستثمارات، وبنسبة 55.1% من إجمالي الصادرات للبلد. (KOSGE, 2023)

تنشط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التركية في معظم القطاعات والأنشطة الاقتصادية، ولكن بمعدلات متفاوتة من قطاع إلى آخر، ويمكن توضيح نسب توزيعها حسب القطاعات المختلفة من خلال الجدول الآتي.

الجدول 2: توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التركية حسب القطاعات (سنة 2019)

النسبة في القطاع (%)	العدد	القطاعات
36.3	1,169,331	تجارة الجملة والتجزئة وصيانة المحركات
14.4	463,479	النقل والتخزين
12.4	400,966	التصنيع
9.5	304,976	أنشطة خدمات الإطعام والإقامة
7.0	225,473	الأنشطة المهنية، العلمية، والتقنية
7.0	224,401	البناء
5.4	172,912	أنشطة الخدمات الأخرى
1.8	56,861	الأنشطة الإدارية وخدمات الدعم
1.6	50,500	أنشطة العقارات
1.4	46,241	أنشطة الخدمات الصحية والاجتماعية
1.2	40,038	المعلومات والاتصالات
0.9	28,627	الثقافة، الفنون، الترفيه، الاستجمام والرياضة
0.8	24,998	التدريب
0.2	5,265	إنتاج وتوزيع الكهرباء، الغاز، البخار، والتكييف الهوائي
0.2	5,003	المناجم والمحاجر
0.1	4,420	التزود بالمياه، إدارة ومعالجة مياه الصرف الصحي
100	3,223,491	المجموع

Source: The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB), SMEs of Turkey, 26 December 2020, pp. 2-3.

<https://tobb.org.tr/KobiArastirma/Documents/SMEs%20of%20Turkey%20Report%202020.pdf>. (Accessed on: 05/04/2023).

يظهر من خلال الجدول أعلاه، بأن قطاع تجارة الجملة والتجزئة وصيانة المحركات هو القطاع الذي يستقطب أكبر عدد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تركيا، وذلك بنسبة وصلت إلى 36.3% من مجموع المؤسسات سنة 2019، يليه قطاع النقل والتخزين بنسبة 14.4%، ثم قطاع التصنيع بنسبة 12.4%، ثم باقي القطاعات والأنشطة الأخرى بنسب متفاوتة تقل عن

10%. وفيما يتعلق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط في القطاع السياحي تحديداً، فالملاحظ بأن إحصائيات الجدول أعلاه لم توضح ذلك بشكل محدد، إذ لا يمكن في الحقيقة حصر كل تلك المؤسسات التي تعمل في هذا القطاع بشكل واضح، وذلك على اعتبار التداخل والتكامل الموجود بين مختلف القطاعات والأنشطة الاقتصادية. غير أنه يمكن اعتبار الأنشطة المتعلقة بخدمات الإطعام والإقامة، وكذلك تلك المتعلقة بالثقافة، والفنون، والترفيه، والاستجمام والرياضة هي التي لها علاقة مباشرة وأكثر ارتباطاً بالقطاع السياحي، حيث أنها تمثل نسبة تفوق 10% من مجموع المؤسسات خلال سنة 2019. بالإضافة إلى القطاعات والأنشطة الأخرى ذات الصلة المباشرة أو غير المباشرة بالقطاع؛ كالنقل والاتصالات وتجارة الجملة والتجزئة وغيرها. ومن خلال الجدول الموالي يمكن توضيح بعض أهم المؤسسات الناشطة في القطاع السياحي، وعدد الأشخاص المشتغلين بها لسنة 2017.

الجدول 3: أهم المؤسسات السياحية في تركيا (سنة 2017).

المؤسسات	العدد	التشغيل (عدد)
خدمات الإسكان للسياح	21,116	294,958
الفنادق والمؤسسات المشابهة	16,350	247,100
خدمات المأكولات والمشروبات	267,094	1,189,288
مؤسسات نقل المسافرين (جو، بر، بحر)	164,475	391,243
تأجير معدات النقل	8,809	24,250
وكالات السفر وخدمات الحجز الأخرى	9,240	44,157
الصناعة الثقافية	5,476	56,491
صناعة الرياضة والترفيه	16,750	62,422

Source: OECD, Tourism Trends and Policies Turkey, 2020, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3b16239-en/index.html?itemId=/content/component/f3b16239-en>.

يتم تعريف المؤسسات السياحية في تركيا، حسب قانون التحفيز السياحي رقم 2634، بأنها: "مؤسسات تجارية تعمل في قطاع السياحة، والتي تدار من طرف أشخاص طبيعيين أو اعتباريين من جنسية تركية أو أجنبية" (Erdoğan, 2022, p. 18). وتتعلق بتلك المرافق، والخدمات، ومناطق الجذب السياحي، مثل: خدمات السفر والجولات السياحية، خدمات النقل السياح (سواء عبر البر، البحر، أو الجو)، المرشدين السياحيين، خدمات المغامرات الرياضية (تسلق الجبال، استكشاف الكهوف، الغوص، وغيرها)، منظمو المؤتمرات، مرافق الإقامة والمبيت (الفنادق، النزل، المراكب، المنتجعات، بيوت التقاعد، العاملون في الاقامات المنزلية، خدمات إدارة العقارات السياحية، المطاعم، المحلات والمتاجر، المراكز الرياضية والترفيهية، المنتجعات الصحية، المتاحف والمعارض، الحدائق الترفيهية، وحدائق الحيوانات (Tourism Infrastructure & Enterprise Zone Authority, 2009). وعموماً، تخضع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية لنفس المعايير المعتمدة في التصنيف، غير أنه قد يتم أخذ معايير أخرى بعين الاعتبار تبعاً لطبيعة وخصوصية هذه المؤسسات؛ كعدد الغرف والأسرة في الفنادق مثلاً، حجم الاستثمارات ومستوى الخدمات المقدمة، حجم المداخيل السنوية، سمعة وصورة المؤسسة، وغيرها. فعلى سبيل المثال تعتبر المؤسسات الفندقية في تركيا والتي لديها 50 غرفة أو أقل مؤسسات صغيرة الحجم، والتي يكون لديها بين 50 و100 غرفة تعتبر مؤسسات متوسطة الحجم، أما تلك التي تمتلك أكثر من 100 غرفة فتعتبر مؤسسات كبيرة الحجم. (Erdoğan, 2022, p. 22).

2.1.3. مظاهر توجه تركيا نحو تبني اقتصاد المعرفة: تعد تركيا من بين الدول التي اتخذت خطوات هامة نحو تبني الاقتصاد المبني على المعرفة؛ فبعد قيام الحكم الجمهوري في العشرينات من القرن الماضي لم تكن تركيا سوى دولة زراعية بالكامل تقريباً، ثم أخذت تتوجه نحو التركيز على التصنيع وقطاع الخدمات، ولكن ما ميز المشهد الاقتصادي التركي طلة العشرينات الموالية من القرن الماضي؛ هو قلبه في العديد من الأزمات الاقتصادية والسياسية من حين لآخر، والتي كان ينتج عنها ارتفاع في معدلات

البطالة والتضخم، وارتفاع في قيمة الواردات، وتراكم الديون الخارجية، وانخفاض قيمة العملة الوطنية، وغيرها، وذلك بالرغم من الجهود التي كانت تبذلها الحكومات المتعاقبة في سبيل إصلاح وتطوير الاقتصاد التركي. ولكن بداية من عام 2002، ومع وتولي حزب العدالة والتنمية الحكم بقيادة الرئيس "رجب طيب أردوغان"، بدأ اقتصاد تركيا يأخذ اتجاهها معاكسا نحو التعافي والتطور؛ فقد تمكنت تركيا طيلة العشرين سنة الماضية من حكمه، وإلى غاية اليوم من تحقيق إنجازات هامة، مكنت الاقتصاد التركي من تحقيق مكاسب كبيرة جعلته يتنافس مع الاقتصاديات الكبرى في العالم، حيث كان ذلك أشبه بما أطلق عليه البعض "بالمعجزة الاقتصادية التركية"؛ فالاقتصاد التركي اليوم يحتل مكانة هامة ضمن الاقتصاديات العالمية؛ ففي سنة 2019، احتل المركز الثامن عشر، وبلغ الناتج المحلي الإجمالي ما يقارب 755 مليار دولار أمريكي، وقد تضاعف الناتج المحلي الإجمالي للفرد خلال الفترة (2000-2019)، حيث انتقل من 4,200 دولار أمريكي إلى 9,140 دولار أمريكي (The World Bank in Turkey, 2020). وخلال سنة 2022، بلغت قيمة الصادرات التركية 243 مليار دولار، وارتفعت حصتها ضمن الصادرات العالمية إلى 1.05%. وحققت قيمة الاستثمارات التركية 3.5 ترليون دولار خلال العشرين عاما الماضية، في مجالات التعليم والصحة والصناعة والسياحة والدعم الاجتماعي. (هيئة الإحصاء التركية، 2022).

وفي خضم التحولات الكبيرة التي شهدتها العالم مع بداية الألفية الجديدة، وبداية الحديث عن ما يعرف باقتصاد المعرفة والاستثمار في الرأس المال الفكري، وتعزيز عمليات الإبداع والابتكار كأحد المناهج والأساليب الجديدة التي تعتمد عليها الدول والمنظمات لتحقيق التفوق والمزايا التنافسية التي تضمن لها التطور والاستمرار، نجد بأن الحكومة التركية عملت على مواكبة تلك التحولات، وحاولت الاندماج في اقتصاد المعرفة، من خلال العمل على تهيئة وتطوير البيئة المناسبة له، من خلال تطوير البحث والتعليم، الاعتماد على استخدام التقنيات والتكنولوجيات الحديثة، والتشجيع على ريادة الأعمال والأفكار الإبداعية، وغيرها، وهذا من أجل الاستفادة من المعرفة ورأس المال الفكري في تطوير مجالات الاقتصاد المختلفة. وفيما يلي نذكر أهم ما قامت به الحكومة التركية في هذا الصدد.

- زيادة الاستثمار في البحث والتطوير: عملت تركيا على زيادة استثماراتها في مجالات البحث والتطوير بوتيرة متزايدة خلال السنوات الماضية، حيث ارتفع معدل الانفاق على البحث والتطوير من 0.51% من الناتج المحلي الإجمالي سنة 2002 إلى 1.09% سنة 2020 (The World Bank Group, 2022)، كما أنها تحاول بلوغ نسبة 1.8% من الناتج المحلي الإجمالي سنة 2023 (Erdin and Ozkaya, 2020, p. 02).

- تحسين جودة التعليم ومحو الأمية: ركزت تركيا على الارتقاء بمستوى التعليم في جميع المستويات والأطوار التعليمية، حيث بلغ عدد المدارس الابتدائية العمومية في تركيا 22.5 ألف مدرسة، وأكثر من ألفين مدرسة خاصة، و26.1 ألف مدرسة ثانوية (الدنيا والعليا)، و204 جامعة، منها 129 جامعة حكومية، و75 جامعة خاصة (Dierks, 2023). وارتفع مستوى الإنفاق على التعليم كنسبة من الناتج المحلي الخام من 5.98% سنة 2001 إلى 12.47% سنة 2019، كما ارتفع معدل الإلمام بالقراءة والكتابة، من 87.37% سنة 2004 إلى 96.74% سنة 2021 (The World Bank, 2023).

- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز التحول الرقمي: أولت الحكومة التركية اهتماما كبيرا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة لتعزيز التحول الرقمي، وذلك من خلال مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا الحديثة؛ كالعامل على زيادة مستوى تدفق الأنترنت، وتحديث أجهزة الحواسيب والبرمجيات والشبكات، وبناء قدراتها في مجالات أخرى؛ كاليانانات الضخمة وأنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي وغيرها؛ فعلى سبيل المثال خصصت الحكومة سنة 2019 لوحدها 5 مليار دولار أمريكي لتطوير شبكة الاتصالات من الجيل الخامس (International Trade

- (Administration, 2022)، كما أن حجم سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عرف نموا مطردا بين سنتي 2012 و2021 وبلغ أكثر من 256 مليار ليرة تركية سنة 2021. (Dierks, Market size of ICT industry in Turkey , 2022).
- تنمية الموارد البشرية: تولي تركيا كذلك اهتماما كبيرا بتنمية الموارد البشرية، وذلك من خلال العمل على الاستثمار في البحث والتطوير وتحسين جودة التعليم ومحو الأمية كما ذكرنا، إلى جانب العمل على وضع البرامج التدريبية للعاملين في مختلف القطاعات، وتحسين مستويات المعيشة للأفراد وغيرها. وفي إطار الرؤية الاستراتيجية لعام 2023، قامت الحكومة التركية بوضع عددا من السياسات المتعلقة بتنمية الموارد البشرية، حيث قامت بزيادة ميزانية المؤسسات الخاصة بهذا المجال، مثل مؤسسة تركيا للأبحاث التكنولوجية والعلمية (توبيتاك)، ومركز مرمرة للأبحاث، وأقامت مراكز أبحاث متعددة المجالات، ورفعت من مستوى استخدام الإعلام، من خلال إعداد مجموعة من الأفلام والبرامج لتوعية المجتمع، وعملت على توفير فرص التعليم المجاني، ورفع مستوى العناية الصحية، وتوفير فرص أكبر للوصول إلى الإنترنت وغيرها. وعموما، خصصت الحكومة التركية منذ عام 2002 وحتى الآن، ما يقارب 50 مليار دولار لمشاريع التنمية البشرية (سلمي، 2016).
- دعم زيادة الأعمال: تهتم الحكومة التركية بتشجيع ريادة الأعمال والأفكار المبدعة والابتكارية في كل المجالات والقطاعات، ومنها القطاع السياحي على وجه الخصوص، نظرا لأهمية هذا القطاع في الاقتصاد التركي، حيث يعد واحدا من القطاعات الاقتصادية الديناميكية وسريعة النمو، ففي سنة 2018 ساهمت السياحة في توظيف ما يزيد عن 2.2 مليون شخص، وذلك بنسبة 7.7% من إجمالي التشغيل، كما ساهمت بنسبة 3.8% من الناتج المحلي الإجمالي (OECD, 2020)، وبالنسبة للمداخيل المحققة من القطاع، فقد بلغت 29.5 مليار دولار سنة 2018، وكان المتوقع أن تصل إلى 65 مليار دولار سنة 2023. (Presidency of the Republic of Turkey, 2019, p.106)، وتسعى الحكومة التركية، خاصة من خلال البرامج والمخططات والسياسات التي تضعها، إلى دعم وتطوير ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة تلك الناشطة في المجال السياحي، من أجل ضمان سياحة تنافسية شاملة ومستدامة.
- 2.3. و اقع ريادة الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في تركيا: إن المكانة التي بلغها الاقتصاد التركي اليوم، قد تحققت بفضل السياسات والخطط التنموية الرشيدة التي اتبعتها الحكومة التركية، حيث تم التركيز على تطوير جميع القطاعات الأساسية للاقتصاد، كما عملت على دعم وتشجيع كل الطرق والآليات والبدائل التي من شأنها أن تساهم في تطوير والنهوض باقتصادها الوطني؛ ولعل من أهم ما تم التركيز عليه هو دعمها لريادة الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية على وجه الخصوص، وذلك على اعتبار الأهمية الكبيرة التي تكتسبها كل من ريادة الأعمال، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والقطاع السياحي بالنسبة لبلد كتركيا؛ فالتشجيع على ريادة الأعمال ودعم رواد الأعمال من شأنه أن يساهم في خلق وتنمية أكبر عدد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية، والتي تساهم في دعم القطاع السياحي، والذي بدوره يساهم في دعم وتطوير الاقتصاد الوطني ككل، وإن الاهتمام بمجال ريادة الأعمال في تركيا يعود إلى سنوات عديدة مضت، حيث مرت بالعديد من المراحل والمحطات، والتي يمكن إيجازها فيما يلي (Yildirim , Tarinç and Kilinç, 2020, pp. 2465-2466):
- (1923-1929): تم تشجيع ريادة الأعمال الخاصة؛
 - (1930-1946): بداية ظهور ملامح سيطرة الدولة على نشاطات ريادة الأعمال؛
 - (1947-1959): بداية التوجه نحو الاقتصاد الحر، ولكن لم يتم بلورة المفهوم الحقيقي لرائد الأعمال؛
 - (1960-1979): التوجه نحو التخطيط الاقتصادي، وبداية تنظيم ريادة الأعمال، حيث تم تأسيس الجمعية التركية للصناعيين ورجال الأعمال سنة 1971؛

• (1999-2000): التوجه أكثر نحو الاقتصاد الحر، وبداية أولى عمليات الخصخصة سنة 1986، مع حدوث ارتفاع في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

• (2000 إلى اليوم): حدوث تقدم ملحوظ في نشاطات البحث والتطوير.

وفي الحقيقة لا تزال تركيا تشهد تأخراً في مجال ريادة الأعمال مقارنة بالعديد من الدول في العالم، حيث جاءت في المرتبة 51 حسب مؤشر ريادة الأعمال لعام 2021، وذلك من بين 100 دولة التي شملها الترتيب، بينما احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى، ويعتمد هذا المؤشر على مجموعة من العوامل منها: الإبداع، التنافسية، البنية التحتية، مهارات العاملين، النفاذ إلى التمويل، والانفتاح على الأعمال (Dimitropoulou, 2021). ولا شك أن دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في تركيا له دور كبير في ترقية هذه المؤسسات والنهوض بها، خاصة في ظل المتطلبات الجديدة لهذه المؤسسات التي يفرضها اقتصاد المعرفة: كضرورة استخدام التكنولوجيات الحديثة، وتوظيف اليد العاملة الماهرة، وتحقيق الإبداع والابتكار في المنتجات والخدمات وغيرها.

3.3. أهم الجهود المبذولة من طرف الحكومة التركية لدعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية: بذلت الحكومة التركية جهوداً كبيرة في سبيل دعم ريادة الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عموماً، وتلك التي تنشط في القطاع السياحي على وجه الخصوص، وقد تجسدت من خلال مجموعة البرامج والمخططات والقوانين التي وضعتها، وكذا المراكز والهيئات والصناديق التي أنشأتها في هذا الخصوص، ومن أهمها نذكر ما يلي:

- إنشاء مركز دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (KOSGEB): تم إنشاء هذا المركز بموجب القانون رقم 3624 الصادر سنة 1990، من أجل تقديم الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع الإنتاجي فقط إلى غاية 2009، ليتم بعد ذلك ضم كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاعات الأخرى؛ وهو هيئة تابعة لوزارة الصناعة والتكنولوجيا، وتمثل أهدافه الأساسية في (KOSGEB, 2020, p. 4):

- رفع الحصة السوقية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزيادة فعاليتها؛ تحسين القدرة التنافسية لها؛
- ضمان اندماجها الصناعي بما يتوافق مع متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد.

وقد كان بإمكان هذا المركز تقديم الدعم لحوالي 4000 مؤسسة فقط خلال الفترة (1990-2002)، وقام بتوفير 25 مليون دولار أمريكي كدعم لهذه المؤسسات إلى غاية 2002 ثم ارتفع العدد إلى 1.150.000 مؤسسة، وبلغ حجم الدعم المقدم 3.2 مليار دولار خلال الفترة (2003-2019)، كما أنها استفادت من قروض بنكية وبشروط مناسبة بلغ مجموعها 8 مليار دولار في مدة 13 سنة، وذلك منذ سنة 2003. (KOSGEB, 2020, p. 15). وبالنسبة للقطاع السياحي قام المركز بتحديد المؤسسات التي تستفيد من الدعم؛ وهي: الفنادق، مواقع التخييم، وباقى المواقع المخصصة للإقامة القصيرة، دور الشباب والملاجئ الجبلية، مراكز الاستراحة المخصصة للقوافل، مواقع إقامة أخرى غير مصنفة، المطاعم ومخابز الحلويات، وأنشطة وكالات السفر، ومنظمي الرحلات السياحية، وغيرها من الأنشطة المساعدة للسياح غير المصنفة (كواش و ملال، 2016، ص. 166). ويقوم هذا المركز بتقديم العديد من برامج الدعم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث قدم 13 برنامجاً؛ منها ما تعلق ببرامج دعم البحث والتطوير ومشاريع الابتكار وتطوير المنتجات لرواد الأعمال، وكذلك برامج دعم ريادة الأعمال المتقدمة والتقليدية. وفي سنة 2018 قام المركز بإحداث بعض التغييرات في برامج الدعم المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإعطاء الأولوية لتلك التي تنتج منتجات إبتكارية وتكنولوجية وذات قيمة مضافة عالية، وكذا المؤسسات التي تتجه نحو التصدير، كما استحدث المركز نموذج ريادة أعمال جديد بالتركيز على المجالات ذات التكنولوجيا المتوسطة والعالية. (OECD, 2022)

- إنشاء صناديق لدعم الابتكار وزيادة الأعمال: ومنها صندوق الابتكار والنمو؛ الذي تم تأسيسه من طرف كل من صندوق الاستثمار الأوروبي، وكالة وزارة الخزانة، مركز تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (KOSGEB)، وبنك التنمية الصناعي التركي (TSKB) من أجل دعم المؤسسات المبتكرة والمؤسسات الموجهة نحو التكنولوجيا وذات النمو السريع، حيث أن 40% من تعهداته توجه للشركات الناشئة والمراحل الأولى للاستثمارات، بينما 60% توجه للاستثمارات في طور التوسع والنمو أو استبدال رأس المال (Yormesor, 2016) وصندوق الابتكار والتكنولوجيا؛ والذي يركز على توفير التمويل للمؤسسات الناشئة ورواد الأعمال والمؤسسات التي تتمحور نشاطاتها على الابتكار والتكنولوجيا، خاصة في البدايات الأولى لانطلاق المشاريع، حيث يعد التمويل من أهم العوائق التي تواجههم، وإلى جانب مصادر التمويل التقليدية، يعمل الصندوق على توفير بدائل التمويل من مصادر أخرى أهمها رأس المال المخاطر والاستثمارات الملائكية. ويتم تمويل هذا الصندوق من طرف وزارة الصناعة والتكنولوجيا، وإلى غاية سنة 2023 ويهدف إلى بلوغ 5 مليار ليرة تركية كحجم للاستثمار السنوي في المؤسسات القائمة على استخدام التكنولوجيا. (OECD, 2022)

- برامج وسياسات الدعم السياحي: تسعى الحكومة التركية، خاصة من خلال البرامج والمخططات والسياسات التي تضعها، إلى تطوير وترقية السياحة محليا ودوليا، من أجل ضمان سياحة تنافسية شاملة ومستدامة، ومن بينها نجد المخطط الحادي عشر للتنمية (2019-2023)، والذي تم إعداده من قبل نظام رئاسة الحكومة، إذ يعد بمثابة خارطة طريق للرفع من المكانة الدولية لتركيا وتحسين مستوى الرفاهية للسكان، حيث تطرق إلى العديد من القطاعات والمجالات الاقتصادية الهامة، ومنها قطاع السياحة، والذي اعتبره من بين القطاعات الهامة وذات الأولوية في الدعم والتطوير إلى جانب قطاعي الزراعة والدفاع (Presidency of the Republic of Turkey, 2019, p. 01). كما أن وزارة الثقافة والسياحة التركية هي الجهة الأولى المسؤولة عن تطوير ودعم السياحة داخليا وخارجيا، وجعلها تساهم أكثر في دعم النمو الاقتصادي للبلد، وقد قامت بتحضير مخطط استراتيجي إلى غاية سنة 2023، والذي أوضح النشاطات والأولويات القطاعية، ويهدف أساسا إلى الرفع من الابتكار والتنوع في النشاطات السياحية بما يتوافق مع التكنولوجيا واتجاهات المستهلكين، تحسين جودة الخدمات المقدمة، وجذب السياح والرفع من مدة إقامتهم في البلد. (OECD, 2020)

- الدعم السياحي في إطار قانون 2634: تم وضع هذا القانون في 12 مارس 1982، والذي تضمن 40 مادة، ويهدف إلى ترقية والنهوض بالقطاع السياحي في تركيا، من خلال توفير مجموعة من التحفيزات للمؤسسات العاملة في القطاع؛ منها التخفيضات أو الإعفاءات الضريبية، تخصيص الأراضي، تخفيض أسعار الفائدة على القروض، وتقديم مختلف آليات الدعم المالي والإداري للمؤسسات والمرافق السياحية من أجل ترقية السياحة وجعل تركيا من بين الوجهات السياحية الأولى في العالم. (Official Gazette, 1982)

- وكالات التطوير ودعم زيادة الأعمال: توفر العديد من أشكال الدعم المالي والتقني لتطوير البنية التحتية ونشر ثقافة زيادة الأعمال في تركيا، منها تأسيس مراكز لزيادة الأعمال، حاضنات ومسرعات الأعمال، وتعزيز القدرة المؤسساتية لها، توفير خدمات التدريب والتعليم والاستشارة لرواد الأعمال حول كيفية إعداد خطة العمل، التسويق، النفاذية إلى التمويل وغيرها. (OECD, 2022).

- برامج دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزيادة الأعمال: قدمت الحكومة التركية مجموعة من البرامج لدعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتشجيع على ثقافة زيادة الأعمال في كل المجالات ومنها المجال السياحي، نذكر من أهمها ما يلي (OECD, 2022):

- برامج دعم الابتكار والتكنولوجيا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (TÜBİTAK): ركزت على تخصيص الموارد لقطاع البحث والتطوير الخاص، ودعم التعاون بين المؤسسات فيما بينها، وبين المؤسسات والجامعات أو مؤسسات البحث، وتطوير المهارات العلمية والتكنولوجية؛
- برنامج دعم مشاريع البحث والتطوير الصناعية: يهدف البرنامج إلى دعم نشاطات البحث والتطوير للشركات في كل القطاعات للرفع من قدراتها على البحث وتطوير التكنولوجيا، وترقية ثقافة الابداع والابتكار، وكذا الرفع من تنافسها؛
- برنامج دعم مشاريع البحث والتطوير الصناعية العالمية: يدعم هذا البرنامج الشركات التركية التي تقوم بنشاطات البحث والتطوير، ويهدف لتحسين الجودة التقنية والمعرفة، والرفع من قدرتها على اكتساب المعرفة التكنولوجية على المستوى العالمي، ومساعدتها على القيام بعمليات تحويل التكنولوجيا والدخول إلى الأسواق العالمية، ودعم مشاريع البحث والتطوير التعاونية على المستوى العالمي؛
- برنامج ريادة الأعمال التكنولوجية (BiGG): يتمثل الهدف الرئيسي للبرنامج في دعم رواد الأعمال ابتداء من الفكرة حتى تجسيد المشروع على أرض الميدان، ويتضمن البرنامج التدريب في مجال ريادة الأعمال، بالإضافة إلى تقديم الدعم التقني والتجاري والإداري؛

4. خاتمة:

تهتم العديد من الدول في العالم اليوم بدعم ريادة الأعمال للمنظمات في كل القطاعات الاقتصادية، خاصة في ظل توجهها نحو تبني مفاهيم ومبادئ اقتصاد المعرفة، والذي يفرض بيئة أعمال جديدة، تكون فيها المعرفة والتكنولوجيا والريادة والابتكار والبحث والتطوير ورأس المال البشري والتعلم المستمر من أهم العناصر التي يجب على كل المؤسسات مسايرتها والاندماج فيها، حتى تتمكن من تحقيق أهدافها بنجاح وتضمن البقاء والاستمرار في تلك البيئة، ومن خلال هذه الدراسة حاولنا تسليط الضوء على التجربة التركية في مجال دعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل توجهها نحو تبني اقتصاد المعرفة، ولذلك قمنا بوضع فرضية مفادها: "تشهد تركيا تقدما ملحوظا في مجال ريادة الأعمال، وتسعى لدعمها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية، خاصة في ظل توجهها نحو اقتصاد المعرفة".

ومن خلال معالجتنا للموضوع من مختلف جوانبه النظرية والتطبيقية، تبين أن تركيا تهتم بدعم وتشجيع ريادة الأعمال، على الرغم من أنها لا تزال تشهد تأخرا في ذلك مقارنة بالعديد من الدول الرائدة في هذا المجال، غير أن الجهود التي بذلتها في هذا الإطار تعتبر ذات قيمة كبيرة، خاصة منذ عام 2002، مع وتولي حزب العدالة والتنمية الحكم بقيادة الرئيس "رجب طيب أردوغان"، ومع وبداية تحولها كذلك نحو تبني اقتصاد المعرفة، من خلال العمل على تطوير البحث والتعليم، والاعتماد على استخدام التقنيات والتكنولوجيات الحديثة، والتشجيع على ريادة الأعمال والأفكار الإبداعية، وغيرها. وفي ظل هذا التحول عملت الحكومة التركية على دعم وتشجيع ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة في القطاع السياحي، وذلك على اعتبار أهمية هذا القطاع في الاقتصاد التركي، وقد ظهر ذلك على المستوى الدولي باعتبارها عضو في مجموعة العشرين وما توليه دول هذه المجموعة من أهمية لدعم وتشجيع ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة ورواد الأعمال في كل القطاعات، أو على المستوى الداخلي من خلال مجموعة البرامج والمخططات والقوانين التي وضعتها، وكذا المراكز والصناديق التي أنشأتها في هذا الخصوص، والتي أولت أهمية كبيرة لدعم ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية على وجه التحديد. وبناء على كل ما تقدم ذكره، فإننا نقبل صحة الفرضية التي تضمنتها هذه الدراسة.

وفي الأخير، يمكننا استخلاص مجموعة من النتائج، والتي على ضوءها نقوم بتقديم مجموعة من التوصيات:

- النتائج: تتمثل أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة فيما يلي:
 - ✓ تحظى ريادة الأعمال باهتمام العديد من الدول في العالم، وذلك على اعتبار أهميتها الكبيرة في اقتصاديات الدول، لذلك تسعى الحكومات ومختلف الهيئات ذات العلاقة بدعم ريادة الأعمال للمنظمات في مختلف القطاعات الاقتصادية؛
 - ✓ تزداد أهمية دعم ريادة الأعمال بالنسبة لكل المؤسسات، ومنها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة في ظل اقتصاد المعرفة، الذي يعطي أهمية أكبر للبحث والتطوير والتكنولوجيا الحديثة، ولرأس المال الفكري، ولعمليات الإبداع والابتكار في المنتجات والخدمات؛
 - ✓ تعتبر تركيا من بين الدول التي تهتم بمجال دعم وتشجيع ريادة الأعمال، وبالعديد من المجالات والقطاعات الاقتصادية الأخرى؛ ومنها القطاع السياحي، وقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمجالات الأخرى المرتبطة باقتصاد المعرفة، كالعمل على زيادة الاستثمار في البحث والتطوير وتحسين جودة التعليم وتنمية الموارد البشرية، وتعزيز التحول الرقمي وغيرها؛
 - ✓ تتمثل أهم مظاهر اهتمام الحكومة التركية بدعم وتشجيع ريادة الأعمال للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في تلك المجموعة المتنوعة من البرامج والمخططات والقوانين على المستوى الوطني، بالإضافة إلى تلك المبادرات الدولية ضمن مجموعة العشرين؛
 - ✓ على الرغم من كل الجهود التي بذلتها الحكومة التركية من أجل دعم ريادة الأعمال، إلا أنها لا تزال متأخرة إلى حد ما مقارنة بالعديد من الدول الرائدة في هذا المجال، ولذلك يتوجب عليها بذل مزيد من الجهود لبلوغ مستوى تلك الدول.
- التوصيات: على ضوء النتائج التي تم التوصل إليها أعلاه، يمكننا تقديم التوصيات الآتية:
 - ضرورة وعي كل حكومات الدول بأهمية ريادة الأعمال، وخاصة تلك التي تشهد تأخرا في ذلك، مثل الجزائر، والعمل على دعمها بمختلف الطرق والآليات، وتشجيع رواد الأعمال في كل القطاعات الاقتصادية، من خلال تقديم الدعم المالي والتقني والإداري، وتهيئة البيئة المناسبة لهم؛
 - إعطاء مزيد من الاهتمام لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة، من خلال تشجيع الشباب وحاملي الأفكار والمشاريع على إنشاء مؤسساتهم الخاصة، وتقديم كل وسائل الدعم والمرافقة ابتداء من الفكرة وحتى تجسيد المشروع على أرض الواقع؛
 - ضرورة مواكبة كل التطورات والتغيرات التي يشهدها العالم في كل المجالات، ومحاولة التكيف معها والاستفادة من المزايا التي تتيحها، ومنها تلك المرتبطة بالتطورات التكنولوجية، والممارسات الإدارية الحديثة، وتلك التغيرات التي يفرضها التحول إلى اقتصاد المعرفة وغيرها؛
 - يتوجب على الحكومة التركية بذل مزيد من الجهود من أجل الارتقاء أكثر بريادة الأعمال في كل القطاعات، وذلك حتى تتمكن من بلوغ مستوى الدول الرائدة في هذا المجال، على غرار اليابان وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وكوريا الجنوبية وسويسرا التي تصدرت قائمة أفضل الدول في مجال ريادة الأعمال لعام 2022.
 - يمكن اعتبار التجربة التركية في مجال دعم ريادة الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ظل التحول نحو اقتصاد المعرفة بمثابة تجربة رائدة بالنسبة للعديد من الدول في العالم، ومنها الجزائر؛ والتي يمكن لها الاستفادة منها، خاصة وأن الجزائر تمتلك كل الإمكانيات والمؤهلات التي تجعلها تحقق تجربة ناجحة في ذلك.

5. قائمة المراجع:

1. الأسرج حسين عبد المطلب، (ماي، 2015)، "اقتصاد المعرفة: الفرص والمخاطر للاقتصاد العربي"، مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام. file:///C:/Users/new/Downloads/2015.pdf (تاريخ الوصول 27 أبريل، 2023).
2. الشاوي هاشم، (23 يوليو، 2019)، ريادة السياحة، <https://ae.linkedin.com/pulse/%D8%B1%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-hashim-alshawi> (تاريخ الوصول 29 04، 2023).
3. عديل حنين، (16 يونيو، 2019)، ما هو الاقتصاد المعرفي؟. <https://mawdoo3.com> (تاريخ الوصول 28 أبريل، 2023).
4. علي حسين ميسون، (2013)، "الريادة في منظمات الأعمال مع الإشارة إلى تجربة بعض الدول"، مجلة جامعة بابل 21، عدد 6: 385-407.
5. فهمي حسين إيناس، (2020)، "العلاقة بين ريادة الأعمال واقتصاد المعرفة: دراسة تطبيقية على الدول العربية"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا 16، عدد 24: 311-336.
6. سلمي جلال، (26 فبراير، 2016)، سياسة الحكومة التركية تجاه تنمية الموارد البشرية. <https://www.turkpress.co/node/18972> (تاريخ الوصول 20 أبريل 2023).
7. مجلة رواد الأعمال، (2023)، "ريادة الأعمال في مجموعة العشرين... مستقبل شبابي واعد"، عدد 164: 1-68، المملكة العربية السعودية.
8. مروان محمد، (23 ماي، 2017)، تعريف اقتصاد المعرفة. <https://mawdoo3.com> (تاريخ الوصول 27 أبريل، 2023).
9. مصطفى حسين أحمد، (2016)، ريادة الأعمال، أربيل: جامعة صلاح الدين، العراق.
10. كواش خالد وملال أم الخير، (2016)، "التجربة التركية في ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية" مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية 05، عدد 01: 155-170.
11. هيئة الإحصاء التركية، (2022)، حجم وترتيب الاقتصاد التركي 2022 ومعلومات شاملة عنه. <https://www.tebadul.com/ar/blog/turkish-economy> (تاريخ الوصول 07 أبريل، 2023).
12. Asongua Simplicie A. and Vanessa S. Tchamyoua, (February 2015), "The impact of entrepreneurship on knowledge economy in Africa." WP/15/044 Working Paper. African Governance and Development Institute. https://mpr.aub.uni-muenchen.de/70237/1/MPRA_paper_70237.pdf (accessed April 28, 2023).
13. Abhyankar Ravindra, (August 2014), "The government of India's role in promoting innovation through policy initiatives for entrepreneurship development." Technology Innovation Management Review 4, no. 8: 11-17.
14. Bosma Niels et al., (2021), Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report. Business School, Global Entrepreneurship Research Association, London.
15. Dierks Zeynep, (January 31, 2023), Education in Turkey- statistics & facts. <https://www.statista.com/topics/10481/education-in-turkey/#topicOverview> (accessed April 10, 2023).
16. Dierks Zeynep, (July 22, 2022), Market size of ICT industry in Turkey. <https://www.statista.com/statistics/1315435/turkey-market-size-of-ict-industry/> (accessed April 12, 2023).
17. Dimitropoulou Alexandra, (January 03, 2021), World's Most Entrepreneurial Countries, 2021. <https://ceoworld.biz/2021/01/03/worlds-most-entrepreneurial-countries-2021/> (accessed 04 08, 2023).
18. Dimoska Tatjana; Zoran Tuntev; and Branko Nikolovski, (2015), "The relationship between small and medium-sized enterprises, tourism and economic development", Journal of Process Management – New Technologies, International 3, no. 1: 18-27.
19. Erdin Ceren and Gokhan Ozkaya, (2020), "R&D investments and quality of life in Turkey", Heliyon, no. 6: 1-9.
20. Erdoğan Yakup, (December 2022), "Classification of tourism SMEs", International Journal of Tourism and Social Research, no. 09: 17-27.

21. European Commission Recommendation, (2003), "concerning the definition of SMEs", Official Journal of the European Union L 124, no. (2003/361/EC: 36-41.
22. G20, (2023), "G20—Background Brief".
https://www.g20.org/content/dam/gtwenty/gtwenty_new/about_g20/Ed_G20_Background_brief.pdf (accessed April 29, 2023).
23. Hayes Adam, (January 22, 2021), What is the Knowledge Economy? Definition, Criteria, and Example.
<https://www.investopedia.com/terms/k/knowledge-economy.asp> (accessed April 27, 2023).
24. International Trade Administration, (July 26, 2022U.S), Turkey - Information and Communication Technology, Department of Commerce. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/turkey-information-and-communication-technology> (accessed April 12, 2023).
25. KOSGE (SMEs Development Organization of Turkiye), (2023), Definitions and Regulations.
<https://en.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/5667/definitions-and-regulations>. (accessed April 04, 2023).
26. KOSGEB, (2020), Great Opportunities with KOSBEG for SMEs.
<https://en.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/English-Katalog.pdf> (accessed April 20, 2023).
27. OECD, (2022), Financing SMEs and Entrepreneurs 2022: An OECD Scoreboard.
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/1bcd7e1f-en/index.html?itemId=/content/component/1bcd7e1f-en>(accessed April 22, 2023).
28. (June, 2000), Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach.
<https://www.oecd.org/cfe/leed/1918307.pdf> (accessed April 26, 2023).
29. (2020), Tourism Trends and Policies, Turkey.
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3b16239-en/index.html?itemId=/content/component/f3b16239-en> (accessed April 02, 2023).
30. Official Gazette, (March 16, 1982), "Law For The Encouragement Of Tourism", No: 17635, Law No: 2634.
<http://www.lawsturkey.com/law/law-for-the-encouragement-of-tourism-2634> (accessed April 23, 2023).
31. Pettinger Tejvan, (June 26, 2017), The knowledge economy.
<https://www.economicshelp.org/blog/27373/concepts/the-knowledge-economy/> (accessed 04 28, 2023).
32. Presidency of the Republic of Turkey, (July 18, 2019),"the Eleventh Development Plan(2019-2023)", Presidency of Strategy and Budget.
<https://policy.thinkbluedata.com/sites/default/files/The%20Eleventh%20Development%20Plan%20%282019-2023%29%20%28EN%29.pdf> (accessed April 03, 2023).
33. Reynolds Paul D.; Michael Hay and S. Michael Camp, (1999), Global Entrepreneurship Monitor 1999 Executive Report. London Business School, BABSON College, London.
34. The World Bank Group, (October 24, 2022), Research and development expenditure- Turkiye.
<https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?locations=TR> (accessed April 09, 2023).
35. The World Bank in Turkey, (April 2020), An overview of the World Bank's work in Turkey.
<https://thedocs.worldbank.org/en/doc/1818015871253789130080022020/original/TurkeySnapshotApr2020.pdf> (accessed April 07, 2023).
36. The World Bank,(2023), Macrotrends Turkey: <https://www.macrotrends.net/countries/TUR/turkey/> (accessed April 10, 2023).

37. Tourism Infrastructure & Enterprise Zone Authority, (2009), Tourism Enterprise outside the Zone.
<https://tieza.gov.ph/tourism-enterprise-outside-the-zone/#:~:text=%E2%80%9CTourism%20Enterprises%E2%80%9D%20shall%20refer%20to%20facilities%2C%20services%20and,be%20identified%20by%20the%20Department%20or%20the%20Board.> (accessed April 06, 2023).
38. Turkey iResidence, (April 2023), Turkey is world 6th in tourism and travel, Foreigner Residence Service
<https://residencepermitturkey.com/travel> (accessed April 03, 2023).
39. Westhead Paul and Mike Wright, (2013), Entrepreneurship: a very short introduction, First Edition. Oxford University Press.
40. Yildirim Gülsün; Abdullah Tarıncı and Ceyhan C. Kiliç, (2020), "Women Entrepreneurship in Tourism: The Case of Turkey", Journal of Tourism and Gastronomy Studies 8, no. 4: 2462-2477.
41. Yormesor David, (May 12, 2016), Turkish Growth and Innovation.
https://www.eif.org/what_we_do/equity/news/2016/turkish_growth_innovation_fund_launched.htm (accessed April 23, 2023).

العوامل والتجارب الدولية التي أدت إلى النهوض بريادة الأعمال في منظمات الأعمال

International factors and experiences that led to the advancement of entrepreneurship in business organizations

ملال محمد¹، رابحي بوعبد الله²

¹ جامعة تيسمسيلت، (الجزائر)

² جامعة تيسمسيلت، (الجزائر)

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهم العوامل التي إلى النهوض بظاهرة ريادة الأعمال في منظمات الأعمال، مع التطرق إلى أهم التجارب الدولية في هذا المجال، وهذا بغرض الاستفادة منها خصوصا في اقتصاديات الدول النامية، ومن خلال هذه الدراسة قمنا بتحليل مختلف تجارب الدول المتقدمة مع إبراز دور العمل الريادي في منظمات الأعمال ومدى مساهمته في الناتج الداخلي الخام وفي تنمية اقتصاديات هذه الدول، ولقد خلصت الدراسة بأن العمل الريادي يولد مع الإنسان بالفطرة ويتأثر بعوامل خارجية تتمثل في البيئة المحيطة بالشخص لتجسيد أفكاره، كما أن الدول التي نجحت في هذا المجال قامت بتوفير جميع الإمكانيات لتجسيد هذه الأفكار على شكل مشاريع اقتصادية وهذا لغرض تنمية الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ منظمات الأعمال؛ عوامل النهوض؛ تجارب دولية.

Abstract: This study aims to highlight the most important factors that promote the phenomenon of entrepreneurship in business organizations, while addressing the most important international experiences in this field, in order to benefit from them, especially in the economies of developing countries, and through this study we have analyzed the various experiences of developed countries with highlighting the role of entrepreneurial work in business organizations and the extent of its contribution to the gross domestic product and the development of the economies of these countries. The study concluded that entrepreneurial work is born with man innately and is affected by external factors represented in the environment surrounding the person to embody his ideas, and the countries that have succeeded in this field have provided all possibilities to embody these ideas in the form of economic projects for the purpose of developing the national economy.

Keywords: Entrepreneurship; Business Organizations; Factors of advancement; International Experiences.

يعود الاهتمام بموضوع زيادة الأعمال ورائد الأعمال في المجال الاقتصادي إلى نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر، إلا أن هذا الموضوع عرف تراجعاً نسبياً مع بداية القرن الماضي نتيجة انتشار نموذج المنظمات الكبيرة، ومع انتشار الأزمات الاقتصادية عرفت هذه الظاهرة اهتمام كبير من طرف الباحثين نتيجة ظهور عدة شركات خاصة وتوجه الاقتصاد العالمي نحو خصوصية القطاع العام وتشجيع القطاع الخاص، حيث ظهرت عدة بحوث لترقية زيادة الأعمال لما لها من دور في زيادة إنتاج المنظمة وتطوير أدائها مما ساهم في تحفيز النسيج الاقتصادي للدولة من خلال بعث عدة منظمات جديدة قادرة على المنافسة في السوق، ولذا أضحت الاهتمام بموضوع زيادة الأعمال داخل المؤسسات القائمة وبين حاملي أفكار المشاريع الريادية من المواضيع التي لا يمكن تجاهلها، حيث بدأت العديد من الحكومات في العالم بإعادة النظر في أنظمتها التعليمية والتدريبية بإضافة، بعد جديد يستهدف إثارة اهتمام الطلاب أو الخريجين أو المتدربين وتنمية قدراتهم وتوجيههم نحو خيار العمل لحسابهم الخاص، وتأسيس مشاريع كخيار بديل.

وعلى هذا الأساس قامت العديد من الدول والحكومات بتبني هذه الظاهرة لما لها دور كبير في تطوير المنظمة خصوصاً من الجانب الاقتصادي مما انعكس على تنمية القطاع الاقتصادي لهذه الدول، ومنه نجد أن الدول المتقدمة اقتصادياً هي الأولى التي عملت على تشجيع المشروعات الريادية خصوصاً الصغيرة القائمة على الفكر الإنساني، مما أدى إلى نجاح هذه الأفكار والتي انعكست على تطوير البنية الاقتصادية للاقتصاد القومي، ومن هنا بدأت معظم حكومات العالم خصوصاً النامية بالتوجه نحو هذا الاتجاه من خلال اتباع تجارب هذه الدول وهذا من أجل الاستفادة من هذه التجارب لغرض تطوير اقتصادها الوطني ومن خلال تشجيع ومساعدة ومرافقة هذه الأفكار الريادية للمؤسسات الناشئة وهذا من أجل ترجمة هذه الأفكار إلى كيانات اقتصادية ناجحة.

1.1. إشكالية الدراسة: على ضوء ما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي أهم العوامل والتجارب الدولية التي أدت إلى النهوض بمفهوم زيادة الأعمال في المنظمات؟

2.1. فرضيات الدراسة: لتحليل الإشكالية المطروحة اعتمدنا في دراستنا على الفرضية الرئيسية التالية:

الفرضية الرئيسية: هنالك عدة عوامل وتجرب دولية تبنت هذه الظاهرة والتي أدت إلى تطوير وتبني مختلف حكومات العالم لمبدأ زيادة الأعمال في المنظمات الاقتصادية.

3.1. أهمية الدراسة: تتجلى أهمية الدراسة من خلال الاهتمام المتزايد بالظاهرة عالمياً وهذا عن طريق إدراجها في المناهج التعليمية من خلال الدور الكبير الذي تلعبه في تطوير وتنمية اقتصاديات الدول، بحيث تشير التقارير السنوية للمرصد العالمي للريادة بوجود علاقة طردية ما بين نمو الأعمال الريادية والنمو الاقتصادي للدولة ما، وهذا ما أدى بالعديد من الدول خصوصاً المتقدمة منها إلى تبني هذه الظاهرة مبكراً، وهذا من خلال العمل على تشجيع المبادرات الفردية ونشر وعي الثقافة المقاولاتية بين مختلف أفراد المجتمع خصوصاً خريجي الجامعات والمعاهد من خلال مساعدتهم في تحويل أفكارهم إلى مشاريع حقيقية والعمل على مرافقتهم وتوجيههم، الأمر الذي أدى بالعديد من الدول النامية إلى تبني هذه الاستراتيجية وهذا بعد نجاحها في مختلف الدول المتقدمة.

4.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي:

- إبراز الإطار النظري لمفهوم زيادة الأعمال.
- التطرق إلى أهم العوامل التي أدت إلى النهوض بظاهرة زيادة الأعمال في المنظمات.
- عرض بعض التجارب الدولية الرائدة في دعم زيادة الأعمال في منظمات الأعمال.

5.1. تقسيمات الدراسة: من أجل الإلمام بمختلف جوانب الموضوع ارتئينا تقسيم هذه الدراسة إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال.

- المحور الثاني: العوامل التي أدت إلى النهوض بظاهرة ريادة الأعمال.

- المحور الثالث: أهم التجارب الدولية التي أدت إلى دعم فكرة ريادة الأعمال في منظمات الأعمال.

المحور الأول: الإطار النظري لريادة الأعمال

شغل مفهوم ريادة الأعمال حيزا من تفكير الإداريين والاقتصاديين والاجتماعيين وهو ما أدى إلى توجيه البحث العلمي لدراسة الظاهرة وذلك قبل بزوغ الثورة الصناعية كما ساهم في بروز توجهات فكرية متعددة متتالية ومتعاقبة رصدت أبعادها وسعت لتشخيصها وتحليلها.

1.2. تعريف ريادة الأعمال:

لقد وردت عدة تعريف لمفهوم ريادة الأعمال نذكر منها ما يلي:

- هي نشاط ينصب على إنشاء عمل حر يقدم فعالية اقتصادية مضافة، كما تعني إدارة الموارد بكفاية وأهلية متميزة لتقديم شيء جديد أو ابتكار نشاط اقتصادي وإداري جديد، يتسم بنوع من المخاطرة المدروسة. (أحمد بن عبد الرحمان و وفاء بنت ناصر، 2016، صفحة 10)

- أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتري أن ريادة الأعمال هي النشاط الديناميكي الذي يسعى إلى خلق القيمة من خلال نشاط اقتصادي أو توسيعه عن طريق تحديد واستغلال منتجات جديدة، أو طرق جديدة، أو أسواق جديدة. (سايج و هاملي، 2017، صفحة 10)

- أما المرصد العالمي لريادة الأعمال فيرى أن ريادة الأعمال هي رؤية الابتكار وقدرة تحويله إلى منتج يدخل السوق. (Joltant، 2016، صفحة 02)

- كما تم تعريف ريادة الأعمال في القانون الأسامي للحرفي على أنها "استخدام وسائل الإنتاج في منظمة دائمة أسست على نشأة مادية، فالعمل يعتبر تجاريا إذا كان يتم على شكل مشروع. (11/82، 1982، صفحة 17)

ومن خلال التعريف السابقة يمكن تعريف ريادة الأعمال على أنها تفكير ابداعي استراتيجي لاستغلال الفرص في ظل المخاطرة وهذا التفكير ينتج عنه في الأخير خلق مشروعات جديدة قادرة على المنافسة في السوق.

2.2. مميزات رائد الأعمال:

يشترك رواد الأعمال في مجموعة من الخصائص تميزهم والتي تكون سبب في نجاح مشاريعهم، ومن هذه الصفات نذكر مايلي: (جديان، 2013، صفحة 121)

- الابداع والذي يعرف بأنه القدرة على خلق طرق جديدة لتطوير أساليب العمل الجديدة واستخدام تكنولوجيا المعلومات من أجل ربح الوقت وتوفير الجهد والمال.

- تحمل المخاطرة أي الرغبة في التضحية بالموارد المتاحة دون مراعات احتمالية الخسارة في تحقيق الهدف المنشود.

- المبادرة أي الرغبة في أن يكون دائما الأول في البيئة المحيطة به.

- الاستقلالية في العمل والأفكار، وهذا عن طريق خلق أفكار جديدة في طريقة العمل.

- القدرة على السلوك التنافسي المتحدي.

3.2. أهمية ريادة الأعمال:

تساهم ريادة الأعمال في جملة من المنافع نوجزها فيما يلي: (بوداود، 2022، صفحة 304)

- تعد الأعمال والمشاريع الريادية اللبنة الأولى في تأسيس منظمات الأعمال على مختلف مستوياتها وأحجامها والمحرك الاقتصادي الذي يقود العديد من اقتصاديات الدول المتقدمة.
- تعمل على تأمين فرص عمل جديدة وتساهم في امتصاص البطالة.
- تشجيع التجديد والابتكار والابداع.
- النشاط الريادي يعتبر آلية للتغيير والتطوير والتجديد الاستراتيجي.
- يعد النشاط الريادي أحد مدخلات عملية اتخاذ القرارات المتعلقة باستخدام الأحسن للموارد المتاحة.
- يعتبر كوسيلة للمساهمة في تسيير المنظمات الحديثة.
- يتميز النشاط الريادي بخلق منظمات أعمال قادرة على خلق الثروة وجني الأرباح لما تقدمه من منتجات مبتكرة قادرة على المنافسة في السوق.

4.2. أنواع ريادة الأعمال:

يمكن تصنيف الريادة الى عدة أنواع نذكر منها مايلي: (شامي، 2019، صفحة 125)

- 1.4.2. من حيث النطاق: ونجد فيه الريادة المحلية وتكون حسب الإقليم الجغرافي للدولة، كما نجد أيضا الريادة الدولية والتي تنشط خارج إقليم الدولة، فالمنظمة الاقتصادية المتطورة لا تراعي الحدود الجغرافية في عملها فهي تبحث دائما عن البقاء وجلب فرص عمل جديدة عن طريق اغتنام الفرص المتاحة.
- 2.4.2. من حيث المسؤولية: وهنا نميز ما بين نوعيين من الريادة، فهناك الريادة الفردية أو المستقلة وهي التي تكون عبارة عن جهود للأفراد الذين ينشطون خرج المنظمة القائمة عن طريق خلق أفكار ابتكارية جديدة، أما الريادة التنظيمية فتتمثل في ممارسة الريادة داخل المنظمة أي الاعتماد على أفكار افرادها.
- 3.4.2. من حيث التبني: يمكن تصنيف ريادة الأعمال من حيث التبني الى ثلاثة أنواع وهي:
 - أعمال ابتكارية بحثية: يقوم الريادي بنقل الفكرة الجديدة الى منتج جديد ينتج عنه بناء نشاط أو منظمة أعمال جديدة.
 - أعمال ابتكارية متطورة: يقوم الريادي بتأسيس أعمال ريادية بناء على أفكار ومعلومات وتكنولوجيا جديدة، حيث يقوم بتوفير الوسائل التكنولوجية المتطورة لتجسيد أفكاره على أرض الواقع.
 - ملكية الأعمال الابتكارية: يعتبر هذا الوضع أقل أنواع الريادة حيث أن الشخص المبادر يشتري مؤسسة تمتاز بفكرة ابتكارية لمنهج في السوق وهنا الشخص الريادي يتحمل المخاطرة خصوصا من ناحية الجانب المالي.

المحور الثاني: العوامل التي أدت إلى النهوض بظاهرة ريادة الأعمال.

- أجريت العديد من الدراسات حول الأسباب التي أدت إلى نجاح بعض الأعمال الريادية، والأسباب التي أدت إلى إخفاقها، ولكن ما تزال هناك فجوات حول القرارات التي تحدث قبل أن يبدأ المشروع، وفي هذا السياق فإن القرارات التي يتخذها رائد الأعمال قبل البدء بالعمل فضلا عن نيته في الشروع في عمل ريادي هي التي تؤدي إلى تكوين الأهداف الأساسية للعمل الريادي واستراتيجيات العمل فيه، وهي تؤدي أيضا إلى التأثير في بقاء المشروع في العمل وفي نموه وفي ربحيته، ومن بين العوامل والأسباب التي أدت إلى النهوض وتبلور فكرة ريادة الأعمال في منظمات الأعمال نوجزها فيما يلي:

1.3. العوامل المتعلقة بالفرد:

- هي مجموعة من الخصائص النفسية والسلوكية التي يجب أن تتوفر في الفرد الريادي لكي ينجح في مشروعه، فهذه الخصائص تتعلق بطبيعة الانسان الريادي ومن بينها: (بلال، 2010، صفحة 22)
- القدرة على التخطيط والتنظيم: أي وضع الأهداف والالتزام بالوقت، برامج العمل.
 - التخطيط المالي: تحديد الموازنة وضمان القروض والسجلات المالية وبيان الموارد المالية.
 - بيع المنتجات والأفكار: تحديد نسبة المبيعات وتنظيم المجالات والأعمال والالتزام مع الزبون.
 - الإدارة: الخبرة في إدارة كافة الأعمال.
 - العمل مع الآخرين: عن طريق تطوير مهارات الاتصال وتبسيط إجراءات العمل.
 - القدرة على أخذ المخاطرة: تحديد الأخطار قبل الانجاز في ظل جميع الظروف.
 - القدرة على القيادة والعمل وحيدا: ضبط النفس وإدارة الأزمات.
 - الصفات الشخصية: أخذ المبادرة والعمل دون البحث عن المردود المادي والعمل ضمن مقاييس الأداء العالي.
 - المعرفة بمهارات الخدمات والإنتاج.
 - الالتزام بالأخلاقيات والقيم التي تأتي من الدين والحضارة.
 - القدرة على الاستماع والتعلم: قدرات تقنية وإدارية وريادية.
 - الثقة بالنفس: الفعالية في تنظيم الخطورة والدعم العائلي والأصدقاء.
- ومنه فان العوامل الفردية هي تعتبر عوامل نفسية وسلوكية والتي تخص شخصية الفرد وهي تلعب دورا أساسيا في تكوين شخصية الشخص الريادي المحب للمبادرة ويكون قادر على المخاطرة في انشاء المشاريع وابتكار الأفكار والطرق التنظيمية.

2.3. العوامل المتعلقة بالبيئة:

- تلعب البيئة التي ينشأ في الشخص دورا كبيرا في التأثير على سلوكه خصوصا من ناحية المخاطرة وحب العمل وطريقة تفكيره في انشاء منظمات جديدة، فالشخص الريادي يجب أن تتوفر لديه إمكانيات توفرها البيئة المحيطة به خصوصا من ناحية مرونة التشريعات القانونية وطبيعة الأسرة أو المجتمع الذي نشأ فيه وطريقة رؤيته وتقبله فكرة انشاء مشروعات اقتصادية جديدة، حيث أن تقسيم العوامل المرتبطة بالسياق الاجتماعي والسياسي والاقتصادي أساسا لمعرفة الجوانب التي ينبغي أن تشملها السياسات التي تهدف إلى تعزيز إيجاد الأعمال وترسيخها، فالنشاط الريادي يختلف من بلد لآخر وهو راجع إلى الخصائص الاقتصادية، وإلى آلية الدعم والتشجيع مثل تفعيل قانون حقوق الملكية الفكرية، والضرائب والمحفزات الاقتصادية والتطور المالي، ولقد وضع Gnyawaiet Fogel إطارا عاما للبيئة الريادية وتشجيعها في المجتمع من خلال الأبعاد التالية: (مهدي، 2015، صفحة 158)
- السياسات والإجراءات الحكومية: إن تسهيل الإجراءات وتبسيطها لدى الرياديين يسهل ابتداء المشروع ويقلل من العوائق التي تقف عائقا أمام ذلك، وهنا يأتي دور الحكومة التي تؤثر وبشكل مباشر على آليات السوق المختلفة، وآليات الطلب والعرض فيه.
 - الظروف الاقتصادية والاجتماعية: يبرز الدور الفعال للعوامل الاقتصادية والاجتماعية في تعزيز الريادة في المجتمع من خلال توفير القروض وتسهيلاتهما، والمساعدة الفنية للرياديين وتقديم التسهيلات والاستشارات، وتوفير المعلومات المختلفة التي تخص مشروعاتهم، ويأتي دور الحكومة في عمل برنامج عمل لزيادة وعي الأفراد في المجتمع لأهمية الريادة وفوائدها.

- الدعم المالي المقدم للمشروع: إن الموارد المالية من أهم المصادر لنجاح المشروع فنقص هذا النوع من الموارد سيكون عائقاً أمام الريادي لبدء مشروعه، حيث انه إن لم يجد العون المالي الذي يحتاجه لعدة أغراض كتفادي الأخطار، وتمويل المشاريع وتجميع رأس المال وغيرها، وتعد البنوك من أهم مصادر التمويل للمشاريع الصغيرة وكذلك يمكن للريادي الحصول على التمويل اللازم من الموردين بالاعتماد على الائتمان التجاري.

- الدعم والمساعدة الاستشارية والفنية: ويقصد بالدعم هنا الدعم الاجتماعي والذي يشمل الدعم المادي والمعنوي الذي يمكن أن يحصل عليه الشخص والتسهيلات التي تمنحها الجهات التي تمتلك حق قبول أو رفض تلك المشروعات. إن الثقافة السائدة التي تشجع الريادة في أي مجتمع تؤدي إلى إفراز العديد من الأنشطة الريادية وإظهار السلوك الريادي لدى العديد من الأفراد الذين يعيشون في ذلك المجتمع، وتعد الثقافة مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية، التي تؤثر في الفرد منذ ولادته، وتصبح لا شعوري العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه، انا و هو المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته.

3.3. العوامل المتعلقة بالمنظمة:

إن إدارة النمو الريادي قد تكون أهم التكتيكات المستخدمة في تحقيق نجاح مشروعات الأعمال فبعد أن يتمكن رائد الأعمال من إقامة مشروعه يحتاج إلى تكوين إطار لفهم واستيعاب إدارة التغيير في هذا المشروع ولا شك أن هذا الأمر يعد من التحديات الكبيرة التي تواجه رائد الأعمال نظراً لما تنطوي عليه قضية نمو المشروعات الجديدة من ضرورة تحقيق التوازن بين العديد من العوامل الديناميكية المتغيرة، لذلك فإن بقاء واستمرارية ونمو المشروعات الجديدة تتطلب أن يتمتع رائد الأعمال بالمهارات والقدرات الاستراتيجية والتكتيكية، كما أنه هناك عدة مقومات أساسية تتعلق بالمنظمة نفسها يجب مراعاتها لتحقيق نسبة أكبر في احتمالية نجاح المشروع ومن هذه العوامل ما يجب الإعداد له وتجهيزه قبل إنشاء المشروع والبعض الآخر يمكن تحقيقه أثناء تشغيله وهي: (ميساوي، 2019/2020، صفحة 97)

- أهم خطوة للإعداد للمنظمة هي إجراء دراسة أولية عن جدوى المشروع والتي على ضوءها يمكن وضع خطة للمشروع حيث وجد أن من أهم المشاكل المسببة للفشل هو تجاهل هذه الدراسة واستئناس المشروع بشكل ارتجالي غير مدروس.
- تطوير القدرات الإدارية اللازمة لسير العمل في المنظمة حيث أن تطوير وتحديث ورفع كفاية الإدارة يترتب عليه أن الإدارة في المنظمة تعتمد منهاجاً صحيحاً للإدارة في تحقيق أهدافها.
- تعزيز ودعم وظيفة التسويق في المنظمة والتي تساعد في معرفة السوق والفرص التسويقية والحرص على تحسين جودة المنتج كما أن التوجهات التسويقية الحديثة تساعد بشكل قاطع في إرضاء العميل.
- الاهتمام بوظيفة التمويل والمحاسبة، والتي تساعد في وضع الخطط المالية الملائمة مع التعامل مع الجوانب المالية والمحاسبية بطريقة صحيحة تضمن التغلب على المشكلات في هذا الحقل، وترشيد التكاليف عن طريق تخصيص الموارد المتاحة واستخدامها بكفاءة.
- نشر الرؤية: حيث يقع على عاتق المنظمة بلورة رؤية تبني الريادية منهاجاً ونشر هذه الرؤية بطريقة تصبح متاحة لجميع العاملين في المنظمة.
- تشجيع المشاركة: تتضمن تشجيع مشاركة العاملين في تحويل هذه الرؤية إلى واقع جديد في المنظمة وكلما كانت المشاركة كبيرة انتقلت الريادية من الفردية إلى الجماعية.
- تطوير المعرفة: حيث يقع على المنظمة تطوير الهياكل المعرفية فيها وتطوير أنظمتها بما ينسجم ويشجع الفكر الريادي ويشمل ذلك:

- تحديد الفرص واختيارها بصورة علمية؛ مشاركة العاملين في بلورة نظم معرفية متطورة.
- تعزيز وتطوير ثقافة المنظمة الداعمة للمعرفة الريادية؛ الهيكل التنظيمي الأفقي.

- المكافآت: تعدد المكافآت أحد العوامل المهمة في نجاح الأعمال الريادية وكلما تعددت وتنوعت بما يتلاءم مع طبيعة العمل الريادي وخصائص الأفراد الريادي كان لها تأثير أكبر.

- الرقابة: عادة ما يؤدي النمو إلى عدة مشكلات في مجالات القيادة والرقابة والسيطرة، فرواد الأعمال يحتاج إلى بيئة مناسبة في المنظمة تسهل عملية الرقابة خصوصا من أجل الحفاظ على الثروة.

- التغيير: تتعرض أساليب التخطيط والتشغيل والتنفيذ للتغيير المستمر كلما انتقل المشروع من مرحلة إلى أخرى خلال دورة حياته، لذلك فالحفاظ على الحالة الابتكارية والاستثمارية يتطلب وجود حس التغيير والتنوع منذ البداية، ويجب أن يلاحظ أن التغيير يترك أثره على العديد من الجوانب داخل المشروع.

المحور الثالث: أهم التجارب الدولية التي أدت إلى دعم فكرة ريادة الأعمال في منظمات الأعمال

سنحاول في هذا الجزء من البحث إبراز أهم التجارب العالمية التي أدت إلى بروز فكرة ريادة الأعمال في منظمات الأعمال وهذا من أجل الاستفادة منها بغية تعميمها على مختلف المشاريع في الدول النامية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة، وهذا باستخلاص الدروس من هذه التجارب وأخذ مزايا هذه الأفكار ومحاولة تجنب الأخطاء، ومن بين هذه التجارب نذكر منها مايلي:

1.1.4 التجربة الأمريكية:

انتهجت الولايات المتحدة الأمريكية سياسة قومية منذ مطلع خمسينيات القرن الماضي تستهدف دعم وتشجيع المشروعات الريادية الصغيرة؛ لتؤدي دورا أكبر في التنمية الاقتصادية، وتشجيع الرياديين من أصحاب المدخرات الصغيرة على استثمارها في مختلف الأنشطة الاقتصادية لمواجهة مشكلات البطالة، والوصول إلى التشغيل الكامل لعناصر الإنتاج، ولقد اعتمدت هذه السياسة على عدد من المحاور أهمها: (مجدي، 2010، صفحة 281)

إنشاء أجهزة حكومية لإدارة اتحادات المشروعات الريادية وحمايتها، منح الرياديين إعفاءات ضريبية، وضع برامج للتدريب وتقديم الاستشارات اللازمة لإقامة وتنمية المشروعات، وضع نظام تمويلي لمساعدة الرياديين في ابتداء وإنشاء مشاريعهم الريادية، ومن ناحية أخرى تعد الولايات المتحدة أول من ابتكر فكرة حاضنات رواد الأعمال كوسيلة لدعم قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وقد انتشرت الحاضنات في ولايات كثيرة، وتنقسم التجربة الأمريكية لثلاثة أجيال يمكن تلخيصها كمايلي: (ميساوي، 2019/2020، صفحة 110)

1.1.4.1 الجيل الأول من 1959-1979:

بعد الحرب العالمية الثانية كان الاقتصاد الأمريكي على وشك العودة إلى الكساد العظيم حيث تقرر الاستغناء عن 2 مليون شخص الجيش فأصبحوا فجأة عاطلين عن العمل، ومع انخفاض الإنتاج الزراعي ظهرت فكرة حاضنات الأعمال للمرة الأولى من قبل جوزيف مانكوسو في 1958 وتطور عدد الحاضنات ليصل إلى 111 حاضنة سنة 1981، وكانت وسيلة للتنمية الاقتصادية والحد من البطالة، وفي عام 1953 تم إنشاء إدارة الأعمال الصغيرة الأمريكية بغرض مساعدة رواد الأعمال في بدء وتطوير نشاطاتهم وسرعان ما قامت الجامعات بالتجربة نفسها على أساس أن المناخ أو المنطقة التي تضم قدرا كبيرا من الشباب.

2.1.4. الجيل الثاني من سنة 1980 إلى غاية سنة 1999:

دخلت الولايات المتحدة في ركود اقتصادي في أوائل 1980 وتضاعفت معدلات البطالة حيث بلغت 11.8%، فقرر صناع السياسة الاهتمام بإنشاء حاضنات الأعمال وخلق أدوات لتطويرها، فأصبح عدد الحاضنات 411 حاضنة، وأصبحت الشركات الصغيرة والمتوسطة العمود الفقري لاقتصاد الولايات المتحدة، مما دفع بالكونجرس سنة 1982 إلى تبني برنامج مصمم لمساعدة الشركات الصغيرة لتوفير البحوث والتطوير والتكنولوجيا المتقدمة لها.

3.1.4. الجيل الثالث من 2000-2012:

في أكتوبر 2016 ارتفع عدد الحاضنات إلى 1411 حاضنة، حيث تم توفير مجموعة واسعة من الدعم للمشروعات الصغيرة والمتوسطة شملت توفير التكنولوجيا المتطورة إلى الشركات بجانب التسويق والبحث والتطوير والتمويل والموارد البشرية وخدمات المحاماة، ويقام في الولايات المتحدة الأمريكية أسبوع من كل عام يسمى "أسبوع الريادة"، حيث تقام من خلاله العديد من الأنشطة والفعاليات مثل: تمارين المحاكاة، وألعاب الإنترنت، مسابقات خطة العمل وبرنامج الضيف المحاضر، وورشات عمل مختلفة، ومنتديات محلية لأنشطة الريادة، كما أن الحكومة الأمريكية تقوم بحملات إعلامية واسعة تستهدف الشباب من مختلف الأعمار لتشجيعهم على الريادة والعمل الحر من أجل خلق الاستعداد والتوجه للعمل الريادي وخلق فرصة عمل وليس البحث عن مهنة أو وظيفة في أجهزة الدولة وتعتمد هذه الحملات الإعلامية على سرد القصص الحقيقية للرياديين ورجال الأعمال وتشير الدراسات إلى أن المشروعات الريادية والمشاريع القائمة على المبادرات الفردية تمثل نسبة 96% من عدد المصدرين في الولايات المتحدة، وتغطي صادراتها ما يقارب 31% من إجمالي الصادرات، وقد ساهمت هذه المشروعات الريادية في خلق عدد كبير من فرص العمل في الاقتصاد الأمريكي حيث تجاوزت الـ 15 مليون فرصة عمل في مجال الخدمات عام 1992، ويعد هذا القطاع ثاني أكبر قطاع توظيفي في الولايات المتحدة ويبلغ معدل تأسيس المشروعات الصغيرة في الولايات المتحدة 43211 مشروعاً سنوياً.

2.4. التجارب الأوروبية:

1.2.4. التجربة البريطانية:

صنف تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال بريطانيا في المركز التاسع عالمياً في سنة 2016 والثامن سنة 2017 والخامس أوروبا، وأشار التقرير إلى تحسن ممارسات ريادة الأعمال وتقبل الشعب البريطاني للأفكار الريادية وقد لا تكون بريطانيا أفضل الدول حسب معايير التسهيلات البنكية للقروض أو الإجراءات المطلوبة لإنشاء الشركات، لكن مؤشرات الجمعية تجعلها أحد أفضل خمس دول على مؤشر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وفي بريطانيا يعمل 51% من الموظفين في شركات تملك أكثر من 250 موظفاً، و 20% في شركات لديها أقل من 10، مما يجعل مناخها جيداً للشركات الناشئة والمشروعات الصغيرة، واستقر بها أكثر من 10 آلاف رائد أعمال أجنبي في عام 2013 فقط، وفي مجال تعليم ريادة الأعمال أنشأت بريطانيا برامج تعليمية للريادة في العديد من الجامعات، مع تركيزها على نقل المعرفة والتكنولوجيا في جميع مراحل التعليم، بهدف تعزيز وتدعيم قدرات الطلاب في مرحلة مبكرة من عمرهم على ممارسة العمل الريادي. (خالد، 2017، صفحة 19)

لقد قامت الحكومة البريطانية باتخاذ العديد من المبادرات التي تدعم الريادة والعمل الحر من خلال التأكيد على أهمية

تعزيز الإنتاجية، والتجديد، والنمو، كما قامت بإجراء العديد من الإصلاحات الاقتصادية منها: (مجدي، 2010، صفحة 288)

- عمل حملات توعية وطنية لتعزيز ريادة الشباب، وخلق جيل جديد ملهم في الريادة والإبداع.

- تعزيز البنية التحتية للريادة في المناطق الأكثر حرماناً من مكتسبات التنمية أو النائية.

- خلق العديد من الحوافز المادية والمعنوية المشجعة للرياديين الذين يقومون بإنشاء مشاريع أعمال جديدة.

- إقحام العديد من المستشارين الرياديين للعمل في المدارس لتعزيز التوجه الريادي لدى الطلبة والاستفادة من خبتهم.
- إنشاء صناديق رأس المال المغامر (المخاطر)، والتي تساعد على نمو المشاريع الصغيرة.
- تعزيز ممارسات الريادة المؤسسية من خلال وضع تعليمات وقوانين جديدة تتضمن تحديث المعايير الخاصة بتطوير الخدمات الحكومية المقدمة لمشاريع القطاع الخاص، والتخفيف من الأعباء التنظيمية لها.
- تأسيس برنامج تحدي الجامعة الذي يهدف إلى تمكين الجامعات من تأسيس مشاريع ريادية برأس المال الأولي، والتي تقوم بنقل وتحويل نتائج الأبحاث العلمية إلى مشاريع أعمال ناجحة.

2.2.4. التجربة الإيطالية:

تعد إيطاليا أبرز دول الاتحاد الأوروبي التي تضم أكبر عدد من المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتتميز التجربة الإيطالية بسمة خاصة ترتبط بتعريف المشاريع الصغيرة والمتوسطة، بحيث تعمل المنشآت المشاركة في مجموعة واحدة في المنطقة الجغرافية بالتنسيق والتكامل فيما بينها، وتقسّم عملية الإنتاج إلى مراحل محددة، بحيث تكون كل مجموعة مسؤولة عن واحدة من تلك المراحل، كما تسيطر المشاريع الصغيرة على البنية الإنتاجية للاقتصاد الإيطالي، ولدى 45% من الشركات الإيطالية 11 عامل أو أقل، وهذه النسبة أكبر مرتين من المعدل الأوروبي، وتساهم الشركات التي تشغل أقل من 21 عامل في تحقيق 45% من القيمة المضافة في الصناعة والخدمات غير المالية، أما عدد الشركات الضخمة التي تشغل أكثر من 500 عامل موظف في إيطاليا فلا تتعدى 21%، وهناك عدة هيئات وبرامج تمكن المؤسسات الصغيرة من الاستفادة من سياسات وبرامج الحكومة بزيادة إمكانيات فرص حصولها على الأموال ومنها: (بوقموم ، 2012، صفحة 04)

- وزارة الصناعة: مهمتها وضع المعايير الحكومية من أجل تطوير الاستراتيجيات الاقتصادية المختصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة على حد سواء، بالإضافة إلى تنسيق الأنشطة الاقتصادية الوطنية في كل من الصناعة والأعمال الحرفية كما تسعى إلى توفير المساعدات المالية من أجل شراء المعدات اللازمة لعملية الإنتاج وتنفيذ الأبحاث اللازمة للتطوير والابتكار.
- وزارة الجامعات والبحث العلمي: تسعى إلى دعم الأبحاث العلمية والتطبيقية وتطوير وسائل الإنتاج وتحسين الجودة.
- وزارة التجارة الخارجية: تهدف إلى تعزيز المعلومات عن جميع شركات التصدير وتمويله...الخ.
- مؤسسة مديو كريدية سنترالية: أنشئت سنة 1952 هدفها تنمية وتعزيز القدرات التصديرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- المؤسسة المالية للتنمية وتعزيز المؤسسات الإيطالية خارج البلاد: أنشئت سنة 1991 تهدف إلى دعم أصحاب المؤسسات ورجال الأعمال في مجال الصادرات والاستثمارات الخارجية والمشاركة في المناقصات الدولية.
- معهد التطوير الصناعي: يزود المؤسسات الصغيرة بمعلومات حول الحوافز المالية.

3.4. التجارب الآسيوية: ومن بين هذه التجارب نذكر مايلي:

1.3.4. التجربة اليابانية:

كما هو معلوم فإن اليابان قد تبنت نهجتها الصناعية معتمدت بالدرجة الأولى على المشروعات الريادية الصغيرة والمتوسطة، حيث أن المشروعات الكبيرة ما هي إلا تجمع لإنتاج الصناعات الصغيرة والمتوسطة والتي تتكامل أفقي ورأسياً مكونة فيما بينها تلك المشروعات العملاقة، وكان لاعتماد اليابان على المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تمثل حوالي 99.70% من عدد المشروعات العاملة، وتشغل حوالي 70% من اليد العاملة كقاعدة عريضة للتنمية الاقتصادية حيث أدت إلى انخفاض نسبة البطالة وزيادة الإنتاج، وتحققت مشاركة ومساهمة الأفراد والأقاليم المختلفة في الناتج المحلي الإجمالي وبمعدلات مهمة تتناسب مع التنمية التي شهدتها اليابان.

وكل هذا نتيجة انتهاز الحكومة اليابانية سياسة وطنية تستهدف توفير كافة المساعدات الفنية والتمويلية والإدارية وحتى التسويقية للمشروعات الريادية الصغيرة والمتوسطة، بوضعها في مجمع عنقودي يربط بين المصلحة الخاصة لتلك المؤسسات والمصلحة العامة للدولة، وقد حرصت اليابان في إطار اهتمامها بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على وضع منهج متكامل لدعم هذه المؤسسات ارتكز على المحاور التالية: (ميساوي، 2019/2020، صفحة 114)

- التمويل: تحظى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اليابان بتعدد مصادر التمويل أهمها:

* البنوك التجارية: تقوم بتمويل جزء كبير من القروض اللازمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتشمل هذه البنوك بنوك المدينة والبنوك المحلية وبنوك الائتمان والإقراض طويل الأجل.

* الهيئة القومية للتمويل: أنشئت سنة 1949 وتضم هيئات حكومية تمنح التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولديها فروع منتشرة في مناطق عديدة من اليابان.

* نظام ضمان القروض المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: ويملك 52 فرعاً منتشرة في مناطق مختلفة من اليابان، ويلبي هذا النظام حرص الحكومة اليابانية على توفير التمويل اللازم للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ويقوم هذا النظام على أساس ضمان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لدى هيئات التمويل التي تمولها، كما يقوم بإجراء دراسات الجدوى للمؤسسات الطالبة للتمويل.

- الدعم: ومن بين هيئات الدعم نذكر مايلي:

❖ الهيئة اليابانية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: بدأت مهامها سنة 1999، والهدف من إنشائها هو القيام بدور الهيئة التنفيذية لسياسات الدولة الخاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضمن المحاور التالية:

- دعم المشروعات الناشئة التي تعتبرها اليابان اكتشاف الأفاق الجديدة ومنبع للصناعات الرائدة.
- توجيه المؤسسات من أجل تحديث أساليب العمل والإنتاج من خلال توفير المساعدات المالية والخدمات الاستشارية.
- توفير خدمات المعلومات والدعم الفني اللازم لتحديث المؤسسات من أجل الوصول بمنتجاتها نحو العالمية.
- اتخاذ إجراءات خاصة بالإعفاء الضريبي نذكر منها: الإعفاء من ضريبة الدخل، ضريبة العقارات، تخفيض الضرائب على الأرباح غير الموزعة، فضلاً عن اتباع أنظمة ضريبية تشجع على الاستثمار في إدخال التكنولوجيا الحديثة وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المناطق النائية.

كما ركزت الحكومة اليابانية على إصلاح النظام التعليمي وقيام الجامعات بعملية الربط والتحالف فيما بينها، وكذلك مع قطاع الأعمال، ونجد أن الجامعات اليابانية لها استقلال عن الأجهزة الحكومية في تطوير برامجها التعليمية وتطوير مواردها البشرية، وربط المخرجات الجامعية بسوق العمل، واتجهت الجامعات إلى توقيع اتفاقيات مع قطاع الأعمال أنشئت بموجبها منظمات أعمال ريادية لجيل الشباب، كما اتجهت لوضع معايير لتحقق الجودة التعليمية.

2.3.4. التجربة الصينية:

إهتمت الصين بالمشروعات الصغيرة لعدة أسباب منها تأثير إنتاجها في الوضع الاقتصادي الكلي كما أنها عنصر مؤثر في

استقرار المجتمع، ومن أهم إجراءات تنشيط المشروعات الصغيرة في الصين مايلي: (تركي، 2014، صفحة 135)

- يركز الفكر الاقتصادي الصيني نحو إصلاح الشركات والمصانع الصغيرة والمتوسطة أولاً أو من خلال بيعها ونقل ملكيتها من القطاع العام إلى القطاع الخاص المحلي (الخصخصة) القادر على تدبير ثمنها والذي ستزداد ثروته بعد فترة ويستطيع شراء المصانع والشركات الكبيرة في المستقبل بدلاً من الاعتماد على الأجانب.

- قررت الصين إقامة مناطق التنمية الصناعية والتكنولوجية من خلال توفير القوة العاملة الرخيصة والمواد الخام والموارد المالية لتعزيز بناء البنية الأساسية في المناطق الجديدة، وتمتدح المدن الساحلية المفتوحة بوجود الفنيين الأكفاء والمهرة في المجال العلمي والتكنولوجي وغيرها من المهارات الأساسية لاستيراد التكنولوجيا الأجنبية.

- تهتم الصين بسن التشريعات والقوانين وتعديل السياسات الاقتصادية والاستثمارية بهدف التطوير المستمر للجهود المبذولة لجذب الاستثمارات الأجنبية، وتقوم الجهات المعنية في الصين بإصدار القوانين والسياسات المهمة ونشرها ولاسيما القانون الخاص بالمشروعات المشتركة بين الصين والدول الأجنبية.

كما أصبحت مراكز العلوم والتكنولوجيا المتواجدة في مختلف الجامعات الصينية حاضنة الشركات التكنولوجية الفائقة الجديدة، لتعزيز تنمية الشركات ودفع الاقتصاد المحلي، ولا يدخر قطاع التعليم في الصين جهداً لتمهيد طريق المستقبل أمام رواد الأعمال.

4.4. التجارب العربية: ومن بين هذه التجارب نذكر مايلي:

1.4.4. التجربة الإماراتية:

أدركت حكومة الإمارات أن ترسي ثقافة ريادة الأعمال عن طريق دعم تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة بحيث أصبحت تمثل عماد استراتيجيتها، وهذا بهدف أن جعل اقتصادها قائم على المعرفة و يصبح يتمتع بالقدرة على التنافسية باعتبار أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة ركيزة أي اقتصاد، ومحركاً للإبداع وفرص العمل والاستثمار، وقد وضعت ذلك في الحسابان في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية (رؤية الإمارات 2021)، كما أطلقت دولة الإمارات عدداً من البرامج الحكومية الهادفة إلى تنمية رواد الأعمال ورعايتهم، وفي هذا الإطار تم تدشين صندوق خليفة لتطوير المشاريع سنة 2017 لترسي ثقافة ريادة الأعمال وتعزيز الإبداع والابتكار وتحقيق النمو المستدام للشركات الإماراتية الصغيرة والمتوسطة.

ويعد الصندوق حالياً إحدى الهيئات الحكومية الرائدة التي حفزت تأسيس أكثر من 460 مشروع جديد، مع ضخ رؤوس أموال تزيد عن 760 مليون درهم إماراتي، وكذلك فإن مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة إحدى مؤسسات دائرة التنمية الاقتصادية في دبي، والمعنية بتطوير قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة نجحت في تهيئة مناخ لازدهار ريادة الأعمال ومدت يد العون لعدد من رواد الأعمال الإماراتيين لتحقيق أحلامهم، وفي رأس الخيمة تم تأسيس برنامج الشيخ سعود بن صقر لدعم مشاريع الشباب يهدف إلى دعم وتعزيز نمو وتطوير مشاريع الشباب الإماراتيين (هالة ، 2014، صفحة 40) وقد تم تأسيس مؤسسة الشارقة لدعم المشاريع الريادية بهدف تقديم المساعدة والدعم المالي وغير المالي لتشجيع على نمو المشاريع الصغيرة والمتوسطة في إمارة الشارقة كما تم استحداث مجلس تنمية المنطقة الغربية في أبو ظبي وهو برنامج استشارة بالتعاون مع المتخصصين من القطاع الحكومي والخاص لعرض خدماتهم لدعم الأهداف الرئيسية لمخطط تنمية المنطقة العربية في أفق 2030.

2.4.4. التجربة البحرينية:

بدأت البحرين برنامجها الخاص بريادة الأعمال منذ أكثر من عقد على الأقل انطلاقاً من إيمانها بضرورة تحقيق أهداف التنمية المستدامة، حيث تساعد مشروعات ريادة الأعمال التي أطلقها البحرين والتي وفرت لها البيئة الخصبة للتطور وخلق الوظائف وتقوية الاقتصاد والرفع من المستوى المعيشي للمنخرطين فيها والوفاء باستحقاقات البعد الاجتماعي لعملية التنمية ودعم إبداع ومبادرات الأفراد التنافسية. وتعد تجربة البحرين من التجارب العربية المتميزة في هذا المجال ومن أهم برامجها: (سعدون، 2012، صفحة 323)

- برنامج تنمية وتدريب رواد الأعمال: من خلال تدريبات عملية مكثفة تركز على كيفية إنشاء وتنمية وتطوير المشروعات الريادية، وكذلك تدريب ومشاورة ومساعدة رواد الأعمال، والتعاون مع المؤسسات المعنية.

- مركز البحرين لتنمية الصناعات الناشئة: يهدف لدعم نمو المشروعات الريادية من خلال فريق عمل متخصص يضم نخبة من الخبراء بالاستعانة بالهيئات المحلية والعالمية، من خلال تنظيم دورات تدريبية وإرشادية وتأهيلية لأصحاب المشروعات الريادية، كما تعد مؤسسة تمكين شبه الحكومية والتي تأسست سنة 2016، كإحدى ركائز مبادرات الإصلاح في البحرين ورؤية البحرين لسنة 2030، حيث تضطلع المؤسسة بمهمة تمكين القطاع الخاص ليكون المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي، وتمحور صلاحيات تمكين بشكل رئيسي حول الرفع من كفاية رواد الأعمال للدرجة التي يكونون قادرين فيها على المنافسة في سوق العمل.

3.4.4. التجربة السعودية:

هدفت السعودية إلى تعزيز السلوك الريادي وغرسها في نفوس الشباب ولأطفال في سن مبكرة ولإنشاء أجيال تسعى للتفكير والإنجاز والتحسين والتطوير المستمر من خلال تعزيز الأنشطة والفعاليات الريادية وطرح المسابقات التعليمية ومنح الجوائز الريادية التي تشجع على الاستمرار في الإبداع والابتكار، وتميزت التجربة السعودية بالرغم من حداثة بتوفير بيئة ملائمة لنمو المشروعات الصغيرة والمتوسطة من خلال تعدد جهات وصناديق دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ودعم المشروعات الخاصة بالمرأة كنموذج للأسر المنتجة، بالإضافة إلى منح قروض ميسرة دون فوائد، بجانب ترويج منتجات ومبتكرات رواد الأعمال المتفوقين من خلال إشراكهم في المحافل الدولية لريادة الأعمال.

كما تم تأسيس معهد ريادة الأعمال الوطني بمبادرة من عدة هيئات وهو تنظيم مستقل غير ربحي يهدف إلى نشر ثقافة العمل الحر بين أفراد المجتمع وبناء سلوك إيجابي نحو ممارسته، عن طريق تطوير برنامج لريادة الأعمال وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتأهيل إطارات بشرية متخصصة في مجال ريادة الأعمال وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، من خلال تمكين رواد الأعمال والمختصين من مساهمة المستجدين في مجال ريادة الأعمال والعمل الحر، ومن الخدمات التي يقدمها نشر ثقافة العمل الحر، التدريب الاستشارات، الإرشاد، الاحتضان، تيسير الحصول على التمويل والتراخيص.

ويقدم المعهد العديد من البرامج مثل برنامج رواد الأعمال "إرادة" والذي يساعد الشباب الراغبين في امتلاك مشاريعهم الخاصة وليس لديهم عهد سابق بالمشاريع ولكن لديهم الإرادة والعزيمة في تأسيس مشروع ريادي، إذ يضع هذا البرنامج خدمات عديدة تحت تصرفهم لتلبية احتياجاتهم وتوفير متطلباتهم خصوصا في المراحل الأولى من عمر المشروع لضمان استقرار ونجاح مشاريعهم، كما تؤدي الجامعات دورا مهما في تشجيع ريادة الأعمال في السعودية، وتعد جامعة الملك فهد للبترول والمعادن أحد الأمثلة على المؤسسات الجامعية التي تعمل على ترسي ثقافة ريادة الأعمال وتنمية العقلية الريادية بين طلاب الجامعات وموظفيها، وذلك من خلال توفير حاضنات أعمال ومراكز دراسات وتعليم ريادية، وإتاحة وصول الطلاب إلى بعض الشركات الناشئة المحلية. (ميساوي، 2019/2020، صفحة 120)

يعد الحديث عن زيادة الأعمال أمرا بالغ الأهمية، فلا يمكن أن يحقق هذا الموضوع إلا خلال تنميتها والبحث عن العوامل المساعدة على تطويرها وتحقيق ذلك ليس سهلا كذلك، نظرا لما للفروق الفردية واختلاف طبيعة الأفراد وخلفيات توجهاتهم ويكمن ذلك من خلال إيجاد الحلول والنموذج المثالي الذي يحقق ذلك، اختلفت تجارب الدول في دعم المشاريع الريادية والطرق التي تساعد رواد الأعمال على تحقيق ما يصبون إليه، غير أن اختلاف ثقافات الشعوب هو عامل مهم في بناء نموذج يساعد على تحفيز بيئة زيادة الأعمال، حيث أن المجتمعات الغربية التي تراكمت لديها المعرفة لقرون حتى أصبح دورها في التوجيه والمراقبة يختلف عن مجتمعات الدول النامية التي تعاني من عقدة التبعية والتخلف من كل ما هو مختلف،

نتائج اختبار الفرضيات:

تم اختبار صحة الفرضية الرئيسية والتي تمحورت بأن هنالك عدة عوامل وتجرب دولية تبنت هذه الظاهرة والتي أدت إلى تطوير وتبني مختلف حكومات العالم لمبدأ زيادة الأعمال في المنظمات الاقتصادية، حيث أن الحديث عن موضوع زيادة الأعمال في المنظمات الأعمال إلا من خلال البحث عن العوامل التي تؤثر في تكريس هذه الفكرة، وهذا المسناه من خلال الحديث عن التجارب الغربية في هذا المجال وهذا لطبيعة الإنسان الغربي وطموحاته وحبه للمخاطرة، وكذلك في توفر البيئة المناسبة لتجسيد هذه الأفكار الريادية من خلال توفر أجهزة التمويل والمرافقة.

نتائج الدراسة:

- ✓ تعتبر زيادة الأعمال على أنها تفكير إبداعي استراتيجي لاستغلال الفرص في ظل المخاطرة وهذا التفكير ينتج عنه في الأخير خلق مشروعات جديدة قادرة على المنافسة في السوق.
- ✓ تعد الأعمال والمشاريع الريادية اللبنة الأولى في تأسيس منظمات الأعمال على مختلف مستوياتها وأحجامها والمحرك الاقتصادي الذي يقود العديد من اقتصاديات الدول المتقدمة.
- ✓ هنالك عدة عوامل ذاتية وبيئية ساهمت في بلورة فكرة العمل الريادي في منظمات الأعمال، غير العامل البيئي هو العامل الأساسي الذي يؤثر في تجسيد هذه الأفكار وهذا بتوفير الإمكانيات المناسبة لشخص الريادي لتجسيد أفكاره.
- ✓ تعد الدول الغربية والخاصة المتقدمة السبابة في هذا المجال، وهذا معرفتها بأن التطور الاقتصادي لا يكون إلا من خلال تشجيع العمل الفردي في منظمات الأعمال عن طريق تشجيعهم على ترجمة أفكارهم في شكل مشاريع اقتصادية منتجة.

التوصيات والاقتراحات:

- ضرورة العمل على تشجيع الفكر الإبداعي في منظمات الأعمال وهذا من أجل تشجيع الأفراد على تجسيد أفكارهم في شكل مشاريع صغيرة ومتوسطة.
- على الدول النامية وخاصة الجزائر الاقتداء بالتجارب الأوروبية في هذا المجال وهذا بتوفير الجو المناسب للشباب المبدع لتجسيد أفكاره في شكل مؤسسات صغيرة ومتوسطة من خلال توفير التمويل المناسب والقيام بمرافقتهم وتوفير لهم التحفيزات المالية والجبائية لتجسيد مشاريعهم.
- العمل على إدراج مقررات لزيادة الأعمال على شكل ندوات لبعض التخصصات الجامعية وبمراكز التكوين المهني، على أن تكون إجبارية بالتخصصات ذات العلاقة بالأعمال الحرة وبأهمية أكبر.

- 1.Aca and All Zoltant J. Global Entrepreneurship Index. Washington DC(2016) .
2. الشيميمري أحمد بن عبد الرحمان، و الميريك وفاء بنت ناصر. (2016). مبادئ ريادة الأعمال. المملكة العربية السعودية: ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، المملكة العربية السعودية.
3. القانون رقم: 11/82. (28 أوت، 1982). القانون الأساسي للحرفي. الجريدة الرسمية، العدد:35.
4. بوداود، ف. (2022). دور حاضنات الأعمال في تعزيز ريادة الأعمال بالجزائر. مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد (05)، العدد(01)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عمار ثليجي الأغواط، الجزائر.
5. بوقمقوم، م. (18-19 أبريل 2012)، إضاءات على بعض التجارب العالمية في تطوير وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الدولي حول استراتيجيات تنظيم ومراقبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة ورقلة، الجزائر.
6. تركي، رمضان، (09-11 سبتمبر 2014)، نموذج مقترح من النماذج الدولية لأدوار الجهات في دعم ريادة الأعمال. المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات ومراكز ريادة الأعمال، الرياض، جامعة الملك فهد، السعودية.
7. جابر مهدي. (2015). أثر حاضنات المشروعات في تعزيز ريادة الأعمال بمدينة عنابة. مجلة العلوم الاقتصادية، (العدد 02)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر.
8. جديان، م. (2013). إسهام التسويق الاستراتيجي في بلوغ المؤسسات الاقتصادية الجزائرية موقع ريادي والبقاء دراسة حالة بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية. أطروحة دكتوراه تخصص: تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة محمد بوقرة، بومرداس.
9. خالد، ع. ا. (2017). ريادة الأعمال مفتاح التنمية الاقتصادية في الدول العربية. اتحاد الغرف العربية، مصر.
10. خلف السكارنة بلال. (2010). الريادة وادارة منظمات الأعمال. دار المسيرة، عمان، الأردن.
11. سايج، ف. و. هامل، ع. (18-19 أبريل 2017)، المهارات المقاولاتية ودورها في تفعيل روح المقاولاتية. المؤتمر الدولي الأول حول المقاولاتية المستدامة بين إشكالية البقاء وحتمية الابتكار، المركز الجامعي، ميله.
12. سعدون، م. س. (2012). دور ريادة منظمات الأعمال في التنمية الاقتصادية تجارب عربية بالتركيز على التجربة العراقية. مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 01. جامعة بغداد، العراق.
13. شامي، ص. (2019). تعزيز الريادة التنظيمية من أجل تحقيق الأداء المتميز لمنظمات الأعمال حالة المنظمات الجزائرية، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة محمد بوقرة بومرداس.
14. عوض مبارك مجدي. (2010). الريادة في الأعمال المفاهيم والنماذج والمداخل العلمية. بدون دار نشر، الأردن
15. ميساوي، ع. (2020/2019). عوامل تطوير ريادة الأعمال في الجزائر دراسة ميدانية من وجهة نظر مسيري أجهزة الدعم والمرافقة، أطروحة دكتوراه، شعبة: علوم التسيير، تخصص إدارة المنظمات. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر.
16. هالة، ا. و. (2014). ريادة الأعمال: منظور إماراتي. الامارات العربية المتحدة: جامعة زايد.

دور الجامعة في تعزيز التوجه الريادي في ظل التحول المعرفي والرقمي

The university's role in promoting Entrepreneurial Orientation in light of the Knowledge and digital transformation

نورالدين تيمجفدين¹، فيروز تيمجفدين²

¹ جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)

² جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)

ملخص: تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على التوجه الريادي في الجامعات، على اعتبار أن ريادة الأعمال تشكل مصدرا هاما للابتكار المستمر ومحركا رئيسيا للتنمية الاقتصادية وخلق فرص العمل، كما اكتسبت أهمية خاصة في العقود الأخيرة على خلفية التقدم التكنولوجي والثورة الرقمية وازدياد دور المعرفة في الاقتصاد الجديد، ومن ثمة ازدادت الضغوط على مؤسسات التعليم العالي وبالأخص الجامعات على مواكبة هذه التحديات، ومسؤولية ضمان مخرجات أكثر جودة وملائمة لاحتياجات سوق العمل، ويمثل التوجه الريادي المسار الأكثر جذابية لتحقيق أهداف الجامعة المعاصرة في الجزائر، التي تسعى إلى إفتكالك مكانة هامة والتحول إلى العالمية من خلال توجيه جميع العاملين فيها نحو التميز والإبداع، ونشر الثقافة الريادية بين أوساط الطلبة والأساتذة والباحثين، وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من الآليات المعتمدة من قبل الجامعات الجزائرية في تعزيزها للتوجه الريادي، إلا أن ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال في الجامعات لا يزال يحتاج إلى جهود أكبر، كما يواجه تحديات مرتبطة أساسا بتحسين التكوين الريادي، وتقوية الشراكة المجتمعية مع جميع القطاعات ومن ثمة التحول إلى ما يعرف بالجامعة الريادية أو الجامعة المنتجة.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، الجامعات، التوجه الريادي، إقتصاد المعرفة.

Abstract: The study aims to shed light on the entrepreneurial orientation in universities, given that entrepreneurship constitutes an important source of continuous innovation and a major driver of economic development and job creation. It has also gained special importance in recent decades against the backdrop of technological progress, the digital revolution, and the increasing role of knowledge in The new economy, and hence the pressures on higher education institutions, especially universities, have increased to keep pace with these challenges, and the responsibility of ensuring better quality outcomes that are appropriate to the needs of the labor market. The entrepreneurial orientation represents the most attractive path to achieving the goals of the contemporary university in Algeria, which seeks to seize An important position and the transition to internationalism by directing all its employees towards excellence and creativity, and spreading the entrepreneurial culture among students, professors and researchers. The study concluded that despite the mechanisms adopted by Algerian universities in promoting the entrepreneurial orientation, Consolidating the culture of entrepreneurship in universities still requires greater efforts, and it also faces challenges related mainly to improving entrepreneurial training, strengthening community partnerships with all sectors, and then transforming into what is known as an entrepreneurial university or a productive university.

Keywords: entrepreneurship, universities, entrepreneurial orientation, knowledge economy

لقد زاد الاهتمام بزيادة الأعمال نتيجة التقدم التكنولوجي المتسارع والتحول من الإقتصاد التقليدي القائم على التنافس من خلال الموارد المادية إلى الإقتصاد الجديد والذي يعرف بإقتصاد المعرفة القائم على المعرفة والموجودات الفكرية بإعتبارها موردا إستراتيجيا ومصدرا أساسيا للتميز والتفوق، ولقد اهتمت الدول المتقدمة أكثر من غيرها من الدول النامية بزيادة الأعمال، حيث بادرت بطرح العديد من الخطط والنشاطات التي تهتم بنشر ثقافة ريادة الأعمال، بل عملت على توفير الدعم للأفراد الرياديين، والبيئة المناسبة لهم لإنشاء مشاريعهم الخاصة، في ظل تزايد أعداد خريجي الجامعات، وإرتفاع نسبة البطالة فيما بينهم، لذا سعت الكثير من الدول المتقدمة منها خاصة إلى مراجعة منظوماتها التعليمية في جامعاتها قصد تأهيل وتنمية قدرات الطلبة وخلق أجيال ريادية مؤهلة قادرة على الإبداع والابتكار.

وتحظى مؤسسات التعليم العالي وبالأخص الجامعات بمكانة محورية لدورها البارز في دعم ونشر ثقافة ريادة الأعمال، فبالإضافة إلى كونها مصدرا للعلوم والمعرفة، أيضا هي تغذي المجتمع بكل احتياجاته من الكوادر البشرية التي يحتاج إليها للنهوض بالتنمية، ولقد أشار العديد من الباحثين أن الريادة في الجامعات في العصر الحديث أصبحت ضرورة ملحة فهي تساعد على تحقيق المزايا التنافسية المستدامة، فالجامعات اليوم تشهد تحولا عالميا من مؤسسات بحث كلاسيكية إلى جامعات ريادية تحاكي بيئة العمل الحديثة، فلقد انتقلت الجامعات من دورها التقليدي المتمثل في تكوين الطالب وتزويده بالمعارف التي تنمي الجانب المعرفي لديه إلى الدور المعاصر القائم على الإبداع وصناعة رواد الأعمال، لذا فالجامعة اليوم معنية بمواكبة الاحتياجات المتجددة في المجتمع ومسايرة التحولات المعرفية والتكنولوجية، كما أصبحت عنصرا ضروريا في تدعيم الثقافة الريادية والاستفادة منها في غرس قيم العمل الحر.

والجزائر كباقي الدول النامية، تواجه تحديات تطوير منظومتها التعليمية ومواكبة التغيرات التي تشهدها الساحة الوطنية والعالمية، لا سيما أمام إرتفاع معدلات البطالة، وتراجع مستوى التكوين في الجامعات، وإرتفاع مستوى خريجي الجامعة، لذا وجب وضع إستراتيجيات ملائمة تنطلق فعلا من التشخيص الحقيقي لواقع المنظومة الجامعية والوقوف على أهم الاختلالات فيها، ووضع الحلول لتحسين من جودة مخرجات الجامعة، وتعزيز أداءها على النحو الذي يضمن دخولها كشريك حقيقي للإقتصاد وتفعيل علاقتها بالتنمية، ومن هذا المنطلق يعد التوجه إلى استخدام مدخل ريادة الأعمال كمحرك أساسي لخلق جامعات معاصرة منتجة لرواد الأعمال، ومساهمة بذلك بتزويد الإقتصاد بكفاءات وخبرات هائلة تقود قاطرة الإقتصاد والولوج به فعلا في مجتمع المعرفة، مما سبق تحاول هذه الورقة البحثية الإجابة على التساؤل التالي:

ما هو دور الجامعة في تعزيز التوجه الريادي في ظل التحولات الرقمية والمعرفية؟

1.1. أهداف الدراسة: تتمثل الأهداف الرئيسية للدراسة في الآتي:

- إبراز دور الجامعات في تنمية ثقافة ريادة الأعمال ودعم هذا التوجه؛
- توضيح المتطلبات الضرورية لدعم ريادة الأعمال في الجامعات؛
- تسليط الضوء على واقع التوجه الريادي في الجامعة الجزائرية، وأهم التحديات التي تواجهها؛
- توضيح سبل وآليات تعزيز التوجه الريادي في الجامعات الجزائرية.

2.1. أهمية الدراسة: تكتسي الدراسة أهمية بالغة من منطلق أنها تتناول موضوعا يشكل إهتماما لدى الباحثين وأصحاب القرار، وهو موضوع ريادة الأعمال، كما تم إسقاط الموضوع على قطاع هام وإستراتيجي وهو قطاع التعليم العالي، والذي يشكل أحد أسس التنمية المستدامة، وكونه يعتبر أحد روافد قطاع التشغيل وبالتالي إمداد الإقتصاد والمجتمع برمته بكوادر

بشرية التي تعتبر محرك أساسي للتنمية، كما تسلط الدراسة الضوء على دور الجامعات في تنمية ثقافة ريادة الأعمال، وتوعية المسؤولين والقيادات الجامعية وكذا الطلاب بأهمية ريادة الأعمال، وإبراز أهمية التعليم الريادي كإستراتيجية لدعم التوجه الريادي في الجامعات، إلى جانب تقديم الآليات الكفيلة لتعزيز دور الجامعات الجزائرية في التحول إلى جامعات ريادية مواكبة للتطورات العالمية.

3.1. تقسيم البحث: للإجابة على التساؤل الرئيسي للورقة البحثية، ومحاولة الإلمام بحوانب الموضوع، تم التطرق إلى النقاط التالية:

- الإطار المفاهيمي للريادة والتوجه الريادي؛

- الجامعة والتوجه الريادي؛

- واقع التوجه الريادي في الجامعة الجزائرية وآليات تعزيزه.

2. الإطار المفاهيمي للريادة والتوجه الريادي

1.2. مفهوم الريادة: (Entrepreneurship) تاريخيا ظاهرة ريادة الأعمال ليست بالظاهرة الجديدة، وليست نتاج القرن الماضي فقط، بل استخدمت هذه الكلمة لأول مرة من قبل الاقتصادي R. Cantillon (1734-1680) و J. B. Say (1767-1832) بداية القرن التاسع عشر وعبر عنه بنوع من الشخصية التي هي على استعداد لتأسيس مشروع جديد أو مؤسسة وتقبل المسؤولية الكاملة عن النتائج غير المؤكدة، أما مفهوم رائد الأعمال فيرجع إلى النمساوي Schumpeter (1883 – 1950)، مرت ريادة الأعمال بحقب زمنية مليئة بالإسهامات العلمية المختلفة وبتنوع الآراء والنظريات من قبل الباحثين والعلماء في الحقول العلمية المختلفة مثل: علم الاقتصاد، وعلم النفس، والتسويق، والإدارة الإستراتيجية، وعلم الاجتماع، وعلم التاريخ، حيث يشير R. Hisrich أنه لم يظهر اتفاق أو إجماع على مفهوم محدد لها. (ميساوي عبد الحق ، 2020، ص. 250).

وسنستعرض فيما يلي بعض المفاهيم المتعلقة بالريادة، ولكن قبل ذلك سنحاول الإشارة إلى مفهوم الريادي، فالريادي حسب "Schumpeter" وقبل كل شيء شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة، كما يعتمد على التقنيات المبتكرة من أجل الوصول لتوليفات إنتاجية جديدة تتمثل في: (الجودي محمد علي، 2015، ص. 06)

● صنع منتج جديد؛ باستعمال طريقة جديدة في الإنتاج؛

● اكتشاف قنوات توزيع جديدة في السوق؛ اكتشاف مصادر جديدة للمواد الخام؛ إنشاء تنظيمات جديدة.

أما حسب (Histrich) فيعرفه بأنه "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 شيئا ذا قيمة، ويقدم شيئا مبدعا وجديدا، وكذلك يتمتع بالمهارات والخصائص سواء الإدارية والاجتماعية والنفسية التي تمكنه من ذلك". (بلال خلف السكارنة، 2008، ص. 19)، نستنتج من خلال هذين التعريفين أن الرياديين هم أفراد يمتلكون قدرات استثنائية تجمع بين القوة في الابتكار والإدارة، وهذا ما يجعلهم قادرين على إنشاء مشاريع جديدة والعمل بها من أجل تحقيق النجاح والنمو، وكما يتصف رائد الأعمال بمجموعة من الصفات تساهم بشكل كبير في نجاح مشروعه الريادي، تتمثل هذه الصفات في: (أحمد المعاني وآخرون ، 2016، ص. 290-291)

- رائد الأعمال مقدام: يتميز بقدرة عالية على توقع المخاطر الممكن حدوثها والمواجهة النفسية والإقتصادية، ومن ثم اتخاذ القرار الملائم للتغلب عليها.

- رائد الأعمال منافس جيد: الريادي الناجح هو الذي يعرف أين ومتى وكيف وبماذا يبدأ مشروعه.

- رائد الأعمال يتحمل المسؤولية دائما؛ يميل الرياديون إلى الاستقلالية في أعمالهم، ولهذا فإنهم ينجزون أعمالهم ويديرونها بطريقة متميزة وبروح من المسؤولية.

- رائد الأعمال يبحث دائما عن فرص جديدة؛ لا يستسلم للمعوقات فهو ديناميكي يقرأ ويسمع ويبحث عن فرص جديدة لتحسين العمل أو لتسويق إنتاجه بطريقة جديدة؛

- رائد الأعمال متعدد الجوانب: نظرا لتعدد صفات الريادي وسعة ثقافته فإن سلوكه وتصرفاته الإقتصادية تعكس قدرته على إيجاد بدائل متعددة لحل مشكلة واحدة أو للوصول إلى هدفه، فهو يتقن استخدام البدائل ويجد عددا من المصادر المعرفية والتمويلية؛

- رائد الأعمال ذو سلوك حسن: فهو شخص متفائل وصادق وذو شخصية قوية، ومتواضع وكثيرا ما تكون هذه الصفات عاملا حاسما في نجاحه.

أما فيما يتعلق بالريادة (Entrepreneurship) فلقد عرفت قراءات متعددة أهمها:

يعرف كل من (Ma & tan) الريادة بأنها "نوع مميز من التفكير، طريقة فريدة في النظر إلى العالم، نوع إبداعي من المغامرة، أداة رائعة نحو تحقيق الذات". (حامد كاظم متعب، 2017، ص. 41)، وهناك من يعرفها بأنها "مجموع الأعمال التي يقوم من خلالها الريادي بتجنيد وتنسيق الموارد المختلفة من معلومات، موارد مالية، بشرية... الخ، وذلك من أجل تجسيد فكرة في شكل مشروع مهيكل وأن يكون قادرا على التحكم في التغيير ومسايرته من خلال أنشطة ريادية جديدة". (معيزي نجاة، بوزرب خير الدين، 2017، ص. 55)، ويعرفها (Smart & Denise) بأنها "عملية ديناميكية موجهة نحو الهدف يتمكن الأفراد من خلالها توظيف الأفكار الابتكارية لتلبية حاجات السوق، واكتشاف الفرص الجديدة، والموارد المضمونة والتكيف مع البيئة لتحقيق نتائج مرغوبة". (Denise T. Smart, Jeffrey S. Conant, 1994, p.29)، أما (Coulter marg) فيعرفها بأنها "عملية يستخدم من خلالها فرد أو مجموعة أفراد جهدا منظما ووسائل وراء الفرص لتأمين قيمة ونمو مشروع بالتجارب مع الرغبات والحاجات من خلال الإبداع والتفرد". (طعيبة محمد سمير، عبيرات مقدم، 2021، ص. 73)، وهناك من يضيف بأن المنظمة الريادية لا بد من أن يتوفر فيها ثلاث عناصر أساسية وهي: (زايد مراد، 2010، ص. 7)

• الأفراد الرياديين الذي لن يكون هنالك إبداع من دونهم؛

• البعد التنظيمي المرتبط بالرؤية، الثقة، المثالية الإبداع التحوط للفشل، التحوط للغموض، الرقابة الداخلية؛

• البعد البيئي المرتبط بالتنوع في الأسواق.

2.2. أهمية ريادة الأعمال: تلعب ريادة الأعمال دورا مهما في الاقتصاديات العالمية كونها من أبرز محركات النمو الاقتصادي من خلال إنشاء شركات تجارية محلية فعالة، تساهم في التنمية المحلية من خلال توفير فرص العمل وزيادة العوائد، وتعتبر ريادة الأعمال مهمة في المجتمع لعدة أسباب أهمها: (حكيمه قويسني، 2023، ص. 46)

• ريادة الأعمال تساهم في الإبداع والتغيير، وخاصة التغيير التكنولوجي الذي يساهم في تحقيق النمو الاقتصادي؛

• تساهم في تحقيق الموازنة بين الطلب والعرض؛

• تساهم في تحويل المعرفة إلى منتجات وخدمات جديدة؛

• تعد الريادة بالنسبة لمنظمات الأعمال بمثابة إستراتيجية للنمو والميزة التنافسية؛

• الحد من هجرة الكفاءات من خلال توفير فرص عمل مناسبة لأصحاب المشاريع؛

• المساهمة في خدمة المجتمع، وتشجيع التصنيع لتلبية احتياجات السوق المحلي والتصدير.

وقد ذكر *McFadzean et al* أن لريادة منظمات الأعمال أهمية كبيرة ليس على مستوى المنظمة فقط، وإنما ينعكس ذلك أيضا على مستوى الاقتصاد الكلي، ومن خلال الاطلاع على فكر الإدارة الإستراتيجية وريادة الأعمال، لابد من الإشارة إلى بعض النقاط هي: (سعيدة ضيف وآخرون، 2020، ص.34)

- النشاط الريادي كآلية تغيير وتطوير والتجديد الإستراتيجي؛
- تعد أحد مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستعمال الأفضل للموارد المتاحة للوصول إلى إطلاق المنتج أو الخدمة الجديدة، وكذلك الوصول إلى تطوير طرائق وأساليب جديدة للعمليات؛
- تتضمن ريادة المنظمة مجموعة من المواقف والإجراءات المتنوعة والتي تعزز قدرتها على تبني المخاطرة والتمسك بالفرص والإبداع؛
- تستعمل أساسيات الإدارة في الوقت الذي يتم فيه تحديد نمط سلوك الريادي، إذ يتحدى البيروقراطية ويشجع على الإبداع؛
- تعد ريادة منظمات الأعمال سمة هامة واستراتيجية للنمو والميزة التنافسية؛
- تكون مسؤولة أيضا عن تحفيز وتشجيع الإبداع داخل المنظمة بواسطة اختيار الفرص الجديدة وتنفيذها واستغلال واكتساب الموارد لأجل إنتاج سلع وخدمات جديدة.

3.2. التوجه الريادي: (*Entrepreneurial orientation*) لقد طور هذا المفهوم من طرف الباحث (Dannymiller 1983) والذي عرفه بأن "وضع استراتيجي يتبناه المديرون وتتخذها المنظمات بشقيها السلعية والخدمية، ويتصف بمستوى عال من التنبؤ والمجازفة والميل نحو تطوير وتقديم منتجات خدمات مبتكرة وجديدة". (محمد عبد العال النعيمي وآخرون، 2016، ص.27)، فالتوجه الريادي يزود المنظمات بالفرصة لمتابعة اتجاهات السوق من خلال تعرفها على تقنيات جديدة، ويساعدها على تقييم إمكاناتها الجديدة من خلال الاحتفاظ بصناع القرار الذين يركزون على التغيرات الصناعية وطلبات الزبائن.

وهناك من يضيف أن هناك اختلافا بين الريادة (*Entrepreneursip*) وبين التوجه الريادي (*Orientation entrepreneurial*)، فإذا كانت الريادة تشير إلى المحتوى (*Content*) فإن التوجه الريادي يشير إلى العملية (*Process*) وبعبارة أخرى الريادة تجيب عن السؤال المتعلق بماهية النشاطات التي يتضمنها العمل الريادي، في حين التوجه الريادي يجيب عن السؤال المتعلق بالكيفية التي يتمكن فيها الرياديون من ضمان النجاح لأعمالهم، وهذا ما أكده (Stewart, 2009) في تعريفه بأنه عبارة عن الفكر المنظمي الذي يركز في الريادة والذي يتجسد في العمليات والممارسات، وثقافة المنظمة، في حين ينظر (Mintzberg, 1973) للتوجه الريادي على أنه إستراتيجية ريادية تدفع المنظمة صوب نمط معين من الأعمال الإستراتيجية. (علي عصام السلطاني، صالح عبد الرضا رشيد، 2013، ص.13-14)

وكما يعرف يو (*yu, 2012*) التوجه الريادي على أنه ذلك "التوجه الاستراتيجي للمنظمة المتضمن لأنماط اتخاذ القرار والطرائق والممارسات المتسمة بأنها مبدعة، وهجومية، واستباقية، ومحبذة للمخاطرة، والاستقلالية والرغبة في الإنجاز". (مسيخ أيوب، 2017، ص.07)، وبعد عرض وجهات النظر المتعلقة بمفهوم التوجه الريادي يمكن تعريفه بأنه: رغبة وإرادة الفرد واتجاهه نحو العمل الخاص الحر والمبادرة الفردية، والذي يتجسد أساسا في عملية إنشاء مؤسسة خاصة وذلك بالميل للانخراط في العمليات الإبداعية، وتقبل مخاطرة الدخول لأسواق جديدة أو تقديم منتجات أو خدمات جديدة، والإستباقية في التعامل مع الفرص البيئية بهدف تحقيق أداء متميز.

إن الغرض من اعتماد استراتيجية التوجه الريادي يعود لسببين أولا: ما الوسيلة التي تساعد المنظمة على توسيع نطاق عملها من أجل تمكينها من الدخول في أسواق جديدة لزيادة مدخلاتها؟ وثانيا: كيفية استخدام المنظمة للطاقت والموارد المتوفرة

لديها لغرض استخدامها في عملية التنافس بذكاء، ومن أجل نجاح هذه الإستراتيجية لا بد أن تتوفر المهارات المطلوبة لتحقيق التوجه الريادي وفقا (للسكارنة 2008) تم تصنيفها إلى ثلاثة أصناف هي: (محمد عبد الله أبو عزيز وآخرون، 2022، ص-151 (152)

- المهارات التكنولوجية: وتتضمن مجموعة من المهارات أهمها في القدرة على الاتصال، مراقبة البيئة، إدارة الأعمال التقنية، القدرة على التنظيم، بناء العلاقات والشبكات، العمل ضمن الفريق.
 - مهارات إدارة الأعمال: وتشتمل هذه المهارات على وضع الأهداف والخطط، صناعة القرار، إدارة العلاقات الإنسانية، التفاوض، تنظيم النمو.
 - مهارات الريادة الشخصية: وتضم الرقابة والالتزام، أخذ المخاطرة، الإبداع، المثابرة، الرؤية القيادية، التركيز على التغيير.
- 4.2. أبعاد التوجه الريادي: يتفق جميع الباحثين على أن التوجه الريادي ظاهرة متعددة الأبعاد تتمثل تلك الأبعاد في الإبداعية (Innovativeness)، والاستباقية (proactiveness)، وتقبل المخاطرة (Risk-taking) وهي كالتالي: (جمال درهم وآخرون، 2021، ص. 75-76)

- البعد الأول: الإبداعية: يعرف (Arshi) الإبداع على أنه "عملية تقوم بتحويل الأفكار إلى منتجات وخدمات وأساليب وطرق مبتكرة". ويعتبر الإبداع عاملا مهما للمؤسسات للمساهمة في تحقيق الأداء المتميز، والتفوق المؤسسي في أي مجال من مجالات التنظيم والتنسيق الإداري للمؤسسة، حيث أنه يعمل على إيجاد حلول للمشاكل بطرق سهلة وجديدة.
 - البعد الثاني: الإستباقية: تعرف على أنها ميل المؤسسة لاستباق الاحتياجات المستقبلية والسعي للإفادة من الخبرات السابقة والمعلومات المتوفرة، واستخدامها في تطوير أعمال المؤسسة، وإنتاج وإبتكار منتجات جديدة وعمليات فعالة من خلال تكنولوجيا حديثة.
 - البعد الثالث: المخاطرة: لا يمكن الانطلاق والدخول في أعمال جديدة دون أن يتحمل كل ريادي وكل مؤسسة قدرا معيناً من المخاطرة وتأثيراتها الحالية والمستقبلية ويعرفها (caraham, Natalia) "مدى قدرة المنظمات على المغامرة في أسواق جديدة غير معروفة، ومدى تخصيصها لجزء كبير من مواردها في مشاريع غير مؤكدة النتائج". (Graham White, Natalia Vila, 2017 , p 03)
3. الجامعة والتوجه الريادي:

1.3. مكانة الجامعة في ظل اقتصاد المعرفة: يشهد القرن 21 تغيرات جذرية هامة تطرح العديد من الفرص والتحديات كالتحول الكبير من الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد المعرفة الذي قلب المفاهيم النظرية والعملية، إذ تتعاظم أهمية المعرفة والتكنولوجيا كركائز أساسية في هذا الاقتصاد، كما يعد الاقتصاد المعرفي توجها عالميا حديثا تسعى الدول والمجتمعات من خلاله الاستفادة من معطيات العصر والتحول من اقتصاد الصناعات إلى اقتصاد المعلومات، وهذا بفضل الاعتماد على الاستغلال الذكي للمعلومات وتكريس ممارسات الإبداع والابتكار، كل هذا من شأنه أن يلعب دورا حاسما في تميز وريادة المنظمات. ويعتبر التعليم من العوامل الأساسية التي يقوم عليها اقتصاد المعرفة، وأهم مصادر تعزيز التنافس الدولي خاصة في مجتمع المعلومات من خلال تنمية رأس المال البشري والذي هو محور العملية التعليمية، كما ينظر للتعليم العالي خاصة باهتمام متنامي في مختلف دول العالم، وينظر إلى مؤسساته بوصفها الرافد الأساسي للموارد البشرية التي تعتمد عليها البلدان للنهوض بالتنمية في مجالات الحياة المختلفة، فمخرجات التعليم هي بمثابة مدخلات للتنمية، كما تعد مؤسسات التعليم العالي هي المكان الأكثر ثراء بالمعرفة كونها لديها طرق قوية تمكنها من ممارسة تقنيات إدارة المعرفة لدعم هدفها ولتحقيق رؤيتها.

وفي ظل التسارع التكنولوجي الذي يشهده المحيط، كان لزاما على الجامعات أن تخرج عن نمطها التقليدي إلى أنماط أكثر فاعلية فلم يعد دورها مقتصرًا على تزويد الطلبة بالمعارف والمهارات من خلال التلقين، بل تعدى ذلك إلى إعدادهم كقادة ومخترعين ومبتكرين وإلى عقد التحالفات والشراكات بينها وبين المؤسسات الصناعية والتجارية والاجتماعية من خلال البحث العلمي والدراسات، وتطوير أنماط التعليم فيها كتأسيس الجامعات الافتراضية والتعليم الإلكتروني والمفتوح وغير ذلك. (خالصة فتح الله، 2021، ص. 87)، إذ أصبحت الجامعات اليوم محركًا للصناعات الجديدة ولنقل الأفكار من مخابر الجامعات إلى ميادين الانتاج، ومن ثم فالجامعات إذن في ضوء اقتصاد المعرفة هي بمثابة مصانع معرفة تنتظر الانتقال إلى السوق، ويعتبر تدفق المعرفة هذا قائداً للابتكار.

2.3. الجامعة الريادية: إن إقحام الجامعة بالتوجه الريادي كان مرحلة تطويرية لنشاط الجامعة ودورها في إحداث التنمية، فإذا ما أرادت الجامعة استدامة تطورها في مجال البحث فإنها لا تستطيع ذلك إلا من خلال إنشاء علاقة جيدة مع مختلف المؤسسات الاقتصادية، أين أصبحت كل الأطراف أمام حتمية العمل في ظل الاقتصاد المبني على المعرفة، وبالتالي يجب على الجامعات أن تتكيف مع النتائج الناجمة عن تبني المؤسسات الاقتصادية لنموذج الابتكار المفتوح، وبذلك تغتنم فرص التعاون والتطور السريع للمعارف الجديدة الناجمة عنه، ويذكر (Etzkowitz) 2003 في تعريفه "للجامعة الريادية كونها تعمل على تدريب الطلاب وإرسالهم إلى العالم، فالجامعة الريادية هي الحاضنة الطبيعية التي تعمل على توفير هياكل الدعم للأساتذة والطلاب لبدء مشاريع جديدة: فكرية، تجارية ومشتركة". (زكية مقري، آسية شنة، 2015، ص. 23)، وباعتبار أن التوجه الريادي هو العملية التي من خلالها تصبح الجامعة ريادية ويعرف ذلك من خلال أبعاد التوجه الريادي للجامعة: (زكية مقري، آسية شنة، 2015، ص 14-15).

- الجامعة المبدعة: هي الجامعة التي تنتهج أسلوب الإبداع سواء على مستوى مهامها (برامج جديدة تخصصات جديدة، أساليب تدريس حديثة، ابتكار أفكار ومشاريع جديدة) أو على مستوى تنظيمها الداخلي (طرق عمل حديثة هياكل حديثة، أساليب إدارية حديثة).

- الجامعة المخاطرة: هي الجامعة التي لها مواقف إيجابية في مواجهة المخاطر.

- الجامعة المبادرة: هي الجامعة التي تتخذ إجراءات استباقية، أي لا تتكيف فقط مع التغيرات وإنما لها القدرة على التنبؤ بها.

وهناك من يضيف إلى ذلك: (فضيلة بوطورة، علاء الدين الوافي، 2021، ص. 477)

- الجامعة المستقلة: هي الجامعة التي لديها القدرة على نفسها وعلى الاستمرار في اتخاذ خيارات صعبة تحدد مستقبلها، أو تلك الجامعة القادرة على التمويل الذاتي، أو إيجاد مصادر جديدة لتوفير التمويل اللازم.

- الجامعة المنافسة: هي الجامعة التي تعمل بجد لتتحدى منافسيها من أجل جذب المزيد من الزبائن وتحسين صورتها، علامتها فتنافسية الجامعة تشير إلى بروز مفهوم السوق وآلياته ودخوله في عمق عمليات وأنشطة المؤسسة، وكذا قياس أدائها ومخرجاتها.

3.3. أهداف الجامعة الريادية: تتمثل أهداف الجامعة الريادية في ما يلي: (لمياء طارق عبد الله و آخرون، 2022، ص. 105-106)

- توطين التكنولوجيا وتوليد ونقل المعرفة للمجتمع عن طريق البحث العلمي المتقدم والقائم على الإبداع والابتكار والتطوير من خلال نشر النتائج أو تطبيقها؛
- تحويل الجامعات من الأدوار التقليدية كصانع للمعرفة ومقدم للتعليم إلى شريك في تسويق البحث العلمي لتطوير الاقتصاد القومي لتفعيل مساهمة الجامعات في التنمية الاقتصادية؛

- مساعدة خريجي الجامعات في الحصول على المعلومات المبتكرة والمعارف التي تساعدهم في الحصول على الوظائف المميزة أو تأسيس أعمال صغيرة خاصة بهم تحفزهم على مواصلة العمل الحر، وتوفير فرص عمل جديدة ومبتكرة من خلال إعداد رواد أعمال لديهم العديد من الشركات الناشئة؛
- إنشاء جيل من المبدعين والرياديين يقدمون إبداعاً على شكل خدمة أو مشروع جديد أو اختراع أو اكتشاف أو منتج؛
- الارتقاء بالجامعات من خلال تعزيز التفكير الإبداعي والريادي لدى أعضاء هيئة التدريس والطلاب وتأهيلهم لمواكبة التطورات التقنية والتكنولوجية، والعمل على تحسين مستوى العاملين بها؛
- تقديم المساهمات التي ترتبط بالتوجهات التنموية للمجتمع على المستوى المحلي والإقليمي والدولي؛
- جعل الجامعة شريكاً في التنمية المستدامة، وتحقيق القدرة والميزة التنافسية للمجتمعات وتسويق البحوث التطبيقية بهدف إيجاد منتجات جديدة، وتطوير الصناعات المحلية.

4.3. الشركات الجامعية الناشئة (نماذج عالمية): وهي شركات ريادية سريعة النمو قائمة على الابتكار يؤسسها أعضاء هيئة التدريس المنتسبين للجامعات بهدف إضفاء الصبغة التجارية على نشاطاتها، ودعم التوجه الاستثماري لها عن طريق تسويق نتائج البحوث، وتطبيق المعرفة العلمية، واستغلال حقوق الملكية الفكرية الناتجة منها، فهي شركة تابعة لإحدى مؤسسات التعليم العالي تهدف لتطبيق المعرفة الناتجة عن نشاطات البحث والتطوير التي توصل إليها الأكاديميون الذين يعملون في الأقسام والمراكز البحثية الموجودة بها، وتميز هذه الشركات بنشاطها القائم على استغلال العمليات والمنتجات والخدمات الجديدة الناشئة عن المعرفة المكتسبة، ونتائج البحوث التي تم التوصل إليها في الجامعة نفسها، كما توفر الجامعات النظام البيئي الأمثل للشركات الناشئة حيث لا تزال الجامعات مراكز التميز بلا منازع عندها يتعلق الأمر بالمعرفة والبحث العلمي، ويمكن للشركات الجامعية الناشئة أن تحقق ثلاثة فوائد أساسية لمؤسسات التعليم العالي تمكنها من القيام بالدور المأمول منها على المستوى الوطني والإقليمي والدولي، وتعد أساساً لتجديد الثقة بين الجامعة والمجتمع، وهذه الفوائد هي: (زهرة بن قمجة، 2023 ، ص. 34-35)

- تيسير إعادة تعريف مفهوم الانتماء للجامعة، وتشجيع أعضاء هيئة التدريس على المشاركة في عملية التغيير والتحول التنظيمي؛
- تعزيز استقلالية الجامعة واعتمادها على ذاتها من خلال التمويل المتنوع والتغيير المستمر؛
- دعم المشاريع العلمية والتكنولوجية الجديدة في جميع عمليات المؤسسة، مع التشجيع على تأسيس أصول وتحالفات معرفية جديدة لتحقيق إنجازات جامعية مستدامة.

وتتطلب الشركات الناشئة ثقافة الابتكار والأفكار الجريئة لاستهداف فرص السوق وأيضاً شبكة من الممولين لتحقيق النجاح. ومن أمثلة الشركات الجامعية الناشئة العالمية نجد في الولايات المتحدة الأمريكية تصدرت حسب منصة PitchBook لعام 2021 الريادة من خلال جامعات Stanford University و California Berkeley حيث بلغ عدد شركائهما 1437 و 1383 برأس مال محصل عليه يقدر 76.7 مليار دولار و 49 مليار دولار على التوالي ، تليهم جامعة Harvard بعدد شركات 1142 و 56.8 مليار دولار كرأس مال محصل عليه، ومن أمثلة الجامعات الرائدة في الابتكار على الصعيد العالمي تواصل جامعة ستانفورد احتلال المركز الأول في قائمة رويترز لأكثر الجامعات ابتكاراً في العالم للعام الخامس على التوالي وذلك من خلال إنتاج براءات اختراع ونشر أوراق بحثية جديدة باستمرار تؤثر على الباحثين في جميع أنحاء العالم تشمل أبرز الأبحاث الحديثة تطوير جيل جديد من البطاريات التي يمكنها توليد الطاقة من مزج المياه المالحة والمياه العذبة (728 برادة اختراع). تليها جامعة

1614 Massachusetts Institute of Technology برادة اختراع، جامعة هارفارد (1101) براءة اختراع. (زهرة بن قمجة، 2023، ص.35)

5.3. متطلبات دعم ريادة الأعمال في الجامعات: لقد تطورت أدوار الجامعة بمفهومها الحديث وهو تطوير المجتمع من خلال أبحاثها ومخرجاتها، وظهر مفهوم الجامعة المنتجة أو الجامعة الريادية، وفقا لهذا المفهوم تقوم رابطة أو شراكة ما بين الجامعات ومؤسسات الإنتاج، وعليه لابد من الإشارة إلى أن الجامعة لا تكون قادرة على القيام، بدورها الكامل وتحقيق أهدافها إلا من خلال تفعيل أدوارها نحو تعزيز التوجه الريادي، وهذا الدعم لريادة الأعمال يتطلب مجموعة من المتطلبات التي يمكن إبرازها في النقاط التالية: (محسن ثامر، يوسف باهي، 2021، ص.170-171)

● تحويل دور الجامعة من التركيز على التوظيف إلى التركيز على مبدأ خلق فرص العمل، فيكون السعي ليس فقط لتوافق النواتج متطلبات التوظيف في سوق العمل، وإنما بناء وتصميم مناهج وتخصصات لتخريج طلاب قادرين على خلق فرص العمل في السوق عبر الاستثمار في الأبحاث والأفكار والمخترعات، وبالتالي تسهم الجامعة بأن يكون للدولة موقعا في التنافسية العالمية.

● الشراكة الحقيقية مع أصحاب المصلحة من القطاعات العامة والخاصة والخريجين، ما يعني الشراكة المتوازنة التي تتيح للجامعة الاستفادة والتفاعل مع الشرائح المختلفة في المجتمع المحلي والتي يأتي على رأسها الخريجون الذين يعتبرون أصولا استثمارية ضخمة حين تحسن الجامعة التواصل معهم. هذا إضافة إلى أهمية التركيز على شراكة المنشآت الصغيرة، ورواد الأعمال، والجمعيات غير الهادفة للربح، والتوسع في إنشاء المشاريع المشتركة المعززة لبناء ثقافة ريادة الأعمال في المجتمع المحلي.

● نقل التقنية والمعرفة، ويتم ذلك بالتواصل الوثيق مع الجامعات في جميع انحاء العالم المتقدمة في مجال ريادة الأعمال. ومن وسائل نقل التقنية إقامة المراكز العلمية ومراكز الابتكار، برامج الملكية الفكرية والحاضنات الافتراضية التي يمتد دورها من تشجيع الأعمال الحرة الصغيرة داخل الجامعة مرورا بتقديم الخدمات الاستشارية، وصولا إلى استضافة المشاريع ورعايتها حتى التخرج من الجامعة.

● التعليم القائم على الإبداع والابتكار، فريادة الأعمال تتطلب تعليما قائما على توليد الأفكار والتأمل والابتكار، وإطلاق العنان للإبداع المتحرر، كما يتطلب التفكير الريادي يتمحور الطالب على مفهوم "المنشأة" أثناء الدراسة الجامعية. هذا المفهوم الذي يوجه التفكير والإبداع إلى مكونات وأنشطة ومهارات بنائها ويصبح التعليم التطبيقي المجال الشائع لأساليب التعليم الجامعي.

● القيادة القادرة على توفير الإمكانيات المادية والمعنوية لرواد الأعمال، فوجود الإدارة الواعية بأهمية التوجه نحو ريادة الأعمال والمقتنعة بآليات بناء جيل المعرفة هو أحد أهم عناصر بناء الجامعة الريادية، فنشر ثقافة ريادة الأعمال يتطلب وقتا طويلا ويتطلب وضع الخطط الاستراتيجية لذلك. ومن ذلك استحداث البرامج الداعمة لبناء رواد الأعمال في التعليم الجامعي مثل مراكز التميز لريادة الأعمال والأندية والشركات الطلابية ومسابقات مشاريع ريادة الأعمال.

4. واقع التوجه الريادي في الجامعة الجزائرية وآليات تعزيزه:

1.4. التعليم الريادي كإستراتيجية في تطوير ريادة الأعمال: لقد أصبح التعليم الريادي أحد الإستراتيجيات المستخدمة للتقليل من حجم البطالة بين خريجي الجامعات والشباب حيث يسعى هذا التعليم إلى بناء ذهنية تتبنى المبادرة، وتمتلك مهارة حل المشكلات، كما يوفر للطلبة إمتلاك الرؤية المستقبلية للاستفادة من الفرص المختلفة ورفع قدرة الأفراد على إستشراف التغيرات الإجتماعية و الاقتصادية والإستجابة لها وتشجيعهم على تطوير الذات والمبادرة وتحمل المسؤولية، الإبداع، وكذلك الإهتمام بتنمية بعض المهارات المهنية والعملية وغيرها من المهارات التي تؤهلهم لكي يكونوا رجال أعمال ناجحين قادرين على اكتشاف

الفرص التجارية، والاستفادة منها في توفير فرص عمل مبتكرة و متميزة. ويعرف التعليم الريادي على أنه عبارة عن " برامج تدريسية هدفها تحفيز دافعية الطلاب نحو تكمص العمل الحر، وذلك من خلال تعليمهم إنتاج أفكار جديدة وتحديد فرص واكتشافها، بالإضافة إلى تأصيل بعض الصفات والخصائص الشخصية مثل: المبادرة، المخاطرة، تحمل المسؤولية". (أميرة علويط، أمحمد فرعون، 2022، ص.121)

وعليه تتجلى أهداف التعليم الريادي في الجامعة فيما يلي: (أميرة علويط، أمحمد فرعون، 2022، ص 120)

- معرفة لماذا؟ أي تطوير المواقف الصحيحة والدافعية لبدء المشروعات

- معرفة كيف؟ أي اكتساب القدرات التقنية والمهارات اللازمة لتطوير المشروع

- معرفة من؟ أي تعزيز شبكات الاتصالات للمشروعات الريادية

- معرفة متى؟ أي تحقيق الحدس الحاد للقيام بالموقف الصحيح؛

- معرفة ما؟ لتوفير قاعدة من المعارف والمعلومات لتنمية مشروع جديد.

إن برامج التعليم الريادي تهتم بتنمية قدرات المتعلمين على توفير وظيفة للذات وللغير من خلال إقامة مشروعات ريادية جديدة بإنتاج سلع أو خدمات جديدة، ونظراً لأن الريادة تسعى لبناء نظام اقتصادي يتسم بالإبداع والابتكار، فيجب أن يتم تفعيلها تحت قيادة مؤسسات التعليم العالي للتمكن من استحداث الأفكار الريادية، وتبنيها من خلال التعليم الريادي لتصبح مشاريع رائدة ومنتجة.

2.4. تحديات التعليم الجامعي في الجزائر: يمكن للجامعات أن تلعب دوراً مهماً في تحديد، وتطوير الصفات الريادية للطلبة في الجامعات، وتطوير قدراتهم على إنشاء مشاريعهم الخاصة وخلق فرص عمل وبالتالي المساهمة في تنمية الاقتصاد الوطني، فالجامعات تعتبر مصدر لرأس المال البشري وخاصة في مجال الريادية، فتعليم الريادة يساهم في الرفع من إمكانية امتلاك خريجي الجامعات لأفكار مشروعات أعمال تجارية تتمتع بالابتكار و التكنولوجيا العالية، كما يساهم في إيجاد جسر يربط بين المجتمع الأكاديمي و قطاع الأعمال، وبالرغم من هذا إلا أن التعليم الجامعي (العالي) في الجزائر لا يزال يواجه مجموعة من التحديات أهمها ما يلي: (بن يمينة خيرة وآخرون، 2020، ص.36-37)

- عدم توافق المناهج البيئية التعليمية خاصة في ظل المتغيرات الدولية التي فرضت بيئة تعليمية سماتها المعرفة؛
- ضعف المناهج التعليمية المتبعة في الجامعات الجزائرية خاصة التي تتعلق بالجانب الريادي، سواء من ناحية البرامج، المحاور، الوضوح، وضع محتويات من طرف غير متخصصين في الميدان؛
- هجرة الكفاءات وعدم بقاءها في الداخل للمساهمة في التأطير والتكوين؛
- عدم تعاون الشركاء الاجتماعيين مع المؤسسة الجامعية؛
- بطئ تفاعل القطاع الخاص في تحديد احتياجاته من الخريجين وفي تقديم الخدمات التدريبية أثناء الدراسة؛
- غياب التخطيط الاستراتيجي للمناهج التعليمية على مستوى الوزارة؛

إن التكوين الريادي لا يزال غائباً في مجال التعليم في الجامعات لأن التكوينات المتوفرة لا توفر المفاهيم الضرورية للفهم الجيد لمنطق الأعمال، في الواقع عدد قليل جداً من مؤسسات التعليم العالي في الجزائر (الجامعات والمدارس) تقدم تكوين في مجال المقاولاتية في مرحلة ما بعد التدرج، وبالإضافة إلى ذلك فالتوزيع الجغرافي للهيكل التكويني يخضع لمعايير يملها التقسيم الإداري، وليس لمعايير موضوعية متعلقة بالخصوصيات الطبيعية والاقتصادية، كل منطقة وبوجود وبالمهمن المتواجدة في هذه

المناطق وبالتالي فإن المنظومة الحالية لا تأخذ بعين الإعتبار المتطلبات الجديدة لسوق العمل، بالإضافة لكونها تعتمد على أساليب التلقين وعدم المبادرة. (محمد قوجيل، يوسف قريشي، 2015، ص. 169)

3.4. آليات تعزيز دور الجامعة نحو التوجه الريادي في الجزائر: نؤكد على أهمية الدور الذي ينبغي أن تؤديه المؤسسة الجامعية كفضاء علمي في مجال غرس ثقافة وتنمية روح الريادية لدى الطالب الجامعي بما يسمح أن تتولد لديه الرغبة في إنشاء مؤسسة حتى يساهم في ترقية التنمية الاقتصادية، ومن بين أهم الوسائل التي تعمل على تعزيز العلاقة بين الجامعة والتوجه الريادي في الجزائر ما يلي: (سامية بن رمضان، 2018، ص، 210-214)

- غرس قيم الإبداع والابتكار بالاهتمام بحاجات الطلبة: من الضرورة ربط التعليم الجامعي بالرغبات والحاجات اليومية للطلاب وهي عملية توجيهية تسعى إلى إكتشاف ميول واستعدادات ومهارات الفرد ونوعيته بفرص التعليم، والتدريب ومجالات العمل المتاحة التي تتفق مع رغباته واتجاهاته وسمات الشخصية وقدراته الذاتية وتزويده بالمعلومات اللازمة عن فرص العمل بما يتوافق مع تعليمه، وهذا يتطلب إعادة النظر في وظائف الجامعات، وكيفية توفير مخرجات ملائمة لسوق العمل.

- توجيه البحوث العلمية في تطوير المشاريع الريادية: تبذل الجامعات محاولات عديدة لربط البحث العلمي بقضايا المجتمع باعتبارها:

- مؤسسات تساعد في عملية صنع القرارات؛
- تكوين اتجاهات وفكر لدى الطلاب والباحثين نحو البحث والقدرة على حل المشكلات باستخدام المعرفة المتاحة، والقدرة على تأسيس مؤسسات خاصة بهم لضمان العمل؛
- عاملا مهما من عوامل الخلق والإبداع المعرفي، وتحقيق التقدم التكنولوجي؛
- موردا تلجأ إليه المؤسسات الاقتصادية التي تقيم مشروعات استثمارية تتضمن نقلا للتكنولوجيا التي توصلت إليها البحوث العلمية.

وعليه ينبغي على الجامعة الجزائرية أن تولي للبحث العلمي اهتماما أكبر وتوفير الكثير من متطلباته، خاصة إذا أرادت أن تلحق بركب الدول المتقدمة.

- تنوع برامج الدراسة لإعداد كوادر لقيادة المشروعات الريادية: في هذا الإطار على مؤسسات التعليم العالي أن تبني برنامج توعوي وتوجيهي للطلبة في كل مستويات التعليم والتدريب ونوعياته بهدف ترسيخ المبادئ والقيم، ورفع درجة الوعي بالمهنة، لأن التحدي الراهن والمستقبلي المطروح على التعليم الجامعي، وضع المناهج ومدى مناسبتها مع المعلومات الحديثة وحاجة سوق العمل ومتطلباته المتجددة، ورغبات الطلاب ومدى تفاعلهم مع التطور الحادث من حيث المهارات والمعلومات والكفاءات، فعلى الجامعة توجيه دورها في المساهمة في تنمية المجتمع من خلال وظائفها الأساسية، وكذلك رسم الخطط الإستراتيجية، وتسطير برامج تكوينية وتدريبية، وإقامة شراكات حقيقية مع المؤسسات الاقتصادية المنتجة.

لقد تبنت الجزائر هذا المنهج بإنشاء دار المقاولاتية في بعض الجامعات أولها جامعة قسنطينة سنة 2006 وتعتبر رائدة على المستوى الوطني بإنشاء دار المقاولاتية تتكفل بتنشيط ملتقيات وندوات لفائدة الراغبين في إنشاء المؤسسات وكذا التكفل بتدريس مادة المقاولاتية في كافة أقسام الجامعة، لتلها جامعات أخرى سنة 2013، ثم تم تعميمها في كافة جامعات الوطن سنة 2014. فدار المقاولاتية تمثل الأداة المناسبة لغرس قيم ريادة الأعمال وتعريف الطلاب على الإجراءات التي يجب اتخاذها لتحقيق أفكار وإبراز المشاريع ذات القيمة المضافة العالية التي تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني. (بن عياد جلييلة، 2020، ص. 289)

وقد حققت دور المقاولاتية في الجامعات الجزائرية نتائج جد إيجابية تمثلت فيما يلي: (فتيحة بوحروود، سعاد قورين،

2021، ص363)

- إنشاء 58 دار مقاولاتية في مجال خلق المشاريع وتنظيمها تغطي كامل التراب الوطني؛
- ارتفاع معدلات التحاق خريجي الجامعات بدار المقاولاتية في نظام الوكالة الوطنية لتشغيل الشباب (ANSEJ)، فقد زادت من 8 % إلى 30% خلال الفترة ما بين (2008 – 2016)؛
- ارتفاع معدل إنشاء المؤسسات الصغيرة من قبل خريجي الجامعات من 6% في 2013 إلى 13% في 2015 وإلى 18% في سنة 2016.

وتعتبر دار المقاولاتية نقطة التقاء بين الجامعة والوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب هدفها الرئيسي تنمية روح المقاولاتية وتكريس الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

- تطوير الثقافة المعرفية والفكر المقاولاتي: تعد مسألة تطوير الفكر المقاولاتي من طرف مؤسسة الجامعة لدى الطلبة مفتاحا أساسيا في مقدره الطالب على خلق فرص وظيفية، وأعمال خاصة بهم، كما تعمل على إذكاء المنافسة بينهم، وللتعليم دور مهم في المساهمة في ترسيخ وتعزيز هذا المفهوم وقيمه ومبادئه من خلال تزويد المؤسسات الناشئة والشباب بالمهارات والكفاءات اللازمة لبناء قدراتهم الذاتية وإمكاناتهم الشخصية التي تساهم على الاعتماد على الذات وبث روح الإبداع والابتكار لديهم، وهذا ما يجعل من صانعي السياسات بالجزائر اليوم ومتخذي القرارات، الاهتمام بموضوع الريادة باعتباره مفتاحا لخلق فرص العمل، وتحقيق النمو الاقتصادي في ظل الأزمات الاقتصادية التي تتعرض لها الجزائر لا سيما الأزمات النفطية و الأزمة الصحية الأخيرة (أزمة كورونا) التي كانت ذات آثار وخيمة على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي،
- تعزيز آليات دعم ومرافقة الشباب: تسعى الدولة إلى توفير آليات لمساعدة الشباب والمؤسسات الناشئة لاحتضان مشاريعهم وتجسيد أفكارهم والعمل على إنجاحها وإبراز أهميتها بالنسبة لحاملي المشاريع، كما أن الهيئات المرافقة لها دور أساسي في ترسيخ ثقافة الريادة سواء عن طريق الاستقبال، الإعلام، والتوجيه، والمرافقة والتكوين.

ومن أبرز هيئات الدعم التي اعتمدها الجزائر في سبيل ذلك نجد: (زهية لموشي، إلهام نايلي، 2020، ص.148-154)

- هيئات مختصة في المجال التمويلي: وهدفها تدعيم وتقديم الإستشارة ومرافقة الشباب ذوي المشاريع في تطبيق مشاريعهم، وتقديم المساعدة المالية، وهذا بإقامة العلاقة مع البنوك والمؤسسات المالية، ومن أهم هذه الهيئات نجد كل من (ANSEJ, CNAC, CGCI)..... الخ
- هيئات مختصة في المجال الإداري والعقاري: وهدفها تحقيق و تبسيط إجراءات تأسيس المشاريع مثل: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI)، وحاضنات الأعمال.
- هيئات مختصة في مجال التشاور والتأهيل: نجد المجلس الوطني للاستثماري لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بورصات المناولة والشراكة، والهدف منها ترقية وبث روح التحاور والتشاور بصفة دائمة ومنظمة بين السلطة والشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين حول المشاكل المتعلقة بالتطور الاقتصادي خاصة، وتمارس أيضا الدور التنظيمي والإعلامي.
- حاضنات الأعمال: تعد حاضنات الأعمال بمثابة مؤسسات تنموية تنشأ بهدف دعم ورعاية المبدعين من أصحاب أفكار المشروعات الطموحة، واستحداث وطائف عمل، من خلال تنمية رأس المال المعرفي، لذا تعد من أهم الآليات التي تساعد الجامعات على تحقيق التنمية المستدامة، فهي تركز بشكل أساسي على تحفيز ابتكار المؤسسات الناشئة من خلال احتضان

المؤسسات الناشئة وحاملي المشاريع المبتكرة، إذ تتولى حاضنة الأعمال مهام مرافقة المؤسسات الناشئة التي يتم احتضانها خلال فترة الحضانة، وهو ما يتجلى من خلال تقديم الخدمات التالية: (زهرة بن قمجة، 2023، ص.33)

- توطين الشركات الناشئة التي تقبل طلبات احتضانها، وكذا تزويدها بمساحات عمل مهيأة.
- مرافقة حاملي المشاريع أثناء إجراءات إنشاء المؤسسة الناشئة، وذلك من خلال توفير جملة من الخدمات، يتم تحديدها عند تقديم طلبات الحصول على علامة " حاضنة أعمال لدى اللجنة الوطنية عبر البوابة الإلكترونية للمؤسسات الناشئة.
- تقديم المساعدة اللازمة للمؤسسة الناشئة من أجل إنجاز مخطط الأعمال ودراسات السوق وخطط التمويل المناسبة.
- توفير التكوين وتمكين حاملي المشاريع من كافة الوسائل اللوجيستية مثل المكاتب وقاعات الاجتماعات وعتاد الإعلام الآلي والانترنت.
- تقديم المساعدة اللازمة للمؤسسات الناشئة في سبيل إنجاز النماذج.
- توفير المرافقة الضرورية للمؤسسات الناشئة من أجل إيجاد مصادر التمويل والانتشار في السوق، ولهذا الغرض يتعين أن يكون لدى الحاضنات مستخدمون يتمتعون بقدر عال من المؤهلات المطلوبة، فضلا عن حيازتهم للخبرة المهنية الكافية في مجال مرافقة المؤسسات.

ومن بين أهم هيئات الدعم التي لها دور جديد في دعم العمل المقاوالاتي هي الوكالة التي أنشأتها الدولة باسم الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاوالاتية، تم إنشاء هذه الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي 20-329 المؤرخ في نوفمبر 2020، وما هي إلا إمتداد مع إتمام للوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب، والجديد لهذه الوكالة هي توجيهها نحو الجانب الاقتصادي أكثر منه الجانب الاجتماعي. ومن بين المهام والشروط الجديدة التي تم إدراجها للوكالة تتلاءم مع هذه المقاربة الاقتصادية ما يلي: (لعقاب كمال، 2023، ص.15-16)

- تحسين ونشر ثقافة المقاوالاتية؛
- مرافقة الشباب (خريجي الجامعات) حاملي المشاريع إلى غاية التجسيد الفعلي لها؛
- السير على عصرية وتوحيد معايير إنشاء المؤسسات المصغرة ومرافقتها ومتابعتها؛
- تشجيع تبادل الخبرات من خلال برامج المنظمات والهيئات الدولية والشراكة مع الوكالات الأجنبية المختصة في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

5. خاتمة:

تزايد الاهتمام بالتحول نحو الجامعة الريادية، وهذا ما جعل مختلف الدول باختلاف مستوياتها تبادر بوضع سياسات من شأنها زيادة ميل أفرادها ليصبحوا رواد أعمال Entrepreneurs، وذلك بإدخال التعليم الريادي في المؤسسات التعليمية، لإيجاد ثقافة ريادية تساهم في إيجاد مشروعات ذات أفكار جديدة وتقديم منتجات وخدمات متميزة، بالإضافة إلى القدرة على التعامل مع المخاطر التي قد تواجه ريادة الأعمال. ومن خلال هذه الدراسة البحثية توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ تعتبر ريادة الأعمال آلية هامة لإحداث التغيير الإستراتيجي، فهي تنطوي على عملية إنشاء فرصة أو اغتنامها، والسعي إليها بصرف النظر عن الموارد الحالية المتوفرة. فهي ممارسة تأسيس منظمات جديدة أو إعادة تنشيط المنظمات القائمة استجابة للفرص المتوفرة، ويمكن وصفها تبعا لذلك بأنها عملية ديناميكية لخلق الثروة.
- ✓ إن للريادة والتوجه الريادي دور كبير في تعزيز مبادئ الإبداع والإبتكار لدى المنظمات من أجل البقاء والنمو في عالم الأعمال سريع التغيير من خلال الكشف عن الفرص المختلفة، والدخول في أسواق جديدة.

✓ إن الدور الجديد الذي تسعى إليه الجامعات اليوم في ظل هذه التحديات هو التحول من نمطها التقليدي القائم على التلقين والحفظ إلى الجامعة المنتجة أو الريادية التي تبني وتصمم مناهجها وتخصصاتها لتخريج طلبة قادرين على الإبداع والوفاء لمطالبات سوق العمل، وإكسابهم القدرة على تحويل أفكارهم ومبادراتهم الريادية إلى مشروعات خاصة بهم بل وتنمية قدراتهم المختلفة.

✓ زادت أهمية التركيز على تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب من خلال تحويل دور الجامعة من التركيز على التوظيف إلى التركيز على خلق فرص العمل، وكذا عقد شراكات وعلاقات مع كافة القطاعات ذات العلاقة بالجامعة، إلى جانب الجامعات العالمية والتميزة في مجال ريادة الأعمال والمعارف المتطورة.

✓ إن الاهتمام بالتعليم الريادي يؤدي إلى زيادة احتمال امتلاك الخريجين لأفكار مشروعات أعمال تجارية ذات التكنولوجيا العالية والتي تخدم التوجه نحو بناء مجتمع المعرفة والمساهمة في التغلب على مشكل البطالة.

✓ بالرغم من الآليات التي اعتمدها الجامعات الجزائرية فيما يخص التوجه نحو ريادة الأعمال إلا أنه بقي عملها يركز على تكوين الطلبة فقط وأيضاً نستطيع أن نقول أنها مازالت متأخرة في انتهاجها لهذه التوجهات الريادية وذلك مقارنة بظهور وتطور هذا الاهتمام في بيئات الأعمال للدول المتقدمة.

وعلى ضوء هذه النتائج التي توصلنا إليها يمكن أن نقدم أهم التوصيات:

- العمل على تحسيس الطالب الجامعي على أن العمل الريادي اختيار وليس بديل في ظل تناقص فرص للتوظيف.
- إن التوجه الجديد للجامعات نحو الريادية يتطلب منها تطوير البرامج والمناهج الدراسية بما يتوافق مع متطلبات سوق العمل.
- ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال في الجامعات الجزائرية، والإهتمام بها ضمن خطة الجامعة الأكاديمية.
- التأكيد على أهمية التعليم الريادي وخاصة في المستوى الجامعي لغرس روح المبادرة وثقافة الإبداع والتشجيع على العمل الحر، مع ضرورة تهيئة المحيط الداعم.
- زيادة الملتقيات والمحاضرات عن الفكر المقاوالاتي في مختلف كليات ومعاهد الجامعة الجزائرية.
- فتح فروع لحاضنات الأعمال على مستوى الجامعة تعمل على التكفل بأفكار مشاريع الطلبة ودفعهم لتجسيدها.
- تعزيز فكرة التعاون وعقد الاتفاقات بين الجامعة ومراكز التدريب والمؤسسات الاقتصادية في تكوين الطلبة لإقامة مشاريع مقاولاتية لتشجيع وتنمية روح المقاوالاتية وتدعيم روح المبادرة الفردية ونشر ثقافة الاعتماد على النفس في استحداث مناصب العمل الدائمة.
- تقديم الجامعة مقررات دراسية تهتم بتعزيز ثقافة ريادة الأعمال والعمل الحر للطلاب.
- إنشاء حاضنات الأعمال التكنولوجية، ومراكز ريادة الأعمال في الجامعات.
- العمل على تدعيم الرابطة بين الجامعة وخريجها وإيجاد الآليات الكفيلة بضمان تواصل مستمر بينهم من أجل الاستفادة منهم بعد دخولهم عالم الشغل والريادية، من خلال التعاون في مجال البحوث وتقديم المحاضرات والمشورة والنصح للطلاب.
- توفير الإمكانيات المادية والمالية والبشرية اللازمة لدعم المشروعات الريادية، واستحداث برامج ومقررات دراسية تستهدف بشكل مباشر تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب،

- تطوير أنماط وأساليب التعليم والتعلم، حتى يصبح التعليم قائما على الإبداع والابتكار بدءا من الحفظ والتلقين، وتوفير خريجين أكثر استعدادا لبدء مشروعات تجارية خاصة بهم .
- تفعيل دور المقاولاتية في الجامعات الجزائرية وتعميمها على كافة الجامعات، وذلك بإقامة تدريبية تطبيقية مكثفة.
- ينبغي أن تكون أهداف البرامج التعليمية والتدريبية لريادة الأعمال واضحة وواقعية.

6. قائمة المراجع:

1. ميساوي عبد الحق (2020)، مقارنة تطور العمل الريادي في الجزائر من خلال مؤشرات المرصد العالمي لريادة الأعمال ، مجلة الإستراتيجية والتنمية ، المجلد 10، العدد 01.
2. الجودي محمد علي (2015) ، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
3. بلال خلف السكارنة(2008) ، الريادة وإدارة منظمات الأعمال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة 01، عمان.
4. أحمد المعاني و آخرون (2016)، قضايا إدارية معاصرة، دار وائل، الأردن.
5. حامد كاظم متعب،(2017)، جواد محسن راضي، دور التوجه الريادي في إصلاح أدوار الجامعات العراقية ووظائفها، مجلة المتن للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 07، العدد 03.
6. - معيزي نجاة ، بوزرب خير الدين(2017)، دور الجامعة في تحسين روح المقاولاتية لدى الشباب الجامعي، قراءة في تجارب دولية، مجلة معهد العلوم الإقتصادية، المجلد 20، العدد 03.
7. Denise T. Smart, Jeffrey S. Conant(1994), Entrepreneurial Orientation, Distinctive Marketing Competencies And Organizational Performance, journal of applied Business research, volum 10, N 3.
8. طعيبة محمد سمير، عبيرات مقدم (2021)، جدلية تكوين إطار مفاهيمي لريادة الأعمال والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة دراسات إقتصادية، المجلد 15، العدد 02.
9. زايد مراد(2010)، الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة، مداخلة في الملتقى الوطني حول المقاولاتية، التكوين وفرص الأعمال، كلية علوم التسيير والإقتصاد، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، أيام 6/ 7/ 8 أفريل.
10. حكيمه قويسبي(2023)، الإطار المفاهيمي لريادة الأعمال وعلاقتها بالإبداع والابتكار، المجلة الجزائرية للدراسات الإقتصادية والإدارية، المجلد 03، العدد 01.
11. سعيدة ضيف وآخرون (2020)، نحو تحقيق تنمية اقتصادية من خلال تعزيز دور ريادة منظمات الأعمال ، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة ، المجلد 05، العدد 02.
12. محمد عبد العال النعيمي وآخرون (2016)، أثر العلاقة بين التوجه الريادي التدريجي والجدري على الفعالية التنظيمية للجامعات الخاصة الأردنية بمدينة عمان، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 48.
13. علي عصام السلطاني، صالح عبد الرضا رشيد (2013) التوجه الريادي في منظمات الأداء العالي ، المجلة العراقية للعلوم الإدارية ، المجلد 09، العدد 38 .
14. مسيح أيوب (2017)، دور التوجه الريادي في نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد 31، العدد 11.
15. محمد عبد الله أبو عزيز وآخرون(2022)، العلاقة والأثر بين اليقظة الإستراتيجية والتوجه الريادي ، مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث ، المجلد 10، العدد 03.
16. جمال درهم وآخرون(2021)، أثر التوجه الريادي في تحقيق التميز المؤسسي في الجامعات اليمنية الأهلية في العاصمة صنعاء، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد 14، العدد 50.
17. Graham White,Natalia Vila(2017), Entrepreneurial orientation's effect an marketing strategies and succs implications for us frins entering cuba, International Entrepreneurship and Management Journal .
18. خالصة فتح الله(2021) ، أثر إدارة المعرفة على جودة مخرجات التعليم العالي، دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر.
19. زكية مقري، أسية شنة (2015)، دور التوجه الريادي لمخابر البحث الجامعية في إنشاء المشاريع الصغيرة، مجلة دراسات العدد الإقتصادي، المجلد 06، العدد 02، جامعة الأغواط.

20. فضيلة بوطورة، علاء الدين الوافي (2021)، أبعاد التوجه المقاوالاتي للجامعة طريق لنجاح ثنائية تحل مشاكل الإقتصاد-جامعة الملك فهد نموذجاً- مجلة دفاتر بوادكس ، المجلد 10، العدد 01.
21. لمياء طارق عبد الله و آخرون(2022)، دور كليات السياحة و الفنادق في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 10، العدد 2.
22. زهرة بن قمجة(2023)، دور الجامعة في توفير بيئة داعمة لريادة الأعمال (تجارب عالمية رائدة)، مجلة الاصلاحات الاقتصادية و الاندماج في الاقتصاد العالمي، المجلد 11، العدد 1.
23. محسن ثامر ، يوسف باهي(2021)، آليات اعتماد ودعم الجامعات لريادة الاعمال، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، المجلد 07، العدد 02.
24. أميرة علويط ، أمحمد فرعون (2022)، دراسة تقييمية لواقع التعليم الريادي لعينة من الجامعات الجزائرية (سطيف- المسيلة- بسكرة)، مجلة الاقتصادية والمالية (JEF) ، المجلد 08، العدد 02.
25. بن يمينة خيرة وآخرون (2020)، دور الجامعة المقاوالاتية في تفعيل فكرة إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة-دراسة تحليلية- كتاب جماعي بعنوان المقاوالاتية و رهان التنمية الاقتصادية،،مخبر دراسات التنمية المكانية وتطوير المقاوالاتية ، جامعة أدرار .
26. محمد قوجيل، يوسف قريشي (2015)، سياسات دعم المقاوالاتية في الجزائر ، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ، العدد 07.
27. سامية بن رمضان (2018) ، دور الجامعة في تشجيع روح المقاوالاتية لدى الطالب الجامعي (الرأس المال البشري)، مجلة الإنسان والمجتمع، المجلد 01، العدد 26.
28. بن عياد جلييلة (2020)، دور الجامعة في دعم ريادة الاعمال "الجزائر ومصر نموذجا" ، المجلد 11، العدد 01.
29. فتيحة بوحروود، سعاد قورين(2021)، التعليم المقاوالاتي الجامعي كآلية لدعم المقاوالاتية، عرض تجارب بعض الجامعات العربية و الجزائرية، مجلة الإقتصاد و المناجمنت، المجلد 20، العدد 01.
30. زهية لموشي، إلهام نايلي (2020)، التجربة الجزائرية في دعم وترقية المقاوالاتية كآلية لتحقيق التنمية الاقتصادية، كتاب جماعي بعنوان المقاوالاتية و رهان التنمية الاقتصادية،،مخبر دراسات التنمية المكانية وتطوير المقاوالاتية. جامعة أدرار .
31. لعقاب كمال (2023)، جهود الجزائر في مجال ترقية المقاوالاتية خلال فترة 2020-2022 ، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 07 العدد 01.

آليات دعم وتطوير ريادة الأعمال في سلطنة عمان
- صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إنماء نموذجا -

**Mechanisms to support and develop entrepreneurship in the Sultanate of Oman
- Enmaa Small and Medium Enterprises Development Fund as a Model -**

بن براهيم فارس¹، بايع راسو حنان²، حمادي وليد³

¹ جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

² جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

³ جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي (الجزائر)

ملخص: مع تزايد اهتمام الدول والمنظمات العالمية بمناخ ريادة الأعمال والعمل على تنميته وتطويره، وكما تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحد الفاعلين الأساسيين في اقتصاد قوي وناجح نظرا لمرونتها وسهولة إنشائها نسبيا ومساهمتها في معدلات النمو والحد من مشكلات البطالة بصور فعالة وموضوعية، وإدراكا منها أن الاقتصاد القوي مبني على منظمات ريادية في ظل اقتصاد المعرفة واعتماد المؤسسات على الإبداع والابتكار والاستفادة من التطور التكنولوجي المتزايد، لئلا تسعى الدول والحكومات إلى العمل على توفير بيئة ملائمة لمؤسساتها من خلال توفير كل المتطلبات من بنى تحتية، شبكة النقل واللوجستيك، المنظومة القانونية، الرقمنة، النظم الجبائية المحفزة، وأهم شيء مصادر تمويل وبرامج الدعم وهذا ما نستتقرق له في مداخلتنا بتسليط الضوء على برامج الدعم والتنمية للمؤسسات من خلال عرض تجربة دولة سلطنة عمان ودراسة دور صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "إنماء" في دعم وتطوير وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سلطنة عمان.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، صندوق "إنماء".

Abstract: With the increasing interest of countries and international organizations in the entrepreneurship climate and working to develop it, small and medium enterprises are also considered one of the main actors in a strong and successful economy due to their flexibility and relative ease of establishment and their contribution to growth rates and reducing unemployment problems in an effective and objective manner, Recognizing that a strong economy is built on entrepreneurial organizations in light of the knowledge economy and institutions' reliance on creativity and innovation and benefiting from increasing technological development, Therefore, countries and governments seek to work to provide a suitable environment for their institutions by providing all infrastructure requirements, Transport and logistics network, legal system, digitization, incentive tax systems, The most important thing is sources of financing and support programs, and this is what we will address in our intervention by highlighting support and development programs for institutions by presenting the experience of the Sultanate of Oman and studying the role of the Small and Medium Enterprises Development Fund "Inma" in supporting, developing and establishing small and medium enterprises in the Sultanate of Oman.

Keywords: Entrepreneurship, small and medium Foundation, "Inmaa" Fund.

1. مقدمة:

مع تزايد الاهتمام بزيادة الأعمال وإنشاء المشاريع كمدخلات هامه من مدخلات النمو الاقتصادي للدول، حيث تعتبر إليه تمكن من تطوير نسيج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مما يساهم في خلق مناصب الشغل وكذلك الرفع من مستوى المنتج الوطني وتنافسية المؤسسات على المستوى الدولي، ولهذا سعت اغلب الدول إلى إيجاد آليات وميكانيزمات تساعد في خلق وتطوير وديمومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجعلها قادرة على المنافسة والبقاء في السوق الوطني والدولي وهو ما ينعكس إيجابا على الاقتصاد الوطني.

وهذا ما نحاول التطرق له في دراستنا هذه من خلال التعرف على واقع صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "إنماء" في سلطنة عمان الذي يعتبر أحد الآليات لدعم وتطوير ريادة الأعمال.

1.1. الإشكالية: من خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

مامدى مساهمة صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دعم وتطوير ريادة الأعمال في سلطنة عمان؟

تساؤلات فرعية:

- ماهية ريادة الأعمال وتطورها؟

- ما المقصود بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

- ماهي إجراءات الدعم والمزايا التي يقدمها صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "إنماء"؟

2.1. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الاهتمام المتزايد بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من طرف الدول والحكومات حيث أنها تعتبر الدينامو الحقيقي للإقلاع الاقتصادي ومساهمتها في الرفع من مؤشرات الاقتصاد الوطني ككل ونظرا لمرونتها وتكيفها مع المتغيرات البيئية المحيطة وكذلك راجع الى النتائج المرضية التي حققتها على المستوى الكلي.

3.1. أهداف الدراسة:

● التعرف على ماهية ريادة الأعمال وأبعادها؛

● التعرف على مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

● التعرف بالصندوق ونشأته ومهامه واليات عمله.

4.1. منهج الدراسة:

تم إتباع المنهج الوصفي في هذه الدراسة حيث تم عرض ووصف متغيرات الدراسة وتفسيرها نظريا والتوصل بذلك لنتائج وتوصيات من خلال التطرق لعدة محاور.

5.1. الإطار العام للدراسة:

من أجل تحقيق الأهداف ومعالجة مشكلة الدراسة بصورة علمية قمنا بتقسيمها إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: مفاهيم حول ريادة الأعمال وتطورها وأبعادها.

- المحور الثاني: مفاهيم حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخصائصها.

- المحور الثالث: التعرف على صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "إنماء" ونشأته ومهامه واليات عمله.

المحور الأول: مفاهيم حول ريادة الأعمال وتطورها وأبعادها.

أولاً: مفهوم ريادة الأعمال:

تأثر مفهوم ريادة الأعمال بمختلف المدارس الفكرية وتطورها وسنتطرق الى أهم التعريفات:

- فقد عرفها بيتر دراكر "على أنها" قدرة منظمة على تعظيم العوائد والأرباح من خلال الاستغلال الأمثل للقرص لتحقيق التميز وقد أشار الى المنظمات الرائدة في بيئة عملها وعرفها على أنها تلك التي تحتل موقع مهيمن في السوق وتحقق ميزة تنافسية بين منافسيها". (زيدان، 2017، صفحة 74)

- وعرفها مرصد الريادة العالمي لريادة الأعمال "على أنها أي محاولة إنشاء 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" (صكوشي ومجدل، صفحة 40)

وتتضمن عملية الريادة جميع الوظائف والأنشطة والأفعال المرتبطة مع إدراك الفرصة وخلق المنظمات التي تستثمرها وبشكل عام يتضمن مفهوم الريادة كلا من الفرصة والمخاطرة فيما تتكون العملية الريادية كلا من الأتي : الفرصة؛ المخاطرة؛ الابتكار الذي يخلق الفرصة؛ الريادي الذي يدرك الفرصة؛ الموارد التي تستثمر الفرصة.

ثانياً: أبعاد ريادة الأعمال:

تعددت أبعاد ريادة الأعمال واختلفت باختلاف القطاع الذي تناولته الدراسة، وفيما يلي أبرز الأبعاد التي تناولها اغلب الكتاب والباحثين في مجال إدارة الأعمال. (سامر عرفاوي ووأخرون، 2020)

- الإبداع:

يعرف الإبداع على انه " الميل إلى التعاطي مع أفكار ونشاطات وتجارب خلاقه من خلال التميز في المنتجات والخدمات الجديدة واقتحام الأسواق بدرجة من الثقة العالية"، إن الإبداع هو الوظيفة المحددة للريادة سواء كان في منظمه عامه أو مشروع جديد يقدمه فرد معين، والإبداع يوفر موارد جديدة منتجة للثروة او البقاء على أيضا الموارد الحالية مع تحسين إمكاناتها الإنتاجية، ينظر له على أنه المخرجات الرئيسية للمنظمات التي تبحث عن الريادة وهو غالبا ما يكون مصدر النجاح التنافسي.

- تبني المخاطرة:

تمثل المخاطرة رغبة المنظمة في الحصول على الفرص على الرغم من عدم التأكد الذي يحيط بها، وهذا يعني العمل بصوره جريئة دون معرفه النتائج، فالمنظمات ذات التوجه الريادي ينبغي أن تبحث عن البدائل ذات المخاطرة، ويرى بعض الباحثين إلى عدم وجود حدود معينه لسلوك المخاطرة ما بين المنظمات والرياديين بالنسبة للمشروعات الجديدة فكلما كانت المخاطرة اقل يكون الريادي عامل، وكلما زادت المخاطرة يصبح رياديا، وان تبني المخاطرة يكون ذات علاقة باتخاذ القرارات ومبني على مبدأ المغامرة.

- الاستباقية:

أن الاستباقية تمثل استراتيجيه تؤكد على النظر إلى الأمام، والبحث المستمر عن الفرص السوقية والتجريب مع استجابة سريعة للاتجاهات البيئية المتغيرة، والميل لممارسه الأنشطة التي تؤثر في البيئة كما تضمن التركيز على المستقبل من خلال خلق الأفكار و توقع المشكلات و محاولة منع حدوثها والمحافظة على التكيف، والمواظبة من خلال تنفيذ عمليات جديدة أو إطلاق منتجات جديدة، كما أن البعد الاستباقي يرتبط بالريادة فهو يؤكد على سعي المنظمة إلى اخذ زمام المبادرة في الاستحواذ على

الفرص الجديدة أو الدخول الى أسواق جديدة قبل دخول المنافسين لها. لذلك يعتبر مفهوم الاستباقية يطلق على الحد الذي تحاول فيه المنظمة قياده المنافسين بدلا من السير خلفهم في مناطق العمل الرئيسية مثل إنتاج منتجات جديدة أو تبني تكنولوجيا جديدة أو تقنيات إدارية جديدة.

- هجومية التنافس:

عندما تواجه المنظمة تحديات مع منافسها فلا بد أن تكون لها القدرة على امتلاك خاصية هجومية التنافس من اجل التصدي والهيمنة عليهم في السوق، ويرى الباحثون أن هجومية التنافس تشير إلى ميل المنظمة لتحديات مباشره وبشكل مكثف مع منافسها لتحقيق مدخل أو تحسين موقف لتفوق به عليهم في السوق من خلال ميل المنظمة للتنافس بقوه مع منافسي في صناعتها.

ثالثا: خصائص الريادة:

وللريادية خمس أساسية خصائص وهي: (الهادي ومحسن، 2012)

- الإبداع: والذي يعرف على خلق طرائق جديدة لتطوير المنتجات والتكنولوجيا وأساليب العمل.
- تحمل المخاطرة: وهي الرغبة في التضحية مع احتمال النجاح أو الفشل في تحقيق العائدات والنتائج المرجوة.
- المبادرة: هي الرغبة في أن تكون الأول في تشكيل البيئة تحقيق النجاح.
- التفرد والاستقلالية في العمل لتطوير الأفكار الجديدة والمقرونة بالرغبة.
- القدرة على السلوك التنافسي المتحدي.

رابعا: أهمية ريادة الأعمال:

تساهم ريادة الأعمال بجملة من المنافع سوف نريد أهمها فيما يلي: (الزهرة وفتيحة، 2021)

- تعد الأعمال والمشاريع الريادية اللبنة الأولى في تأسيس منظمات الأعمال على مختلف مستوياتها، وأحجامها والمحرك الاقتصادي الذي يقود العديد من اقتصاديات الدول التي تعامل في إطار المنافسة العالمية؛
- تؤمن فرص عمل جديدة وتساهم في امتصاص البطالة؛
- تشجيع التجديد والإبداع والابتكار، حيث أن الريادة والابتكار ركيزتان أساسيتان في العملية الإبداعية الاقتصادية والاجتماعية وتعزيز النمو وزيادة الإنتاجية؛
- تساهم في تشغيل المرأة إذ أشارت إحدى الدراسات الأمريكية التي قامت بها المنظمة الوطنية لسيدات الأعمال الأمريكية إلى أن الأعمال الريادية التي أنشأتها السيدات يصل إلى ضعف المعدل الوطني لمجموع هذا النمط من الأعمال؛
- تعد أحد مدخلات عمله اتخاذ القرار باستعمال الأفضل للموارد المتاحة للوصول وتطوير طرائق وأساليب جديدة للعمليات النشاط الريادي يعتبر كآلية تغيير وتطوير والتجديد الاستراتيجي؛
- تساهم في تطبيق الإدارة الحديثة في تسيير المنظمات والتشجيع على الإبداع؛
- ريادة منظمات الأعمال ذات أثر ايجابي جدا على الاقتصاد وعلى المجتمع، فهي تساعد على استقراره؛
- تعد ريادة منظمات الأعمال سمة هامه وتكون فرص لجني الأرباح والمساهمة في تطور المجتمع من خلال ما تقدمه المنظمة من منتجات وخدمات متطورة.

المحور الثاني: مفاهيم حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخصائصها.

أولاً: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

ان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مؤسسات وجدت بفعل المبادرات الفردية أو الجماعية لتحقيق عوائد وأرباح مجزيه من خلال تقديم سلع وخدمات مفيدة المجتمع، وغالبا ما تكون المؤسسات الصغيرة مملوكة أو مداره من قبل فرد أو مجموعه من الأفراد ويعمل فيها عدد قليل من العمال، ولا تهيمن على القطاع الذي تعمل فيه أما المؤسسة المتوسطة فهي مؤسسه مملوكة من عدد اكبر من الأفراد وقد تكون تساهمية، وتدار من قبل إدارة مستقلة تتمتع بالمهنية، ويكون عدد عمالها اكبر من المؤسسات الصغيرة ولكن لا يفوق حد معين وفق إحصائيات الدولة التي تنشط بها والمؤسسة المتوسطة لا تحتكر القطاع التي تعمل فيه رغم أهميه دورها فيه، ويرى البعض أن المؤسسة متوسطة الحجم هي مرحله وسيطية بين الحجم الصغير والحجم الكبير والانطلاق الى ممارسه الأعمال على الصعيد العالمي. (الغالي، 2009)

- تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب المشرع الجزائري:

فحسب ما جاء في القانون (02-17) المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فان المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مهما كانت طبيعتها القانونية تعرف بأنها مؤسسات إنتاج السلع أو الخدمات وتتوفر فيها الشروط التالية: (القانون 2017، الجريدة الرسمية، العدد 2، ص 17)

- يجب أن تشغل من واحد (01) إلى مئتين وخمسين (250) شخص؛
- يجب ألا يتجاوز رقم أعمالها السنوي أربعة ملايين دينار جزائري أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار دينار جزائري؛
- يجب أن تستوفي معايير الاستقلالية.

في شكل بذلك تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مرجعا لمنح كل أشكال الدعم والمساعد المنصوص عليها في القوانين وكذلك مصدرا لجمع البيانات ومعالجه الإحصائيات، وإذا صنفت مؤسسه في فئة معينه وفق عدد عمالها، وفي فئة أخرى طبقا لرقم أعمالها او مجموع حصيلتها، تعطى الأولوية لمعيار رقم الأعمال او الحصيلة لتصنيفها، كم أنه عندما تسجل مؤسسه عند تاريخ إقفال حصيلتها المحاسبية فارق أو فوارق بالنسبة للحد أو الحدود المذكورة أعلاه، فان هذا لا يكسبها أو يفقدها صفة المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة إلا إذا استمرت هذه الوضعية لمدة سنتين متتاليتين.

ثانياً: أهمية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي والتخطيط المستقبل وتمثل إحدى دعائم التنمية الأساسية في أي دولة في العالم حيث تكمل أهميتها في النقاط التالية: (العساف، 2012)

- زيادة الناتج المحلي الوطني:

حيث تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بنسبة كبيرة في التنمية الاقتصادية سواء الدول المتقدمة أو الدول النامية، وذلك بتوجيه المدخرات الصغيرة نحو الاستثمار وهذا يعني زيادة المدخرات والاستثمارات وبالتالي زيادة الناتج القومي.

- الحد من مشكلة البطالة:

إن البطالة اكبر المشكلات التي تواجه الدول خاصة النامية منها، وتعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسيله أساسيه من وسائل مواجهه البطالة، حيث تحقق المساهمة الفعالة في إتاحة فرص عمل نظرا لطبيعية أنشطتها وذلك لقدرتها على الاستيعاب لليد العاملة، إذا ما قورنت بالمؤسسات الكبيرة التي تستخدم الأساليب الحديثة مقابل نسبه ضعيفة من اليد

العاملة، كذلك القدرة على التكيف في المناطق النائية الأمر الذي يمكنها من الحد من ظاهرة البطالة الريفية، والهجرة من الريف الى المدينة عن طريق توطين اليد العاملة وإبقائها في أماكن إقامتهم الأصلية.

- تنمية المواهب والابتكار:

تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا فعالا في تعزيز وتشجيع المواهب، وإعطاء فرصة لأصحاب المهارات والإبداعات من الأفراد الذين يمتلكون قدرات مالية محدودة، من خلال توظيف مهاراتهم وقدرات الفنية وخبراتهم العلمية لخدمه مشاريعهم.

- تحقيق الاستقرار الاجتماعي:

المؤسسات الصغيرة لها دور مؤثر وفعال في تحقيق الاستقرار الاجتماعي للمجتمع ككل حيث تساهم في توليد الكثير من فرص العمل، الأمر الذي يؤدي إلى إشباع حاجات الفرد وضمان ارتفاع دخله بما يحق له الكفاية له ولأسرته، كما انه لها دور فاعل في تحقيق الاستقرار الاجتماعي عن طريق الحد من الهجرة الداخلية والخارجية، من خلال تركيزها على تلبية حاجات الفقراء في المجتمع.

- المساهمة في تنميه الصادرات:

تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في توسيع عمليه تصدير المنتجات الصناعية وزيادة النفقات الاستثمارية، حيث تعتبر هذه المؤسسات الوسيلة الأفضل لمواجهة التحديات المفروضة على الاقتصاد العالمي المستند أساسا على منتجات المؤسسات الكبيرة وذلك راجع لعدة عوامل منها: (خضرة، 2015)

- يظهر في منتجاتها فن ومهارة العمل اليدوي الذي يلقي رواجاً في الأسواق الخارجية؛
- اعتمادها على فنون إنتاجية كثيفة العمل مما يخفف من تكلفة الإنتاج وبالتالي اكتساب ميزة تنافسية؛
- تمتعها بقدر أكبر من المرونة في التحول من نشاط لأخر ومن سوق لأخر لانخفاض حجم انتاجها نسبيا على المدى القصير.

- المساهمة تحقيق التكامل الصناعي بين المؤسسات المقاوله من الباطن:

ان تكامل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتجلى في تكاملها المباشر مع المؤسسات الكبيرة، وقد حققت الكثير من الدول المتقدمة مكاسب اقتصادية جراء هذا النمط في مختلف مؤسساتها، فكانت نسبة رقم الأعمال من المنتجات الوسيطة في شكل مقاوله من الباطن مثلا سنة 1990 في اليابان كالتالي معدات كهربائية 60% معدات النسيج 75% معدات نقل 72% هذه الأرقام توضح درجة الاعتماد على هذه العملية في اليابان، الذي اعتبر شكلا من أشكال التنظيم الاستهلاكي الوسيط عن طريق التركيب او التجميع، محققة بذلك التكامل الاقتصادي. (حمزة ومروة، 2016)

المحور الثالث: التعرف على صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة "إنماء" ونشأته ومهامه واليات عمله.

- تقديم صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 'إنماء' بسلطنة عمان :

تأسس صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مارس 2014 وياشر العمل في ابريل 2014 تحت إطار برنامج السلطنة لشراكة من اجل التنمية وتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة في سلطنة عمان ويعتمد في رسالته على العمل مع الجهات الحكومية والمؤسسات الأكاديمية ومؤسسات القطاع الخاص لنشر ثقافة زيادة الأعمال وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتعود بالنفع للمستثمرين وأصحاب الأعمال، ويعمل الصندوق على خلق برنامج يساهم ازدهار زيادة الأعمال ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوفير فرص عمل لدعم الاقتصاد الوطني. (<https://www.smefoman.com/>,2021)

- أهداف الصندوق: (<https://smeportal.unescwa.org/2023>)

- المساهمة في التنوع الاقتصادي وذلك من خلال المشاريع ذات القيمة المضافة؛
 - مساهمه مسانده رواد الأعمال في تنفيذ مشاريعهم بشفافية والكفاءة المطلوبة؛
 - تفعيل ريادة الأعمال ودورها في تطوير منظومة الأعمال في السلطنة؛
 - السعي الى نشر ثقافة ريادة الأعمال لدى الشباب بالتعاون مع المؤسسات لتوفير بيئة مواتية؛
 - تعمل على تشجيع النمو والتنمية الاقتصادية استنادا على اللوائح العمانية؛
 - إنشاء مؤسسه تلعب دوره ايجابيا في المجتمع والمحاسبة عن أعماله المتخذة في جميع المراحل.
- إستراتيجية المحاور الأربعة للصندوق: (<https://www.smeforman.com/>, 2022)

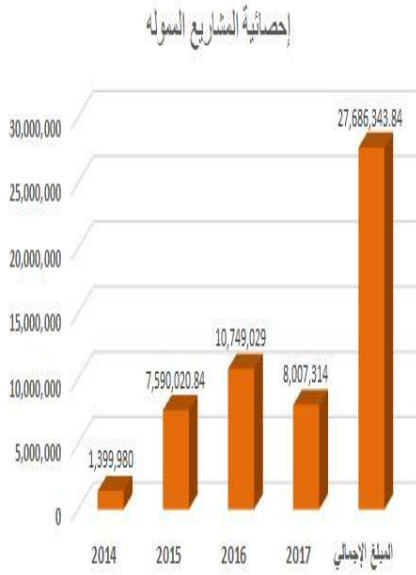
■ تنمية ريادة الأعمال:

يرعى الصندوق كليا تنفيذ برنامج ريادة الأعمال في الحرم الجامعي والذي يستهدف كليات يتم اختيارها بالتنسيق مع وزارة التعليم العالي. تسعى هذه المبادرة لنشر ثقافة ريادة الأعمال في الحرم الجامعي، توسع تنفيذ هذا البرنامج في عام 2017 ليشمل 25 كلية و22 ألف طالب وطالبة وقد تم إنشاء 15 ناد لريادة الأعمال حتى الآن.

■ تمويل المشاريع:

يعمل الصندوق إنماء على تقديم منتجات تمويلية سريعة ومرنة برأسمال 50,000 ريال إلى 300,000 ريال بفائدة مدعومة تصل إلى 2.5% ونسبه تراكمية تقدر 4% مع فترة سداد تصل إلى خمس سنوات وفي هذا المجال تتنوع خدمات صندوق كالأتي:

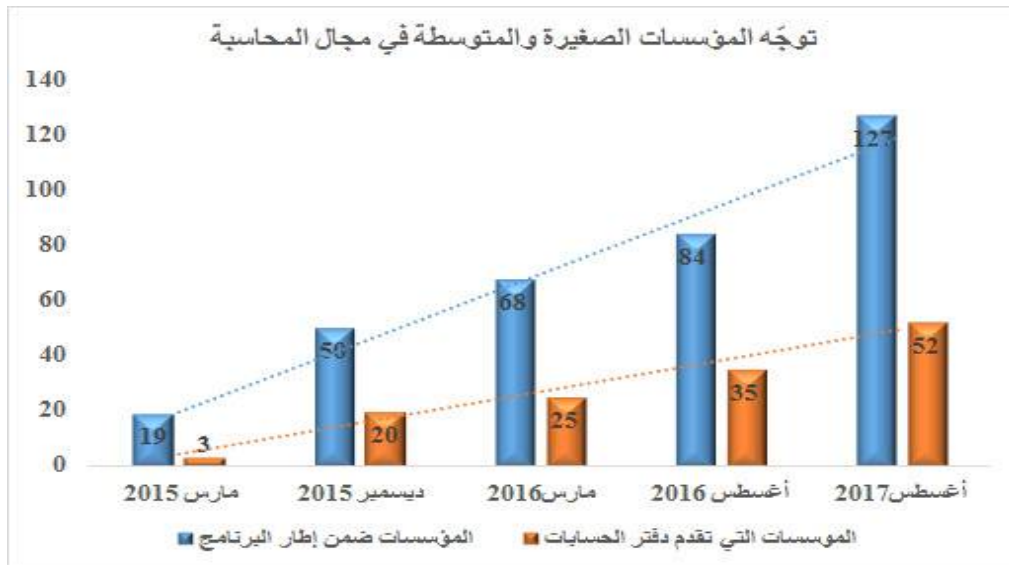
- تمويل الأصول يتضمن استبدال الأصول الحالية أو توسيع الأصول الاستيعابية؛
- تمويل الأصول يشمل المركبات الثقيلة الماكينات والمعدات؛
- أقساط شهرية متساوية تتناسب مع التدفق النقدي وفترة السداد ما بين واحد إلى خمس سنوات؛
- شراء الديون توفير التسهيلات وذلك لتعزيز التدفق النقدي والتخفيف عنك في أداره التحصيل؛
- التمويل يكون مقابل الفاتورة المقبولة والمعتمدة من قيمه 75% من قيمه الفاتورة كحد أقصى؛
- متابعه الديون والاحتفاظ بدفتر المبيعات الرصد وإدارة المستحقات؛
- خصومات الفواتير تسهيلات لتحسين رأس المال العامل والتدفق النقدي خصومات على فواتير. المبيعات معتمده ومقبولة الدفع 80% من قيمه الفاتورة مقابل احالات المستحقات تمويل المشاريع حزمه كامله من التسهيلات المالية مقابل مشروع معين 80% من قيمه المشروع كحد أقصى المستحقات.



المصدر: <https://www.smefoman.com/arabic/financing.html>

- الرعاية والتوجيه:

قد يعود السبب الأول لعدم نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى قلة الرقابة بعد التمويل مؤدياً إلى تراكم الدفع والمتأخرات وعدم توفر السيولة المالية وبالتالي إلى المشاكل القضائية، ولتجنب هذه المشكلات يتم توجيه أي مؤسسة جديدة بصفة شهرية ويتابع فريق الرقابة الداخلي للصندوق الوضع المادي بناءً على تقارير الدعم المحاسبي، يتم التنسيق بعدها بين مدير التسويق وفريق الرقابة الداخلي للصندوق تأكيداً على حصول المعلومات الكافية والتفاصيل المتعلقة بنشاط العملاء، ويتم إدارة فريق الرصد والرقابة والقسم الإداري من قبل منحة التمويل، وحرصاً على تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فإنه يتم توجيهها ورقابتها في الوقت المناسب، في البداية يتم تخصيص مراقب للإشراف على مؤسسات موزعة بحسب القطاع أو المناطق الجغرافية، تتحد مهمة المراقبين في توجيه أصحاب المؤسسات وتبادل الخبرات ومساعدتهم في مواجهة التحديات، كما يستخدم المراقبون خبرتهم ومعارفهم لترويج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للحصول على الفرص الاستثمارية والمنافسة التجارية.



- البيئة المواتية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

ان من أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو عدم توفر بيئة مواتية لنموها إضافة إلى عدم القدرة على دخول مناقصات كبيرة وتحديات التوظيف والمبالغ الباهظة للتأسيس وتقديم الضمانات البنكية والتأمينات ومتأخرات الدفع، تعنى الحكومة بتوفير المناخ المناسب لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا أنه وكجزء من خطة النقاط الأربع المعتمدة لديه، يسعى الصندوق إلى تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنسيق بينها وبين الجهات المختصة في هذا المجال، وهذه بعض المبادرات التي نفذها الصندوق في سبيل الرقي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

خلق بيئة مواتية من خلال التواصل والتفاعل مع الجهات المعنية مثل ريادة ولجنة القيمة المحلية المضافة ومجلس المناقصات والشركات الكبرى ومناطق التجارة الحرة والمناطق الصناعية لضمان النظر بعين الاعتبار إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عند إجراء عملية ترسية المناقصات.

وللمساهمة في تحقيق مساعي الحكومة في قيام الشركات الكبرى بدعم تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كجزء من سلسلة القيمة المضافة لتلك الشركات، يعمل صندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع شركة أوبال لدعم مبادرة القيمة المحلية المضافة بقطاع النفط والغاز. كما يعمل الصندوق مع المجموعات التجارية الكبرى وشركات المقاولات من أجل تسهيل تطوير سلسلة القيمة المحلية المضافة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إستراتيجية المحاور الأربعة لصندوق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



الأربع ركائز لندوة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة



المصدر: <https://www.smefoman.com/arabic/Legitimizing.html>

لما كبت هذا التسارع في عصر التكنولوجيا الرقمية والابتكارات المستمرة تسعى الدول إلى الاستفادة من هذا من خلال توفير بيئة مواتية لريادة الأعمال والمحافظة عليها من خلال توفير وسائل الرعاية والتمويل والمرافقة من أجل جعل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قادرة على النمو والمنافسة والاستمرارية من خلال إيجاد آليات مثل صندوق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نماء الذي يعد اللبنة الأساسية في تطوير ريادة الأعمال في سلطنة عمان وهذا ما يثبت الفرضية في كونه يلعب محورا مهما في ذلك من خلال مختلف برامجهم ، وفي الأخير الدول العربية مدركة تماما لأهمية الأعمال وأثرها الايجابي على الاقتصاد الوطني وهو ما يتجلى في اهتمامها من خلال دعمها بمختلف الآليات مثل الصناديق والقوانين وتوفير المناخ اللازم لنجاحها وهذا ما لمسناه في حكومة مملكة سلطنة عمان.

نتائج الدراسة: خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- ✓ تعتبر ريادة الأعمال المحرك الأساسي لنمو الاقتصاد الوطني؛
- ✓ تعتبر المؤسسات الريادية عصب النجاح في الاقتصاد؛
- ✓ أهمية الدعم والمواكبة من طرف الحكومة للمؤسسات بمختلف السبل فهي مفاتيح النجاح؛
- ✓ تعتبر صناديق الدعم والمرافقة مثل صندوق نماء ركيزة أساسية للاستمرار والنمو.

6. قائمة المراجع:

- 1.(2021). Consulté le 06 05, 2023, sur <https://www.smefoman.com/>: <https://www.smefoman.com/arabic/Legitimizing.html>
- 2.(2022). Consulté le 06 05, 2023, sur <https://www.smefoman.com/>: <https://www.smefoman.com/arabic/Legitimizing.html>
- 3.(2023). Consulté le 06 04, 2023, sur <https://smeportal.unescwa.org/>: <https://smeportal.unescwa.org/ar>
4. الزهرة ع & ،فتيحة ع، (2021). جوان. (مخطط الأعمال وتحقيق ريادة الأعمال. مجلة التكامل الاقتصادي. (2) 9 ،
5. العساف ، ا. (2012). الأصول العلمية والعملية لإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة. عمان الطبعة الأولى: دار صفاء للنشر والتوزيع.
6. الغالي ، ط. م. (2009). إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال الصغيرة والمتوسطة. الاردن: دائر وائل للنشر.
7. الهادي ، ا. ع & ، محسن ، س. س. (2012). دور حاضرات الأعمال في تعزيز ريادة منظمات الأعمال. مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعية، p. 30.
8. أمجد صكوشي، وخلصاء مجدل. (بلا تاريخ). ريادة الأعمال الاستراتيجية كأحد تطبيقات الإدارة المعاصرة دراسة تحليلية لنموذج ريادة الأعمال الاستراتيجية. مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، 8 (1).
9. حمزة، ا & ، مروة ، ب. (2016). الحوكمة كالية لتفعيل المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحقيقها للتنمية المستدامة ماخلة في ملتقى دولي. (جامعة البليدة.
10. سامر عرفاوي، وواخرون. (2020). الابتكار الاداري واستراتيجية ريادة الأعمال، العلاقة والاثر دراسة حالة في الشركة الاسلامية الفلسطينية للتنمية. مجلة جامعة فلسطين التقنية للابحاث، 8 (1).
11. صديقي خضرة. (2015). واقع تطبيق الحوكمة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة أن، سي، اي الروبية الجزائر (أطروحة دكتورا). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسير، تلمسان: جامعة أبي بكر بلقايد.
12. عبد الرزاق زبدان. (2017). دور المزيج التسويقي المصرفي الالكتروني في تحقيق الريادة المصرفية دراسة ميدانية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكلية الشلف، أطروحة دكتوراة مالية وبنوك. جامعة يحي فارس المدية.

دور ريادة الأعمال في تحسين الأداء المالي للمنظمات

The Role of Entrepreneurship in Enhancing Financial Performance of Organizations

عباس ديدة¹، صلاح الدين كمرشو²، علي طالب³

¹ المركز الجامعي مرسلبي عبد الله - تيبازة (الجزائر)

² جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي (الجزائر)

³ جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي (الجزائر)

الملخص: ريادة الأعمال هي عملية إنشاء فرصة جديدة أو استغلال فرصة قائمة، بغض النظر عن الموارد المتاحة، وهي ممارسة تهدف إلى تأسيس منظمات جديدة أو إعادة تنشيط منظمات قائمة، استجابة للفرص المتاحة. ويعتمد رواد الأعمال على مجموعة من الخصائص، منها القدرة على تحديد الفرص المناسبة، والرغبة في تحقيق الإنجاز، والإجراءات الاستباقية، وبنء على ما سبق، يمكن اعتبار ريادة الأعمال أداة لكشف نقاط القوة والضعف في كل جوانب نشاط المؤسسة، وتقييم أدائها المالي، من أجل اتخاذ قرارات سليمة وتحسين الوضع المالي الحقيقي للمؤسسة الاقتصادية. فاعتماد تقييم الأداء من قبل المؤسسة يتيح لها إمكانية تحديد الأخطاء والانحرافات، وبالتالي تحديد أسبابها ومعالجتها، بالإضافة إلى رسم سياسات مناسبة لرفع وتحسين مستوى الأداء.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ رائدا الأعمال؛ الأداء المالي؛ الأداء.

Abstract: Entrepreneurship is the process of creating a new opportunity or exploiting an existing opportunity, regardless of available resources. It is a practice aimed at establishing new organizations or revitalizing existing ones, in response to opportunities. Entrepreneurs rely on a range of characteristics, including the ability to identify the right opportunities, the desire to achieve, and proactive actions. Based on the above, entrepreneurship can be considered a tool to detect the strengths and weaknesses in all aspects of the organization's activity, and evaluate its financial performance, in order to make sound decisions and improve the real financial situation of the economic institution. The adoption of performance evaluation by the organization allows it to identify errors and deviations, and thus identify their causes and address them, in addition to drawing up appropriate policies to raise and improve the level of performance.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneur, Financial performance, performance.

شهدت الآونة الأخيرة اهتماماً كبيراً بموضوع المؤسسات الناشئة وريادة الأعمال في الجزائر، حيث تعد هذه المؤسسات محركاً أساسياً للاقتصاد في ظل انخفاض عائدات النفط، ومع ذلك، تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر العديد من الصعوبات، منها: حداثة عهده في الجزائر: تعتبر المؤسسات الناشئة في الجزائر قطاعاً جديداً نسبياً، مما يحد من الخبرة والدعم المتاحين لها؛ طبيعة الأعمال المبتكرة: غالباً ما تعتمد المؤسسات الناشئة على أفكار ومنتجات جديدة وإبداعية، والتي قد تكون عالية المخاطر، مما يجعل من الصعب عليها الحصول على التمويل.

في ظل هذه الصعوبات، أصبح تحسين الأداء المالي للمؤسسات الناشئة أمراً ملحاً. حيث تسعى هذه المؤسسات إلى التغلب على المنافسين وتحقيق الأرباح التي تمكنها من البقاء والنمو. ويعد متابعة الوظيفة المالية أحد أهم المواضيع في هذا الصدد، لأنها تعكس الصورة الحقيقية للأداء المالي للمؤسسة.

في ظل التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية، مثل انفتاح الأسواق وزيادة المنافسة، أصبح تحسين الأداء المالي أمراً ملحاً. حيث تسعى المؤسسات إلى التغلب على المنافسين وتحقيق الأرباح التي تمكنها من البقاء والنمو. ويعد متابعة الوظيفة المالية أحد أهم المواضيع في هذا الصدد، لأنها تعكس الصورة الحقيقية للأداء المالي للمؤسسة.

1.1. إشكالية الدراسة: رغم ديناميكية بيئة المنظمات المحيطة وتسارع التغيرات فيها والتفكير باقتناص الفرص ومواجهة التهديدات، أدى إلى التفكير بجديّة بدراسة ومعرفة موقفها التنافسي وزيادة على اكتشاف فرص أعمال سوقية جديدة وفعالة قصد استثمارها وعلى هذا الأساس يمكن طرح الإشكالية الآتية:

كيف يمكن لريادة الأعمال أن تسهم في تحسين الأداء المالي للمؤسسات في ظل البيئة الديناميكية التي نعيش فيها؟

2.1. التساؤلات الفرعية: تندرج تحت هذه المشكلة مجموعة من التساؤلات الفرعية، منها:

- ماهي المفاهيم الأساسية لريادة الأعمال؟

- ماهي أبعاد وافتراضات تطبيق الريادة في المنظمات؟

- ماذا نقصد بالإبداع؟ وماهي التحديات التي تواجهها؟

- ماهو دور ريادة الأعمال في تحسين الأداء المالي وماهي الآثار المترتبة عليها؟

3.1. فرضية الدراسة: ننتقل من فرضية الإيجاب والتي تفترض مساهمة ريادة الأعمال في دعم ومتابعة المؤسسات مما يستوجب دراسة المخاطر التي قد تتعرض لها وتأثيرها على الأداء المالي وبهذا يمكن طرح الفرضية الرئيسية التالية:

ريادة الأعمال تؤثر إيجابياً على تحسين الأداء المالي للمنظمات.

4.1. أهداف الدراسة: تسعى هذه الورقة البحثية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- هدف عام: التعرف على دور ريادة الأعمال في تحسين الأداء المالي للمؤسسات.

- أهداف محددة:

- التعرف على مفهوم ريادة الأعمال والريادي.
- التعرف على استراتيجيات ريادة الأعمال ورصد التحديات التي تواجهها.
- تحليل دور الأداء المالي في منظمات الأعمال.
- فتح آفاق جديدة للدراسات المتعلقة لمختلف جوانب ريادة الأعمال في المنظمات.

5.1. أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في سعيها إلى التعرف على دور ريادة الأعمال في تحسين الأداء المالي للمؤسسات في الجزائر. وتأتي هذه الأهمية من الدور الهام الذي تلعبه ريادة الأعمال في الاقتصاد الجزائري، حيث تساهم في خلق فرص عمل جديدة وزيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي، تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مفهوم ريادة الأعمال وخصائصها وأهدافها ومؤشراتها واستراتيجياتها.
- تحديد أهم التحديات التي تواجه ريادة الأعمال في الجزائر.
- تحليل دور الأداء المالي في منظمات الأعمال.

للإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية ارتأينا تقديم هذه الدراسة على النحو التالي:

6.1. تقسيم الدراسة:

- المحور الأول: مفهوم ريادة الأعمال وخصائص الريادي.
- المحور الثاني: أهمية ريادة الأعمال للمنظمات ومتطلباتها.
- المحور الثالث: استراتيجيات ريادة الأعمال والتحديات التي تواجهها.
- المحور الرابع: مفهوم وتقييم الأداء المالي، العوامل المؤثرة فيها.

7.1. الدراسات السابقة:

دراسة (2019، زقار، بيرش، مهناس): تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الإبداع وريادة الأعمال في التنمية الإقليمية (المحلية) المستدامة، وقد انطلقت من مشكلة معبر عنها بعدد من الأسئلة الفرعية، للإحاطة بالجانب النظري والفكري للموضوع البحثي، حيث تعتبر ريادة الأعمال من الحقول الهامة في اقتصاديات الدول الصناعية المتقدمة والنامية على حد سواء، إذ تساهم المشاريع الريادية مساهمة فاعلة في تطور التنمية الاقتصادية الشاملة في جميع البلدان، كما تعتبر ريادة الأعمال آلية لتحقيق التنمية المحلية المستدامة.

دراسة (Michael & Hitt, 2001): هدفت هذه الدراسة فحص لكل من النظرية التقليدية (نظرية الطوارئ، والملاءمة الاستراتيجية) والنظرية الجديدة (ريادة الأعمال الثقافية، ومحركات نماذج الأعمال)، حيث أن وجهة النظر القائمة على الموارد، التعلم التنظيمي، نظرية الشبكة و تكاليف المعاملات والنظرية المؤسسية، هي الأكثر شيوعا التي يستشهد بها المؤلفون لهذه المقالة، كما توفر الدراسة أساسا للبحث المستقبلي حول ريادة الأعمال الاستراتيجية من أجل تكوين الثروة، وخلصت نتائج هذه الدراسة بأن ريادة الأعمال تنطوي على تحديد فرص ريادة الأعمال واستغلالها، وأن هناك اختلافات ثقافية ومؤسسية في توجه ريادة الأعمال عبر البلدان، و توصي الشركات التي تسمو لتحقيق الريادية يجب عليها التصرف بشكل استراتيجي، وهذا يستدعي تكامل التفكير الريادي والاستراتيجي، مما يؤدي إلى ازدهار وتنافسية وطنية أكبر.

المحور الأول: مفهوم ريادة الأعمال وخصائص الرواد

1.2. تعريف ريادة الأعمال:

تعرض العديد من الكتاب والدارسين لمفهوم ريادة الأعمال، كل حسب وجهة نظره وحسب تخصصه، وهو ما يفسر تعدد التعاريف ذات العلاقة ذا المفهوم. فالريادة لغة هي كلمة إنجليزية "Entrepreneurship" تم اشتقاقها من الكلمة الفرنسية "Entrepreneuria" وتعني حاول أو بدأ أو خاض، وتتضمن فكرة التجديد والمغامرة (لفقير، دور التكوين في دعم الروح المقاوالتية لدى الأفراد، 2015، ص 19).

أما اصطلاحاً فقد ربط بعض الباحثين مفهوم الريادة بالإبداع، ومن أمثلة ذلك نجد تعريف (Drucker.P,1985) الذي يرى أن " الإبداع الذي يقتضي منح الموارد المتاحة قدرات جديدة تمكنها من خلق الثروة" (بن شهرة وآخرون، تشجيع ريادة الأعمال من خلال دراسة خصائص الريادي الجامعي، 2018. ص65)

لقد استخدم مصطلح الريادة (Entrepreneurship) قبل أكثر من مائتي عام، إلا أنه لا يزال يكتنفه الغموض بعض الشيء، إذ تعد الأعمال الصغيرة في عالم الأعمال اليوم المحرك الرئيس والمصدر الأساس لغرض العمل والإنتاج فهذه الأعمال تحتاج إلى نمط خاص من المؤسسين والمدراء أو المالكين يسمون بالرواد، وأن الرائد يتمتع بمواصفات مختلفة عن بقية المدراء أو العاملين، إذ يعرف الريادي بأنه ذلك الشخص الذي لديه الإرادة أو القدرة لتحويل خبرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار ناجح. (العبيدي وآخرون. 2014. ص165)

كما عرفها (Hisrich et) بأنها: " عملية خلق وتوليد شيء جديد ذي قيمة من خلال تكريس الوقت والجهد اللازمين، وافتراس المخاطر المالية والنفسية والاجتماعية المرافقة لها، وكذلك حالة اللاتأكد، واستلام المكافآت المالية والنفسية كنتيجة لهذه العملية"، ويتضمن تعريف ريادة الأعمال أربعة (04) مفاهيم رئيسية هي (Hisrich et al): (بهناس وآخرون. 2019. ص)

- تتضمن الريادة عملية إيجاد شيء جديد ذي قيمة إما للريادي نفسه وإما للجمهور الذي يتعامل معه؛
- تتطلب الريادة تكريس الوقت والجهد اللازمين؛

• يحصل الريادي على المكافآت، وأهمها الاستقلالية والرضا الذاتي والمكافآت المالية؛

• افتراض المخاطر المرتبطة وحالة اللاتأكد، حيث أن النشاط سيستمر في مستقبل غامض، فهذا النشاط بطبيعته غير مؤكد. تعرف ريادة الأعمال (Entrepreneurship Business) (بأي عملية إنشاء فرصة أو اغتنامها، والسعي إليها بصرف النظر عن الموارد الحالية المتوفرة لها. ويرى آخرون أنها هي ممارسة تأسيس منظمات جديدة أو إعادة تنشيط المنظمات القائمة، استجابة للفرص المتوفرة. فريادة الأعمال عملية ديناميكية لخلق الثروة حيث يتم إنشاء الثروة من قبل الأفراد الذين يتحملون المخاطر الرئيسية، من حيث عدالة الفرص والوقت و/أو الالتزام الوظيفي أو توفير قيمة لبعض المنتجات أو الخدمات، قد يكون أو لا يكون المنتج أو الخدمة جديداً فريداً، ولكن يجب أن يتم غرس القيمة بطريقة ما بواسطة صاحب المشروع من خلال تلقي وتحديد المهارات والموارد الضرورية. (الحجاجه، محمود خليل راجي. 2019. ص17)

2.2. خصائص الريادي:

الريادي هو الشخص الذي يمتلك الصفات والقدرات والمهارات الشخصية التي تولد له روح الريادة لاستغلال الفرص المتاحة وتحمل المخاطر الناجمة عن خلق وتطوير مؤسسة ما في ظل بيئة لا يقينية، حيث بينت الأبحاث أن الرياديين يتحلون بصفات شخصية تميزهم عن غيرهم وتجعلهم أقدر على إنجاز مشاريعهم الخاصة، والخصائص الريادية هنا يقصد بها مجموع المهارات الشخصية والسلوكية والإدارية التي تمكن الريادي من إدارة مشروعه بنجاح، حيث يمكن تصنيف هذه السمات على النحو التالي: (إسماعيل ع. 2010. ص74) (الجودي. 2015. ص26)

❖ الخصائص الذاتية: وتتمثل في المهارات الشخصية التي يتميز بها الشخص الريادي عن غيره، وتشمل:

- استعداد نحو المخاطرة: فالريادي يتعين عليه أن يتميز دوماً بالميل نحو المخاطرة، وتحمل تبعاتها؛
- الثقة بالنفس: فالريادي يمتلك شعوراً بالتفوق وبالقدرة على التعامل مع المشاكل والصعوبات؛
- الاندفاع للعمل: حتى أن هذا الاندفاع والحماس يأخذ شكل العناد والرغبة في العمل الشاق والصعب؛
- التفاؤل: إذ يتميز الريادي بالتفاؤل الدائم، والتعلم من الفشل، والتمسك بالاستمرار حتى تحقيق النجاح.

❖ الخصائص السلوكية: وتشمل السلوك اليومي والاستراتيجي للريادي، وإدارة العلاقات مع العاملين أو مع المنافسين فالريادي يوظف خصائصه السلوكية لصالح تطوير الأعمال وتعزيز إنتاجيتها وتحسين أدائها بشكل متميز، وعليه وضمن هذا الإطار فإن الريادي إنما يمتلك نوعين من المهارات تتجسد سلوكيا، وتمثل في:

- المهارات التفاعلية: وتمثل في المهارات المتعلقة ببناء وتكوين علاقات إنسانية بين العاملين والإدارة والمشرفين على العملية الإنتاجية، والسعي لخلق بيئة عمل تفاعلية تستند إلى التقدير والاحترام والمشاركة في حل المشكلات ورعاية الابتكارات، فضلا عن تحقيق العدالة في تقسيم الأعمال والأنشطة وإقامة قنوات اتصال متفاعلة تضمن سير العمل بروح الفريق الواحد وهذه المهارات توفر الأجواء لتحسين الإنتاجية وتطوير العمل؛

- المهارات التكاملية: المقاولون يسعون باستمرار إلى تنمية مهارات التكاملية بين العاملين، حيث تصبح المنظمة أو المشروع وكأنه خلية عمل متكاملة وتضمن إنسانية الأعمال والفعاليات بين الوحدات والأقسام.

❖ الخصائص الإدارية: وتعني المهارات التي يمتلكها أو يكتسبها الريادي، والتي تتضمن قدرته على اتخاذ القرارات وممارسة الأنشطة الإدارية المتعلقة بالتخطيط والتنظيم والرقابة والتحفيز، وتشمل:

- المهارات الإنسانية: وتمثل المهارات الخاصة بالتعامل الإنساني وبيئة الأجواء لتقدير الذات فضلا عن احترام المشاعر الإنسانية واستثمار الطاقات، وانعكاس ذلك على تعميم التنظيمي وتحسين الأداء والتميز؛

- المهارات الفكرية: أن يمتلك الريادي مجموعة المهارات الفكرية والتخطيطية والرؤيا لإدارة مشروعه وكيفية استناده إلى الأطر العلمية، والقدرة على تحديد النظم وصياغة الأهداف على أسس الرشيد والعقلانية؛

- المهارات التحليلية: تم بتفسير العلاقات بين العوامل والمتغيرات المؤثرة حاليا ومستقبليا على أداء المشروع، وتحديد عناصر القوة والضعف في البيئة الداخلية، وكذا تحليل الفرص والتهديدات المحيطة بالمشروع في بيئته الخارجية، كما تركز هذه المهارات على تحليل سلوكيات المنافسين والمستهلكين وأثر ذلك على الحصة السوقية؛

- المهارات الفنية (التقنية): وتمثل في المهارات الأدائية ومعرفة طبيعة العلاقات بين المراحل الإنتاجية، وكيفية أداء الأعمال التقنية، خاصة فيما يتعلق بتصميم المنتج وصيانة الآلات، وكل ما يرتبط بالجوانب التشغيلية.

المحور الثاني: أهمية ريادة الأعمال للمنظمات ومتطلباتها

1.3. أهمية ريادة الأعمال للمنظمات:

تعزى أهمية ريادة الأعمال إلى أي وسيلة لتصحيح مسار المشروعات الصغيرة والمتوسطة، فغالبية هذه المشروعات لا تقوى على الصمود والمنافسة إذا لم تكن هناك إدارة خبيرة تتحاشى التهديدات وتستغل وتبحث عن الفرص للتوسع والانتشار بطريقة مبتكرة وجديدة بمنتجات غير تقليدية لتحقيق ربح، ولذلك تعتبر ريادة الأعمال من البنود المهمة في اقتصاديات الدول المتقدمة والأمل الواعد للدول النامية، إذ تعد نواة بناء المنشآت الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، حيث تسهم المشروعات الريادية مساهمة فاعلة في تطور التنمية الاقتصادية الشاملة، من خلال استحداث وظائف جديدة والحد من البطالة، والمساهمة في تطوير وتحسين المنتجات أو الخدمات القديمة، أو ابتكارها وتحقيق وفورات اقتصادية تساهم في نمو المشروعات وتمنحها الميزة التنافسية والصمود في وجه التحديات والمعوقات، من خلال سعيها لتكوين أصول دائمة يتجاوز مداها الأحلام البسيطة إلى بناء الثروة الكبيرة، فريادة الأعمال مجازفة ولكن فرص الربح محسوبة فيها أكبر بكثير من فرص الخسارة لاعتمادها على الابتكار والإبداع وتحويل الأفكار الإبداعية إلى منتجات وخدمات مربحة، فالإبداع والابتكار يحققان لريادة الأعمال الميزة التنافسية المستدامة التي تجلب الثروة وفي الوقت نفسه تضيء أهمية نسبية على المشروع الريادي نتيجة الخدمات والمنتجات الجديدة غير

المتوفرة في مكان آخر؛ (قسميوري وآخرون. 2019. إعداد رواد الأعمال من خلال مؤسسات التعليم العالي ومراكز التدريب، ص103)

إذن فريادة الأعمال تتمحور بالأساس على المخاطرة عند تطبيق فكرة تتميز بالابتكار والإبداع، فدور الريادة هو: (أبو قرن. 2015. واقع ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، ص14. 15)

• خلق أسواق جديدة (إيجاد عملاء جدد)؛

• اكتشاف مصادر جديدة للمواد ذات ميزة تنافسية من حيث النقل التكلفة والجودة؛

• تحريك الموارد الرأسمالية؛

• تصميم تكنولوجيا جديدة، صناعات جديدة، منتجات جديدة؛

• إيجاد فرص عمل جديدة

2.3. متطلبات ريادة الأعمال:

يجب على المنظمات إدراك وتفهم المتطلبات الأساسية للريادة من أجل تفعيل ريادة الأعمال في الواقع العملي، ومن ثم التوصل إلى خلق آليات مناسبة لتطبيقها من أجل أن تتمكن من تحقيق أهدافها، ونظرا لأهمية ريادة الأعمال فقد اجتهد الباحثين والدارسين في تحديد هاته المتطلبات فأغلبهم اتفق على أن المتطلبات الأساسية هي أربعة.

- القيادة الريادية:

يعرفها "عبد الحليم ومرسال" بأنها القيادة التي تتبنى رؤية واضحة للمنظمة، حيث تعمل على حشد طاقات العاملين خلف هذه الرؤية، وإلهامهم وشحذ هممهم، لتحقيق قيمة استراتيجية للمنظمة. وهناك من عرفها بأنها أسلوب إداري يمكن إدارة المنظمة من حل المشكلات بطرق مختلفة وناجحة، وبخطوات مدروسة تساعد تطوير المنظمة، وتطوير قدرات القادة والتعرف على الفرص الجديدة التي تساهم في خلق بيئة داعمة للتغيير والإبداع. (نسرين صالح. 2020. القيادة الإدارية والمسؤولية الاجتماعية، ص300)

ويشير "Barney & Alvarez" إلى أن رأس المال البشري يعتبر مصدرا من مصادر سلوكيات الريادة الاستراتيجية مع إشارتهم لدور الرؤية المهم في تعزيز ممارسة الريادة الاستراتيجية ميدانها، مع التأكيد على الالتزام بتطوير رأس المال البشري ومن ثم الوصول إلى تسهيل جهود الأفراد في رفع القدرات الريادية والتي تتمثل في المهارات المتميزة والابتكارية وسرعة الحركة للموارد. (مازن نعمان. 2021. متطلبات الريادة الاستراتيجية ودورها في تعزيز العمليات المصرفية، ص53)

- العقلية الريادية:

تمثل العقلية الريادية كبعد للريادة الإستراتيجية ومكون هام لها، فهي ظاهرة فردية وجماعية من حيث الأهمية للرياديين والمديرين والعاملين في المنظمات أو المؤسسات للتفكير والتصرف بطريقة ريادية، فالعقلية الريادية هي طريقة للتفكير في الأعمال التي تركز وتستلهم الفوائد من عدم اليقين، فالمنظمات القادرة على التعامل بنجاح مع عدم اليقين تميل إلى التفوق على أولئك الذين لا يستطيعون القيام بذلك، وبالتالي الريادة الاستراتيجية الفعالة تساعد المؤسسة في وضع نفسها في موقف تجعلها قادرة على الاستجابة بنجاح لأنواع التغييرات البيئية الهامة التي تؤثر على العديد من المؤسسات في ساحة الأعمال التنافسية الحالية. (ثابت حمدي. 2021. الريادة الاستراتيجية كمدخل تطوري للوحدات ذات الطابع الخاص، ص180)

كما يعرف "Ireland et al" العقل الريادي بكونه منظورا متجها باتجاه النمو الذي يروج من خلاله الأفراد المرونة والخلق والإبداع المستمر والتجديد، وحتى في ظروف عدم التأكد بوسع الأفراد ذوي العقل الريادي تشخيص واستغلال الفرص الجديدة

لكونهم يمتلكون القدرات المعرفية التي تعطي لهم حلولاً لمختلف الحالات الغامضة ويتصف بالإدراك للفرص الريادية والتأهب والبحث عن الحقيقة. (عادل عباس. 2015. تأثير الريادة الإستراتيجية في تحقيق المكانة الاستراتيجية، ص 98)

- الثقافة الريادية:

حسب "Hitt et al" يقصد بالثقافة الريادية أنها واحدة من الأفكار الجديدة والإبداع والخطر المتوقع، وتسهم في تشجيع التسامح عن بعض الأخطاء أو الفشل، والترويج للتعلم وتحفيز العملية الإدارية على الاستمرار بالإبداع واعتبار التغيير المحرك باتجاه الفرص. تتأطر من خلال الثقافة الريادية مضامين وأبعاد ريادة الأعمال ومن ثم الوصول إلى تعزيز الجوانب الميدانية من حيث الفكر والعمل الريادي، وبالتالي فالثقافة الريادية تشير إلى الانفتاح على أوجه التقنيات الحديثة بغية نقلها إلى نشاطات المنظمة، إضافة إلى التأكيد على الاستعداد لتقديم سلع وخدمات تتسم بالجودة والمرونة وتقبل التغيير البيئي، بالإضافة إلى استعداد المنظمة للقبول بنسب الفشل والإخفاقات أثناء التوسع والنجاح. (مازن نعمان. 2021. متطلبات الريادة الإستراتيجية ودورها في تعزيز العمليات المصرفية، ص 54)

- إدارة الموارد بشكل استراتيجي:

إن المنظمة لا يمكنها تحقيق مزايا تنافسية على المدى الطويل إلا من خلال امتلاكها موارد نادرة ومتميزة يجب إدارتها استراتيجياً وهي: رأس المال المالي ويشمل كل المصادر النقدية المختلفة والتي بإمكان المنظمة استخدامها لتطوير استراتيجيتها وتنفيذها، رأس المال البشري ويتمثل في الإمكانيات الفردية والمهارات والمعرفة وخبرات القوى العاملة في المنظمة، ورأس المال الاجتماعي الداخلي والخارجي المتمثل في الأفراد فيما بينهم وبين الأفراد والمنظمات فيما بينها فهي مجموعة متكاملة من الموارد توجه القمة التي تنشأ بفعل النمو في المنظمة بسبب استمرار العلاقات القوية والمتداخلة داخل المنظمات وخارجها. (فارس يونس وآخرون. 2016. تأثير الخصائص الريادية في متطلبات الريادة الإستراتيجية، ص 389)

المحور الثالث: استراتيجيات ريادة الأعمال والتحديات التي تواجهها

1.4. استراتيجيات ريادة الأعمال:

- التحالفات الإستراتيجية: التحالف الاستراتيجي هو شكل تنظيمي يسمح للمنظمات المستقلة بالمشاركة في الموارد، وأكد " Hill and Jonse" على أن التحالف الاستراتيجي هو اتفاق جوهري بين منظمين أو أكثر للمشاركة بالكلف والمخاطر والمنافع المتعلقة بتطوير فرص أعمال جديدة. وأشار الباحثان "حمود واللوزي" بأن التحالف الاستراتيجي هو ارتباط منظمين أو أكثر بشراكة لمواصلة مجال معين من المصالح المشتركة. (حمود خضير واللوزي. 2008. مبادئ إدارة الأعمال، ص 197)

يرى "بني حمدان وإدريس" بأن التحالف الاستراتيجي يوفر فرصة المشاركة مع منظمات أخرى لديها قابليات وموارد تكملية معينة، فالتحالف الاستراتيجي يدل على وجود التزامات مشتركة ومتبادلة تقوم على أساس المنفعة المتبادلة والمساواة في عائدات النتائج. (بني حمدان وإدريس. 2009. الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، ص 143)

- القدرات الاستراتيجية: تشير القدرات الاستراتيجية إلى القدرات المرتبطة بعوامل المستقبل والتي يتم اعتمادها في مجال التخطيط للنشاطات بعيدة الأمد لأجل تهيئة إمكانات المنظمة إزاء المشاريع الاستراتيجية والأسواق المحتملة التي تنوي الدخول إليها وتوسيع حصصها السوقية فيها. ومن وجهة نظر "بني حمدان وإدريس" يران بأنها تشير إلى مجموعة العمليات الاستراتيجية لدى المنظمة والتي تتميز بها عن غيرها من المنظمات، فالكثير من منظمات الأعمال تمتلك مجموعة من العمليات والتي من خلالها يتم تسليم القيمة للعملاء، إلا أن القليل منها يعتبر هذه العمليات بمثابة العنصر الأساسي للخطة الاستراتيجية

والاستراتيجية المعتمدة، ولقد أوضحت الدراسات والبحوث أن هناك أربعة أنواع عامة من القدرات وهي: القدرات التنظيمية القدرات الوظيفية، القدرات الموضوعية، القدرات الثقافية. (النعيمي. 2021. الاستراتيجية والإدارة الاستراتيجية، ص 121) - الفرص الاستراتيجية: الفرص هي تلك الظروف المحيطة بالمنظمة في مكان معين من السوق وفي فترة زمنية محددة، وتتمكن المنظمة من الاستفادة من تلك الظروف في تحقيق أهدافها الاستراتيجية، ويجب على إدارة المنظمة اقتناص الفرص التي تتلاءم مع مكانتها.

يرى الباحثان "Cetro and Peter" أن من بين الفرص التي ينبغي أن تفكر بها إدارة المنظمة هي: دخول أسواق جديدة، إضافة منتجات جديدة، تنويع داخلي ذو علاقة بالمنتجات، والتكامل العمودي، والقدرة على التحرك بشكل جيد وأفضل من المنظمات المنافسة والجماعة الاستراتيجية وغير ذلك. كما أن الفرص هي اتجاهات أحداث البيئة التي تشكل ظروفًا ملائمة لأهداف المنظمات ونشاطاتها ومن أهمها الفرص الاقتصادية والفرص التقنية، وفرص الاستثمار والنمو، ويفترض بالمنظمة أن تكون لها القدرة على استثمار الفرص وإدارة دفة العمل من خلالها، وامتلاكها للموارد وبما يمكنها على ذلك. (علاوي والغالي. 1999. السياسات الإدارية، ص 103)

- القوة الاستراتيجية: تتمثل نقاط قوة المنظمة بمجموعة القدرات الداخلية لها والتي تمكنها من التنافس لتعزيز ميزتها التنافسية فيما بعد، كما أن جوانب القوة الاستراتيجية للمنظمة تتركز في المهارات والاستعدادات التي تساعد المنظمة للتفوق على المنظمات المنافسة. ويشير "رشيد وجلاب" بأن قوة المنظمة تتجلى في مواردها وقابليتها ومقدرتها، والتي يمكن من خلالها المنظمة أن تقدم القيمة للزبائن، وتتألف هذه القيمة من خصائص الأداء وصفاته التي تسهم بتقديمها للمنظمة، مجسدة بصيغة سلع وخدمات تجعل من الزبائن الراغبين بدفع مقابل مادي من أجل الحصول عليها. (عبد الرضا وجلاب. 2008. الإدارة الاستراتيجية، ص 138)

- رأس المال الاستراتيجي: بين بعض الباحثين أنه يتمثل في رأس المال الفكري والذي يتمثل بدوره في مجموعة الموجودات المعرفية التي تنسب لمنظمة ما، والتي تساهم بشكل كبير في تحسين الوضع التنافسي لها وذلك عن طريق إضافة القيمة، في حين يرى البعض الآخر بأنه المعرفة والمعلومات والأفكار المميزة والتجارب التي يمكن أن تستخدم لتكوين الثروة للمنظمة لتعزيز وضعها التنافسي. (p) (Kannan and Aulbur. 2004. Intellectual Capital Measurement Effectiveness, 389)

كما أنه مجموعة من المزايا أو السمات أو القدرات العقلية التي يمتلكها بعض العاملين في المنظمة وتميزهم عن غيرهم، والتي تدفعهم إلى الإبداع في المنتج أو العملية الإنتاجية أو الاثنين معاً، بإدخال التحسينات أو التطوير، بما يؤدي إلى إنتاج منتجات ذات جودة متميزة تشبع حاجات ورغبات الزبائن وتتجاوزها، وتمكن المنظمة من اكتساب الميزة التنافسية. (اليونس. 2008. دور رأس المال الفكري وإدارة الجودة الشاملة وأثرهما في أداء العمليات، ص 6)

2.4. التحديات التي تواجهها ريادة الأعمال:

تعاني ريادة الأعمال في الجزائر من معوقات تنظيمية مرتبطة أساساً بالمنخ التنظيمي في الجزائر أهمها كثرة الإجراءات الإدارية وصعوبتها، ضعف البنية التحتية وقلة المعلومات. إضافة إلى الصعوبات ذات الطابع الاقتصادي وأبرزها: صعوبات التمويل، ارتفاع الضرائب والصعوبات في عملية التسويق. (لونيس. 2018. صعوبات ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة النسوية في الجزائر، ص 30)

من بين المشاكل التي تعاني منها المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة في الجزائر نورد التالي: (شليق وخالد. 2017. دور حاضنات الأعمال في مرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ص 6)

- مشكلة العمالة الفنية المدربة: يتمثل في ضعف القدرات الإدارية والتنظيمية والتسويقية لدى أصحاب هذه المؤسسات وعدم توافر المهارات البشرية المطلوبة ونقص التدريب، وعدم الحصول على الخدمات الاستشارية والخدمات المساعدة لها؛
- مشكل انخفاض مستوى التكنولوجيا المستخدمة: تعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على آلات قديمة وأغلبها في حاجة إلى إحلال، حيث لا يتوفر نظام دوري للصيانة والإصلاح نتيجة عدم الوعي بضرورة أعمال الصيانة وقصور الموارد التمويلية؛
- مشاكل سوء الإدارة: تبدو في إهمال التخطيط، فالتخطيط هو أساس النجاح، فهو يبدأ منذ أن كان المشروع فكرة حتى يتم تنفيذه كذلك وضع هيكل تنظيمي متوازن يتلاءم وظروف العمل، وفي الأخير يأتي دور الرقابة والمتابعة؛
- قصور مصادر التمويل الداخلي: هو أهم المعوقات الرئيسية التي تحول دون تنمية هذه المؤسسات، ويكمن جوهر المشكلة، في كون التمويل يتم عند تأسيس المؤسسة عن طريق المستثمرين أنفسهم من دخولهم الذاتية وقد يستكمل في غالب الأحيان عن طريق الأقارب والأصدقاء وهذا النوع من التمويل غالبا ما يكون غير كاف، وستظل مشكلة التمويل قائمة طالما أن المصادر الرسمية الممثلة في البنوك تعزف عن تمويلها لصغر حجم القروض المطلوبة؛
- المشاكل والصعوبات التسويقية: وتتمثل أهم الصعوبات التسويقية في تفضيل المستهلك المحلي للمنتجات الأجنبية المماثلة وعدم توفر الحوافز الكافية للمنتجات المحلية كما أن اتجاه نسبة كبيرة من هذه المؤسسات إلى القيام بالبيع المباشر للمستهلك النهائي أو المستخدم الصناعي أو البيع لتجار التجزئة الصغار؛
- المشاكل السياسية: تظهر هذه المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتيجة التوجهات الحكومية خاصة في الدول النامية، حيث هناك ضعف في برامج توجيه المؤسسات أو مساعدا ماليا أو فنيا؛
- مشاكل الخدمات والهيكل الأساسية: من بينها عدم انتظام التيار الكهربائي وانقطاعاته المستمرة مما يربك العمليات الإنتاجية والمعاناة من الاختلالات في شبكة المياه العذبة وشبكة الصرف الصحي وانعكاسات ذلك على عمليات المؤسسة وضعف شبكة الطرق ووسائل النقل عموما وارتفاع تكاليفها؛
- المشاكل الضريبية: يعتبر نظام الضرائب أحد أهم المشاكل وتظهر هذه المشكلة من جانبين سواء لأصحاب المؤسسات من حيث ارتفاع الضرائب ومن جانب آخر، فهي كذلك مشكلة لنظام الضرائب في حد ذاته، نظرا لعدم توفر البيانات الكافية عن هذه المؤسسات مما يضيق عمل جهاز الضرائب؛
- مشاكل العقار الصناعي: غالبا ما يجد المستثمر الجديد صعوبة كبيرة في إيجاد المكان الدائم والمناسب لإقامة المؤسسة بسبب ارتفاع أسعار العقار أو انعدامه أو عدم ملائحته ففي البلدان النامية لا تتولى الحكومات إقامة مناطق خاصة مهيأة لأغراض الصناعة مكتملة البنية التحتية بالخدمات الأساسية لإقامة المؤسسات المعنية، ومن ثم العبء الأكبر في تدبير المكان الملائم يقع على عاتق المستثمر نفسه مما يتطلب منه تجميد جزء من رأسماله.

المحور الرابع: مفهوم وتقييم الأداء المالي، العوامل المؤثرة فيها

- يعد تقييم الأداء للشركة وظيفته مهمة حيث يعمل على إيجاد الثغرات ومعالجتها، وتتمثل عملية تقييم الأداء في مجموعة المؤشرات التي تعكس مدى نجاح المؤسسة وتطورها، وتقييم الأداء المالي يقوم على معرفة المستوى المالي داخل المؤسسة أو بالأحرى المركز المالي للمؤسسة ونقوم في هذا المحور بالبحث حول العناصر التالية:

- مفهوم الأداء المالي ومعاييرها؛
- خصائص التقييم الجيد للأداء؛
- العوامل المؤثرة في الأداء المالي.

للأداء المالي تعريف واسع جدا، وله عدة معايير وفي هذا سنتطرق إلى مفهوم محدد للأداء المالي ومعايير.

أولا: مفهوم الأداء المالي

❖ تعريف الأداء المالي: هناك عدة تعاريف للأداء المالي نذكر منها مايلي:

- التعريف الأول: حدد مفهوم الأداء المالي بإطاره الدقيق بأنه "وصف لوضع المنظمة الحالي وتحديد دقيق للمجالات التي استخدمتها للوصول إلى الأهداف ومن خلال دراسة المبيعات، الإيرادات، الموجودات، المطلوبات وصافي الثروة علاء) (فرحان طالب، ايمن شيحان المشهداني، الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الاستراتيجي للمصارف، 2001، ص 67)
- التعريف الثاني " : يمثل الأداء المالي المفهوم الضيق لأداء المؤسسات حيث يركز على استخدام مؤشرات مالية لقياس مدى انجاز الأهداف، ويعد الأداء المالي عن أداء المؤسسات حيث أنه الداعم الأساسي للأعمال المختلفة التي تمارسها المؤسسة ويساهم في إتاحة الموارد المالية وتزويد المؤسسة بفرص استثمارية في ميادين الأداء المختلفة والتي تساعد على تلبية احتياجات أصحاب المصالح وتحقيق أهدافهم (د.محمد محمود الخطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات المساهمة، ص 45)
- التعريف الثالث: يعرف الأداء المالي على أنه " تشخيص الصحة المالية للمؤسسة لمعرفة قدرتها على إنشاء القيمة ومجاهاة المستقبل من خلال الاعتماد على الميزانيات وجدول حسابات النتائج والجدول الملحقه مع الأخذ بعين الاعتبار الظروف الاقتصادية التي تنتمي إليها المؤسسة (عبد الغني ددان، قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية، نحو ارساء نموذج للإنذار المبكر، باستعمال المحاكات المالية ص 28)..

ثانيا: معايير الأداء المالي

- من المهم تحديد نسب معيارية نستخدم في متابعة تغير النسب المالية للمؤسسة لأن الحكم على طبيعة تغييرها عبر الوقت يعتمد على قابلية المستفيدين منها على مقارنتها على معيار معين، وهناك أربعة أنواع رئيسة من النسب المعيارية:
- المعايير التاريخية للمؤسسة: وتحسب هذه النسب من الكشوفات المالية للسنوات السابقة لغرض رقابة الأداء من قبل الادارة المالية والاستفادة منها في وضع الخطط المستقبلية.
- المعايير المطلقة: وتأخذ هذه المعايير شكل قيمة ثابتة لنسب معينة مشتركة بين جميع المؤسسات وتقاس بها النسبة ذات العلاقة في مؤسسة معينة مثل نسبة التداول مرة والنسبة السريعة مرة.
- المعايير القطاعية : يستفيد الشخص بدرجة كبيرة من المعايير الإقطاعية في رقابة الأداء وهي معايير تمثل متوسط للأداء القطاع الذي تنتمي إليه المؤسسة خاصة وأن المؤسسة تشابه في العديد من الصفات والخصائص داخل نفس القطاع.
- المعايير المستهدفة: وهي نسب تستهدف إدارة المؤسسة تحقيقها من خلال تنفيذ الموازنات) والخطط) وبالتالي فإن مقارنة النسب المتحققة مع تلك المستهدفة تبرز أوجه الابتعاد بين الأداء الفعلي والمخطط وبالتالي اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة (أسعد حميد العلي، الادارة المالية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2013، الطبعة الثالثة، ص 78)

الفرع الثاني: خصائص التقييم الجيد للأداء

إن عملية تقييم الأداء وتحقيق أهدافها تشترط توفير مجموعة من الخصائص والشروط

- أولا: خصائص التقييم الجيد للأداء: إن نظام التقييم للأداء يتميز بمجموعة من الخصائص الشديدة الارتباط بمؤشرات التقييم وتمثل بصفة عامة في الصدق أو السلامة الثبات، الحساسية والكفاية

- الصدق والسلامة: تتمثل سلامة أدلة القياس في تمكنها من إعطاء الحقيقة والمؤشرات الموضوعية هي أدوات قياس صادقة عكسا لمؤشرات الذاتية، هذه الأخيرة توجد بكثرة عندما يتعلق الأمر بقياس أداء الموارد البشرية لأن أداة التقييم هي الأفراد إذن الصدق أو السلامة محققة طالما كانت أدوات القياس موضوعية، مما سبق ذكره تبين أن التقييم الجيد يجب أن يركز بشكل كبير على المؤشرات الموضوعية

- الثبات أو الوفاء: أن الوفاء وسيلة القياس تعني بصفة عامة أنها دائما تقدم نفس النتائج عندما يتم استخدامها لعدة فترات لقياس نفس الشيء "هذه الخاصة دائما محققة عندما يكون المؤشر كمي عكس المؤشرات النوعية فمثلا رأي العملاء مؤشر نوعي في جودة سلعة معينة بنفس الخصائص في فترتين مختلفتين ليس بالضرورة نفس الرأي أما عن أنواع الوفاء فهي عديدة نذكر منها الوفاء التكافؤ الذي يتحقق عندما يستعمل مسؤولين نفس الاستمارة لقياس أداء نفس المجموعة من المستخدمين في وقت محدد ويخلصنا إلى نفس النتائج الوفاء المتجانس بشرط بأن تكون مجموعة أسئلة وسيلة لقياس نفس الشيء يعطي فعليا نفس النتائج.

- الحساسية: القدرة على تمييز عدة درجات من الأداء هذا يعني إن وجد اختلاف بين أدائي نف إن المؤشر يستطيع تدارك ذلك.
- الكفاية: تتمثل في القدرة على تقييم جميع جوانب الأداء مثل الأداء المالي الأداء التجاري، الأداء الاجتماعي، الأداء الإنتاجي). عادل عشي، الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية: قياس وتقييم، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2002 ص ص 32-33)

الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في الأداء المالي

هناك عدة عوامل داخلية إدارية وفنية مؤثرة على الأداء المالي والتي سنلخصها فيما يلي:

- الهيكل التنظيمي: هو الوعاء أو الإطار الذي تتفاعل فيه جميع المتغيرات المتعلقة بالشركات وأعمالها ففيه تتحدد أساليب الاتصالات والصلاحيات والمسؤوليات وأساليب تبادل الأنشطة والمعلومات، حيث يتضمن الهيكل التنظيمي في الكثافة الإدارية هي الوظائف الإدارية في المؤسسات والتمايز الرأسمالي وهو عدد المستويات الإدارية في المؤسسة وأما التمايز الأفقي فهو عدد المهام التي نتجت عن تقييم العمل والاستثمار الجغرافي من عدد الفروع والموظفين، ويؤثر الهيكل التنظيمي على أداء المؤسسات من خلال المساعدة في تنفيذ الخطط بنجاح عن طريق تحديد الأعمال والنشاطات التي ينبغي القيام بها ومن ثم تخصيص الموارد لها بالإضافة إلى تسهيل تحديد الأدوار الأفراد في المؤسسة والمساعدة في اتخاذ القرارات ضمن المواصفات التي تسهل لإدارة المؤسسة اتخاذ القرارات بأكثر فعالية وكفاءة

- المناخ التنظيمي: هو شفافية التنظيم واتخاذ القرار بأسلوب الإدارة وتوجيه الأداء وتنمية العنصر البشري، أي إدراك العاملين أهداف المؤسسة ومهامها ونشاطها مع ارتباطها بالأداء، ويجب أن يكون اتخاذ القرار بطريقة عقلانية وعلى الإدارة أن تشجع الموظفين على المبادرة الذاتية أثناء الأداء، حيث يقوم المناخ التنظيمي على ضمان سلامته الأداء بصورة إيجابية وكفاءة من الباحثين الإدارية والمالية، وتقديم معلومات لمتخذي القرارات لتحديد صورة للأداء والتعرف على مدى تطبيق لإداريين للمعايير الأداء عند التصرف في أموال المؤسسة.

- التكنولوجيا: هي عبارة عن الأساليب والمهارات والطرق المعتمدة في المؤسسة لتحقيق الأهداف المنشودة والتي تعمل على ربط المصادر بالاحتياجات، ويندمج تحت التكنولوجيا عدد من أنواع مثل تكنولوجيا الإنتاج حسب الطلب والتي تكون وفقا للمواصفات التي يطلبها، وتكنولوجيا الإنتاج المستمر والتي تلتزم بمبدأ الاستمرارية وتكنولوجيا الدفعات الكبيرة، وعلى المؤسسة تحديد نوع التكنولوجيا المناسبة لطبيعة أعمالها والمنسجمة مع أهدافها وذلك بسبب أن التكنولوجيا من أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات والتي لا بد لهذه المؤسسات من التكيف مع التكنولوجيا واستيعابها وتعديل أدائها وتطويره

يهدف الموائمة بين التقنية والأداء وتعمل التكنولوجيا على شمولية الأداء لأنها تغضي جوانب متعددة من القدرة التنافسية وخفض التكاليف والمخاطر بإضافة إلى زيادة الإرباح والحصة السوقية.

- الحجم: يقصد بالحجم هو تصنيف المؤسسات إلى مؤسسات صغيرة أو متوسطة أو كبيرة الحجم حيث يوجد عدد مقاييس لتصنيف أو قياس حجم المؤسسة منها: إجمالياً لموجودات أو إجمالي الودائع أو إجمالي المبيعات، إجمالي القيمة المضافة ويعتبر الحجم من العوامل المؤثرة على الأداء للمؤسسات، فقد يشكل الحجم عائق على أداء المؤسسة حيث أن زيادة الحجم فإن عملية ادارة المؤسسة تصبح أكثر تعقيداً او منه يصبح أدائها أقل فعالية: وبشكل إيجابي من حيث أنه كلما زاد حجم المؤسسة يزداد عدد المحللين الماليين المهندسين بالمؤسسة وأن سعر المعلومة للوحدة الواحدة الواردة في التقارير المالية يقل زيادة حجم المؤسسة، وقد أجرى يتعددة دراسات حول علاقة الحجم بأداء المؤسسات تبين من خلالها أن العلاقة بين الحجم والأداء علاقة طردية (نصر الدين بن نذير، أيوب شمالال، لوحة القيادة كأداة لتقنية الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، مداخلة للمشاركة في المؤتمر الوطني . الأول، حول مداخلة التسيير كآلية لحوكمة المؤسسات وتفعيل الإبداع، جامعة البليدة 2، ص 09)

6. خاتمة:

من خلال الدراسة التي قمنا بها والمتعلقة بالأداء المالي كآلية مرافقة في تعزيز ريادة الأعمال، اتضح لنا أن الحاضنة التجارية تعتبر إحدى أهم الوسائل التي تساعد رواد الأعمال على البدء في القيام بمشاريعهم الخاصة، وذلك من خلال حركية المرافقة التي تكمن في المساعدة القبلية والبعديّة لحاملي المشاريع..

من خلال دراستنا لموضوعنا حول دور ريادة الأعمال في تقييم الأداء المالي للمؤسسة تبين لنا بوضوح أن تقييم الأداء المالي ذو أهمية بالغة بل وأمر ضروري لكن الشركات سواء كانت صناعية تجارية أو خدمية، لأن من خلاله يتم مراقبة نشاط المؤسسة واتخاذ القرارات التصحيحية اللازمة لتحقيق الأهداف المحددة، ولقد اخترنا في دراستنا هذه أهم الأدوات المستخدمة في تقييم الأداء داخل المؤسسة، وقد توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ يعتبر تحسين الأداء المالي هدفاً أساسياً وجوهرياً لأي مؤسسة، ولا يتم ذلك إلا بالاعتماد على أدوات وآليات تعتمد على التطور التكنولوجي ومن هذه الأدوات ريادة الأعمال التي تتميز بالفعالية والمرونة القبلية والبعديّة لأصحاب المشاريع؛
- ✓ تقييم الأداء المالي يعتبر أمراً ضرورياً لمراقبة نشاط المؤسسة واتخاذ القرارات التصحيحية اللازمة؛
- ✓ هدف أساسي لأي مؤسسة هو تحسين الأداء المالي، ويمكن تحقيق ذلك من خلال استخدام أدوات وآليات تعتمد على التطور التكنولوجي وريادة الأعمال.

التوصيات: على ضوء النتائج السابقة الذكر يمكن اقتراح التوصيات التالية:

- يجب أن تهتم الدول والمنظمات المهتمة بدعم وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخلق روح المقابلة لدى الأفراد ودعم المقاولين لاكتساب المهارات التسييرية اللازمة لإنشاء وتطوير المؤسسات.
- من الضروري تخصيص برنامج تدريبي عالي الجودة يركز على خصائص ومميزات المقاول، ليكون مكماً للمهارات التقنية في إدارة الأعمال التي تم توفيرها في التدريب الحالي.
- يجب توفير معلومات كافية عن مخاطر المقابلة، حيث سيدفع ذلك الفئات ذات القدرة الأقل على الاستيعاب إلى المشاركة في مثل هذه الأنشطة بوضوح الرؤية، مما سيوسع قاعدة العمل في القطاع ويزيد من الفاعلية الاقتصادية من خلال إيجاد ثروة ووظائف.
- يجب إدراج المقابلة كموضوع تعليمي في جميع مراحل النظام التعليمي.

- يجب تنفيذ دورات تدريبية متخصصة في المداولة في الجامعات ومراكز التدريب المبني لتوسيع الفئة المستفيدة.
- يجب تكييف دورات التدريب مع المستوى التعليمي وعمر المتدربين.
- تزداد احتمالات نجاح المشاريع أو فشلها نتيجة للمعارف المحدودة أو غير المكتملة فيما يتعلق بالمداولة والصفات الشخصية المطلوبة في المداول وفهمه للبيئة العامة التي يعمل فيها. وهنا نشير إلى ضرورة تخصيص برنامج تدريبي عالي الجودة لصالح هذه الفئة يركز على خصائص ومميزات روح المداول، ليتم إضافة الجوانب التقنية للإدارة التي تم توفيرها في التدريب الحالي. يجب أن يتم تقييم هذه الدورات التدريبية بشكل مستمر من قبل المشرفين عليها، بهدف قياس تأثيرها الحقيقي وتقدير

الإيجابيات وتجنب السلبيات

7. قائمة المراجع:

1. ريم لونيبيسي. (2018). صعوبات ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة النسوية في الجزائر، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 13، جامعة الجزائر، الجزائر.
2. سعيد محمد أبو قرن. (2015). واقع ريادة الأعمال في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة دراسة مقارنة بين قسم التعليم المستمر في جامعتي الأزهر والاسلامية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير تخصص إدارة أعمال، غزة، كلية التجارة الجامعة الإسلامية. فلسطين.
3. شليق عبد الجليل، مدخل خالد. (2017). دور حاضنات الأعمال في مرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة – تجربة الجزائر، المؤتمر الدولي الأول للإدارة والعلوم الإنسانية، كوالالمبور- ماليزيا.
4. بن شهرة وآخرون. (2018). تشجيع ريادة الأعمال من خلال دراسة خصائص الريادي الجامعي، دراسة استطلاعية لعينة من طلاب علوم التسيير جامعة المسيلة، كتاب جماعي، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر.
5. العبيدي، رأفت عاصي، والجراح، أضواء كمال. (2014). رأس المال الفكري في إطار متغيرات بيئة ريادة الأعمال، دراسة استطلاعية في عينة من الشركات الصناعية العاملة في محافظة نينوى، مجلة دراسات إدارية المجلد 9، العراق.
6. بهناس العباس وآخرون. (2019). الإطار الفكري والنظري لريادة الأعمال، روح المبادرة والتنمية المحلية المستدامة، دراسة استطلاعية. جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر.
7. حمزة لفيقر. (2017). روح المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس.
8. الحجاحجة، محمود خليل راجي. (2019). دور الخدمات التي تقدمها مؤسسات الإقراض الصغير على أداء ريادة الأعمال في محافظة الزرقاء في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق.
9. محمد علي الجودي. (2015). نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
10. عمر علي اسماعيل. (2010). خصائص الريادي في المنظمات الصناعية وأثرها على الإبداع التقني، دراسة حالة في الشركة العامة لصناعة الأثاث المنزلي/نينوى. مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 12، العدد 04.
11. نسرين صالح محمد صلاح الدين. (2020). القيادة الإدارية والمسؤولية الاجتماعية، مجلة جامعة القيوم للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 14، الجزء الثاني، جامعة عين الشمس، عمان.
12. اليونس صباح أنور يعقوب. (2008). دور رأس المال الفكري وإدارة الجودة الشاملة وأثرهما في أداء العمليات، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق.
13. رشيد صالح عبد الرضا، جلاب إحسان دهش. (2008). الإدارة الاستراتيجية، دار المناهج، عمان.
14. السعد مسلم علاوي، الغالي طاهر محسن. (1999). السياسات الإدارية، دار الكتب، جامعة البصرة، العراق.
15. صلاح عبد القادر النعيمي. (2021). الاستراتيجية والإدارة الاستراتيجية، دار البازوري، الأردن.
16. بني حمدان خالد محمد وإديس وائل محمد. (2009). الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، دار البازوري العلمية، الأردن.

17. حمود خضير كاظم وموس اللوزي سلامة. (2008). مبادئ إدارة الأعمال، دار إثراء، الأردن.
18. فارس يونس شمس الدين وآخرون. (2016). تأثير خصائص الريادية في متطلبات الريادة الاستراتيجية، مجلة العلوم الإدارية، المجلد، العدد 5، جامعة صلاح الدين، أربيل.
19. مازن نعمان عبد الله. (2021). متطلبات الريادة الاستراتيجية ودورها في تعزيز العمليات المصرفية، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 3، العدد 1، المركز الجامعي أفلو، الجزائر.
20. عادل عباس عبد حسين. (2015). تأثير الريادة الاستراتيجية في تحقيق المكانة الاستراتيجية للمنظمة من خلال الانجبال التنظيمي، أطروحة دكتوراه، جامعة كربلاء، العراق.
21. علاء فرحان طالب، ايمن شيحان المشهداني، الحوكمة المؤسسية والأداء المالي الاستراتيجي للمصارف، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة الأولى، 2001،
22. د. محمد محمود الخطيب، الأداء المالي وأثره على عوائد أسهم الشركات المساهمة، دار حامد للنشر، والتوزيع عمان، 210، الطبعة (الأولى،
23. (عبد الغني ددان، قياس وتقييم الأداء المالي في المؤسسات الاقتصادية، نحو ارساء نموذج للإنذار المبكر، باستعمال المحاكات المالية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2006-2007، ص 28
24. عادل عشي، الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية: قياس وتقييم، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2002،
25. ثابت حمدي ثابت محمد. (2021). الريادة الإستراتيجية كمدخل تطوري للوحدات ذات الطابع الخاص، المجلة العلمية، المجلد 37، العدد 10، جامعة أسيوط، القاهرة.
26. نصرالدين بن نذير، أيوب شمالل، لوحة القيادة كأداة لتقنية الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، مداخلة للمشاركة في المؤتمر الوطني الأول، حول مداخلة التسيير كألية لحوكمة المؤسسات وتفعيل الإبداع، جامعة البليدة 2
27. كفية قسيموري وآخرون. (2019). إعداد رواد الأعمال من خلال مؤسسات التعليم العالي ومراكز التدريب، دراسة استطلاعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
28. Kannan and Aulbur, 2004, Intellectual Capital Measurement Effectiveness, Journal of Intellectual Capital, Vol5 , No3.

زيادة الأعمال في الإمارات العربية المتحدة: دراسة البيئة الريادية وعوامل النجاح

Entrepreneurship in the United Arab Emirates: Study of the Entrepreneurial Environment and Success Factors

تقوى قمادي¹، فاطمة علاق²

¹ جامعة مولود معمري تيزي وزو (الجزائر)

² جامعة مولود معمري تيزي وزو (الجزائر)

ملخص: يهدف هذا البحث إلى دراسة بيئة زيادة الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة وتحديد عوامل النجاح التي تساهم في تعزيز روح المبادرة والابتكار ونمو الشركات الناشئة؛ ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في المفاهيم ذات الصلة بزيادة الأعمال والتقارير المتاحة حول هذا الموضوع واستعراض القوانين والقرارات المعمول بها، بالإضافة إلى المواقع الرسمية للحكومة والهيئات المعنية كمصادر موثوقة عن تشكيل وتنفيذ السياسات الحكومية المتعلقة بدعم الشركات الناشئة في دولة الإمارات، ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن: صدارة الإمارات في مجال زيادة الأعمال سنة 2022 يرجع إلى البيئة الجذابة للأعمال التي جعلتها وجهة مفضلة للاستثمار على مستوى العالم نظرا لما تتمتع به من مقومات وحوافز لجذب وتأسيس المشاريع الناشئة، ومن بين الاقتراحات التي قدمتها الدراسة هي: أهمية وضع مؤشرات لقياس جودة بيئة زيادة الأعمال بهدف إنشاء نظام يستطيع رصد وتقييم أداء هذه البيئة بشكل دوري ومستمر، مما يوفر أساسا قويا لاتخاذ القرارات وتعزيز الجوانب القوية ومعالجة الجوانب التي تحتاج إلى تحسين؛ يمكن أن تتضمن هذه المؤشرات قياس جوانب مختلفة مثل: التمويل وسهولة الوصول إلى الموارد، الدعم الحكومي، التقدم التكنولوجي ونظم التعليم، البحوث والتطوير، البنية التحتية، سهولة الدخول إلى الأسواق بالإضافة إلى الثقافة الريادية في المجتمع.

الكلمات المفتاحية: زيادة الأعمال؛ الإمارات العربية المتحدة؛ بيئة الأعمال؛ الشركات الناشئة.

Abstract: The aim of this research is to study the entrepreneurship environment in the United Arab Emirates (UAE) and identify the success factors that contribute to fostering initiative, innovation, and the growth of startups. To achieve the study objectives, a descriptive-analytical approach was used to examine relevant concepts in entrepreneurship, available reports on this topic, and a review of laws and regulations. Additionally, official government websites and relevant authorities were utilized as reliable sources for understanding the formulation and implementation of government policies related to supporting startups in the UAE. Among the key findings of the study is that the UAE has emerged as a global leader in entrepreneurship in 2022. This can be attributed to its attractive business environment, which has made it a preferred investment destination worldwide due to the factors and incentives it offers for attracting and establishing startups. One of the proposals presented by the study is the importance of developing indicators to measure the quality of the entrepreneurship environment. This would facilitate the creation of a system for regularly and continuously monitoring and evaluating the performance of this environment. Such indicators would provide a strong foundation for decision-making, enabling the enhancement of strengths and the improvement of areas in need of development. These indicators could encompass various aspects, including access to financing and resources, government support, technological advancements and educational systems, research and development, infrastructure, market accessibility, and entrepreneurial culture within society.

Keywords: Entrepreneurship; United Arab Emirates; Business Environment; Startups.

تحظى ريادة الأعمال باهتمام واسع من طرف جميع الدول والحكومات، لأنها أصبحت تمثل أحد محركات اقتصاد المعرفة، وقاطرة الاقتصاد الوطني نحو التنوع والتنافسية والنمو المستدام، وحل فعال للحد من البطالة وزيادة الناتج المحلي الإجمالي وتشجيع الصادرات وبالتالي تخفيف العجز في الميزان التجاري وتشجيع المنتجات المحلية، ولهذا تجتهد الحكومات في إيجاد الطرق والوسائل التي تساهم في تذليل الصعوبات التي تواجه رواد المشاريع ومرافقتهم في تجسيد أفكارهم على أرض الواقع من خلال بناء بيئة ريادية محفزة على الاستثمار في المشروعات الناشئة الواعدة.

تشكل دولة الإمارات نموذجا ناجحا في خلق بيئة ريادية تشجع على الابتكار والمبادرة، حيث تحتل المرتبة الأولى عالميا للمرة الثانية على التوالي سنة 2022 والمرتبة الأولى إقليميا في تمويل المشروعات الناشئة وريادة الأعمال، وتعزى هذه النجاحات إلى اهتمام الحكومة بتسهيل إجراءات إنشاء المشاريع ودعم رواد الأعمال وتوفير التمويل والدعم المادي للشركات الناشئة. ومن خلال دراسة تجربة الإمارات في ريادة الأعمال يمكننا تحسين فرص النجاح لرواد الأعمال في بلداننا وتعزيز التنمية الاقتصادية وتشغيل الشباب وبهذه الطريقة يمكننا الوصول إلى مستويات جديدة من الابتكار والاستدامة وتحقيق مزيد من التقدم في مجال ريادة الأعمال.

1.1. مشكلة البحث: في ضوء ما سبق يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال الآتي:

ما هي العوامل التي تساهم في تعزيز بيئة ريادة الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة وتحقيق النجاح في هذا المجال؟

2.1. فرضيات الدراسة: للإجابة عن السؤال الرئيس يمكن اقتراح الفرضيات الآتية:

- يساهم الدعم الحكومي المقدم في شكل تشريعات وسياسات وخدمات مالية واستشارية في تشجيع الشباب الطموح لبدء وتطوير مشاريعهم الخاصة؛
- البنية التحتية التكنولوجية المتطورة عامل مهم يساهم في إنشاء بيئة تشجع الابتكار وتطوير الأعمال الناشئة؛
- تعتبر الشراكة مع القطاع الخاص أحد العوامل الرئيسية في نجاح ريادة الأعمال في الإمارات؛
- يعزز التعليم الريادي والبرامج التدريبية التفكير الابتكاري وتطوير المهارات الريادية للطلاب والشباب؛
- تعكس ثقافة الريادة وروح المبادرة في المجتمع الإرادة القوية للأفراد ووعيهم بدورهم في خدمة الاقتصاد الوطني.

3.1. أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من الكفاءة التي أثبتتها دولة الإمارات العربية المتحدة في تجربتها خلال السنوات الماضية في تطوير منظومة متكاملة وعالية المستوى لريادة الأعمال وتسريع نمو الشركات الناشئة التي أصبحت مساهما رئيسيا في زيادة الناتج المحلي الإجمالي غير النفطى للدولة وتعزيز التحول نحو التكنولوجيا والابتكار واقتصاد المعرفة بوتيرة أسرع.

4.1. أهداف الدراسة: يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على العوامل التي تعزز أو تعيق تأسيس الشركات الناشئة بناء على تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال؛
- دراسة البيئة الريادية في دولة الإمارات العربية المتحدة من خلال استعراض القوانين واللوائح المتعلقة بإنشاء وتشغيل الشركات الناشئة، واستكشاف مصادر الدعم والتمويل الحكومي وكذلك تقييم البنية التحتية الرقمية والتكنولوجية التي تدعم ريادة الأعمال في الدولة؛
- الوقوف على العوامل التي تساهم في نجاح ريادة الأعمال في دولة الإمارات من خلال الشراكة مع القطاع الخاص، وتحديد دور التعليم في تطوير مهارات رواد الأعمال بالإضافة إلى تقييم ثقافة الريادة وروح المبادرة في المجتمع الإماراتي؛
- دراسة تجارب شركات ناشئة ناجحة في ريادة الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة.

2. الإطار المفاهيمي:

1.2. تعريف ريادة الأعمال:

تاريخيا ريادة الأعمال ليست بالظاهرة الجديدة، وليست نتاج القرن الماضي، بل استخدم هذا المصطلح لأول مرة من طرف الاقتصاديين R Cantilon (1734-1680) و J B Say (1767-1832) في بداية القرن التاسع عشر، وعبر عن نوع من الشخصية التي هي على استعداد لتأسيس مشروع جديد وتقبل المسؤولية الكاملة عن النتائج غير المؤكدة، أما مفهوم رائد الأعمال فيرجع إلى النمساوي J Shumpeter (1883-1950) إذ عرفه بأنه الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة على تحويل فكرة جديدة إلى ابتكار ناجح (الباجوري، 2017، ص. 06).

ولقد مرت ريادة الأعمال بحقبة زمنية مملوءة بإسهامات علمية مختلفة وغزيرة بالأراء والنظريات من قبل باحثين في حقول علمية عديدة اختلفت وجهات نظرهم فيها نتيجة تشبعهم بثقافات مختلفة وانتمائهم لميادين متعددة مثل: علم الاقتصاد، وعلم النفس، والتسويق، والإدارة الاستراتيجية، علم الاجتماع، علم التاريخ، وعلم الإنسان، ومن هنا اتخذ مصطلح ريادة الأعمال عدة نواح في تعريفه حسب مقاربات فردية وأخرى اقتصادية:

- بناء على مقارنة فردية: تنسب للأفراد وتحاول تحليل سلوك الفرد وهي تتعلق أساسا بقدرته على إنشاء مشاريع خاصة ذات بعد ريادي متفرد؛ وتعني الشخص الذي يشرع في إنشاء عمل تجاري وفق أفكار مبدعة وخلاقة وطرق مبتكرة ترتكز على المخاطرة ورأس المال الجريء للحصول على منتجات ونماذج عمل جديدة تسهم في التطور الصناعي (ثامر، وباهي، 2014، ص. 165).

- بناء على مقارنة اقتصادية: تشير ريادة الأعمال إلى الرغبة في إنشاء عمل خاص يديره الفرد من خلال بذل الفكر والجهد والوقت والمال، والتحلي بروح المغامرة وتقبل المخاطرة المحسوبة، وتحمل التبعات النفسية والاجتماعية والمالية لذلك، واستثمار العوائد في التوسع الأفقي أو الرأسي لتوفير فرص عمل جديدة والتخفيف أو الحد من البطالة، وكذلك تحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية، والمساعدة في بناء مستقبل الوطن، وإحداث تطوير وتنمية مستدامة (عبد الله، وآخرون، 2022، ص. 103).

ويعرفها المرصد العالمي لريادة الأعمال¹ Global Entrepreneurship Monitor على أنها: "محاولة لإنشاء عمل جديد أو مشروع جديد، مثل العمل الحر، أو تأسيس شركة جديدة، أو توسيع نشاط تجاري قائم، بواسطة فرد، أو فريق من الأفراد، أو شركة قائمة" (<https://www.gemconsortium.org/wiki/1149>)

وهناك من ينسب ريادة الأعمال إلى المخاطرة أو الجرأة في تطبيق أفكار جديدة والعمل في ظل عدم التأكد؛ فيمكن تعريفها على أنها عبارة عن: "إنشاء مشروع من قبل فرد له القدرة على تحمل المخاطر مع وجود فرصة كبيرة لتحقيق الأرباح" أو هي: "عملية إبداعية يبتكر من خلالها رائد الأعمال شيء جديد ذو قيمة مستغلا بذلك الفرص المتوفرة ومعتمدا على الموارد المتاحة ومتحملا للمخاطر التي تواجهه" (علويط، وفرعون، 2022، ص. 119).

¹ المرصد العالمي لريادة الأعمال Global Entrepreneurship Monitor: هو المرجعية الأولى عالميا في ريادة الأعمال لدى الدول والمنظمات الدولية، كالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي، ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والمنظمة العالمية للملكية الفكرية، والمنظمات التابعة للأمم المتحدة. ويعد التقرير السنوي للمرصد أكبر دراسة حول ريادة الأعمال وأنشطتها في العالم، حيث يتضمن خلاصة الأبحاث التي يجريها المرصد على الاقتصادات العالمية لقياس مدى ربايتها، وتركز منهجية التقرير على تحقيق ثلاثة أهداف، هي: قياس الاختلافات في نشاط ريادة الأعمال عبر اقتصادات العالم، وفهم النظام البيئي لريادة الأعمال وكشف العوامل المؤثرة فيه، واقتراح سياسات لتعزيز وتطوير مستوى نشاط ريادة الأعمال.

وعليه يمكن تقديم تعريف إجرائي لريادة الأعمال على هذا النحو ريادة الأعمال هي القدرة على إنشاء أعمال تجارية جديدة في بيئة غير مؤكدة من خلال تحويل أفكار إبداعية وخلاقة إلى فرص عمل حقيقية، ولا يمكن الحديث عن ريادة الأعمال دون الوقوف على الصفات أو الكفاءات التي يتميز بها رائد الأعمال؛ فالأفراد الذين يحفزون على التغيير ويبادرون إلى القيام بنشاطات تنموية يشكلون عنصرا مهما للنمو الاقتصادي في أي بلد، ويسمى هؤلاء "رواد الأعمال" لأنهم يتمتعون بالقدرة على تحديد حاجات بيئتهم وجمع الموارد المناسبة لتلبية تلك الحاجات، حيث تصب معظم اهتماماتهم في مجتمعهم الذي يعيشون فيه فإذا ازدهر عملهم تزدهر مجتمعاتهم.

حيث ينظر للريادي على أنه: "شخص يستطيع تمييز الفرص واغتنامها بينما الآخرون لا يستطيعون ذلك، وكذلك هو الذي يمتلك الخصائص النادرة وغير المتوفرة لباقي الناس"، فهو الذي يتمتع بالمعرفة والمهارة التي تمكنه من تحويل المعرفة إلى عمل منظم إلى جانب السلوكات المناسبة للتعامل مع الوضعيات المختلفة" (خربوطلي، 2018، ص.09)؛ ولهذا ارتبط نجاح المؤسسات الناشئة ارتباطا وثيقا بقيادة الرياديين لها بفضل خصائصهم المميزة؛

فريادة الأعمال تتطلب من الشخص الريادي اكتساب بعض المهارات التي تمكنه من إتقان عمله لتقليل احتمالية المخاطرة وزيادة فرص نجاح المشروع، وتتمثل مهارات ريادة الأعمال في: (علام، 2022، ص.147)

- مهارات ريادة الأعمال: تشير إلى المهارات المطلوبة لبدء العمل وتطويره وإدارته بالإضافة إلى مهارات اتخاذ القرار والتسويق والإدارة والتمويل والمحاسبة والإنتاج والتفاوض وتعتبر هذه المهارات ضرورية لإطلاق أي مشروع ريادي وإدارته.
- مهارات إدارية: يتميز الريادي عن المدير بامتلاكه مهارات فردية كالتخطيط وتحديد الأهداف والتحكم بنفسه وسلوكه وتحمل المخاطر والمواظبة والتوجه نحو التغيير بالإضافة إلى القدرة على إدارة التغيير.
- مهارات فنية: وتشمل مهارات الكتابة والاتصال الشفوي والسيطرة والتحكم بالبيئة المحيطة وإدارة العمل الفني والتكنولوجيا والعلاقات بين الأفراد، إضافة إلى مهارة الاستماع والقدرة على التنظيم وبناء الشبكات والتعلم وإدارة الفريق.
- وكتعريف إجرائي لرائد الأعمال هو: الشخص ذو الخصائص والمميزات التي تجعله يتحمل خطر القيام بأعمال تجارية خاصة؛ إنه الشخص الذي يمتلك روح المبادرة وتحمل المسؤولية، ويتعامل بمرونة ومهارة في التنظيم والإدارة، يثق في قدراته واستعداداته، ويهدف إلى تحقيق النجاح والتفوق.

2.2. دور ريادة الأعمال:

- تلعب ريادة الأعمال دورا مهما في الحياة الاقتصادية والاجتماعية يمكن تلخيصه في النقاط التالية: (السكرانة، 2008، ص.31)
- إنشاء أسواق جديدة؛ رواد الأعمال هم أناس مبدعون ومنشئون للفرص والموارد فهم يخلقون عملاء وبائعين وهذا ما يجعلهم مختلفين عن رجال الأعمال التقليديين الذين يؤدون الوظائف الإدارية التقليدية مثل التخطيط والتنظيم وتحديد المهام؛
- اكتشاف مصادر جديدة للمواد؛ يتميز رواد الأعمال بطبيعة ابتكارية تدفعهم نحو اكتشاف مصادر جديدة للمواد تمكنهم من تحسين وتطوير أعمالهم لتمتع بميزة تنافسية من حيث النقل، التكلفة والجودة؛
- تحريك الموارد الرأسمالية؛ يحدد وينظم رواد الأعمال عناصر الإنتاج المختلفة كالأرض والعمل ورأس المال ويقومون بمزجها لخلق بضائع وخدمات جديدة أو تطوير أعمال قائمة؛
- تقديم تكنولوجيا جديدة؛ يحسن رواد الأعمال استغلال الفرص وتحويلها إلى مكسب؛ لذلك فهم يقدمون منتجات جديدة ومختلفة تهدف لإشباع الحاجات البشرية بطريقة مناسبة؛

- خلق فرص عمل جديدة؛ أكبر موفر لفرص العمل هو القطاع الخاص وقطاع الأعمال المتوسطة والصغيرة، فمزيد من الوظائف يعني مزيد من الدخل وهذا يزيد الطلب على المنتجات والخدمات وبالتالي يزيد الإنتاج فيزيد الطلب على الوظائف مرة أخرى وهكذا؛

- الاستثمار الأمثل للموارد؛ إن تحقيق الكفاءة في استثمار الموارد يؤدي إلى تحقيق نمو اقتصادي أكبر.

3.2. العوامل المؤثرة في نجاح ريادة الأعمال:

تلعب الشركات الناشئة دورا حيويا في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتخفيف من البطالة ورفع معدل التشغيل وزيادة الدخل الوطني، ومما لا شك فيه أن تحقيق هذه الغايات يتطلب توفير عدة مقومات التي من شأنها أن تجعل تجربة الشركات الناشئة تجربة يكللها النجاح والتميز، لعل أهمها أجهزة المرافقة والدعم التي تؤدي دورا أساسيا في تسهيل وتسريع مسار إنشاء الشركات الناشئة وتذليل العقبات أمامها من خلال تقديم خدمات عديدة كتوفير المعلومات، التوعية التحفيز، التكوين، الإعداد، التوجيه، التمويل... بالإضافة إلى الخدمات اللوجستية وتوفير الموقع وتسهيل التواصل مع مختلف الهيئات... ولعل من أبرز أشكال المرافقة "الحاضنات" التي أثبتت نجاحها في دعم الشركات الناشئة، ويعود هذا النجاح لاعتبار الحاضنات منظومة تكاملية تعتبر كل مشروع صغير كأنه وليد يحتاج إلى الرعاية الفائقة والاهتمام الشامل، لذلك يحتاج إلى حضانه تظمه منذ مولده لتحميه من المخاطر التي تحيط به وتمنحه بطاقة الاستمرارية، وتدفع به تدريجيا ليكون قويا قادرا على النمو ومؤهلا للمستقبل ومزودا بآليات النجاح (ليتيم، 2022، ص ص 132-131)، ويحدد "المرصد العالمي لريادة الأعمال" 13 عاملا يعزز أو يعيق تأسيس الشركات الناشئة في اقتصاد معين وهي:

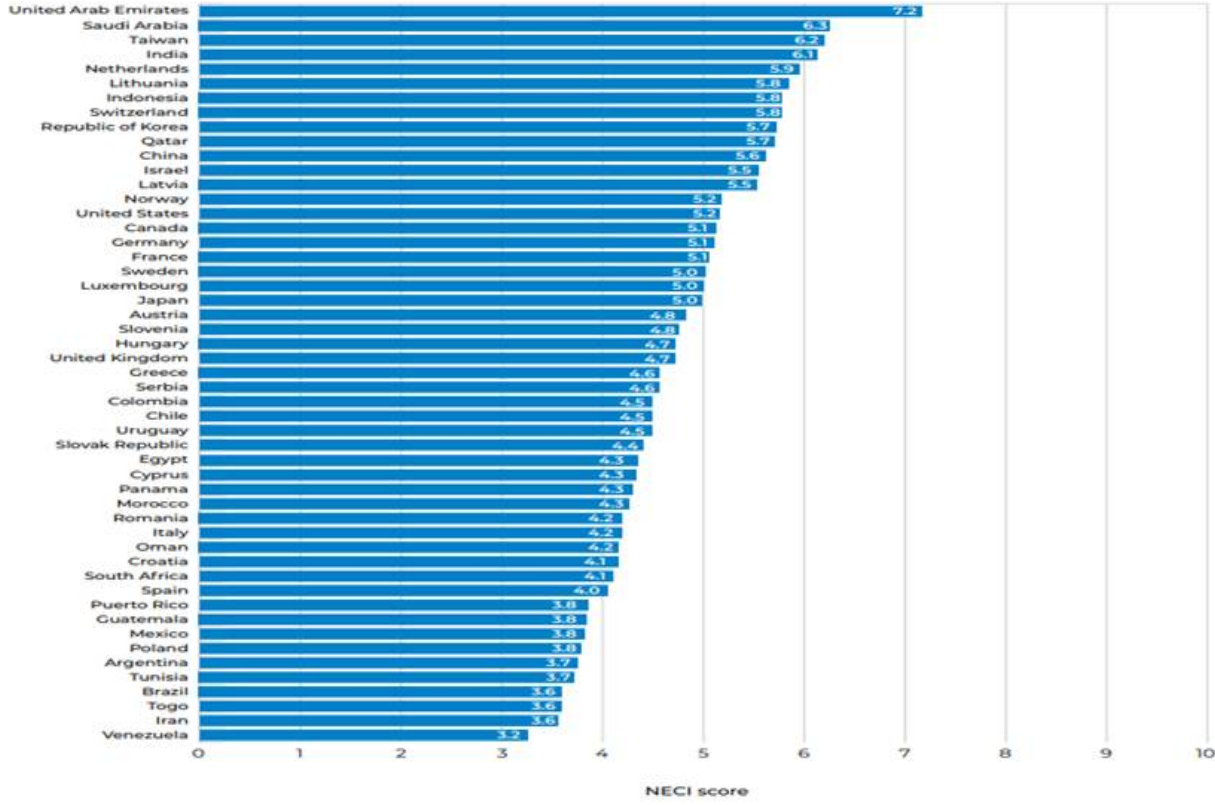
(<https://www.gemconsortium.org/wiki/1154>)

- التمويل الريادي: Entrepreneurial Finance هل تتوفر الأموال الكافية للشركات الناشئة الجديدة؟
- سهولة الوصول إلى التمويل الريادي: Ease of Access to Entrepreneurial Finance هل يمكن الوصول بسهولة إلى تلك الأموال؟
- السياسات الحكومية: الدعم والصلة: Government Policy: Support and Relevance هل تدعم الحكومة الشركات الناشئة؟
- السياسات الحكومية: الضرائب والبيروقراطية: Government Policy: Taxes and Bureaucracy هل تفرض عبئا على الأعمال الجديدة؟
- برامج الريادة الحكومية: Government Entrepreneurial Programs هل تتوفر برامج الدعم ذات الجودة؟
- التعليم الريادي في المدارس: Entrepreneurial Education at School هل تقدم المدارس أفكارا حول ريادة الأعمال؟
- التعليم الريادي بعد التخرج: Entrepreneurial Education Post-School هل تقدم الكليات دورات في إنشاء الأعمال؟
- نقل البحوث والتطوير: Research and Development Transfers هل يمكن تحويل البحوث إلى أعمال جديدة؟
- البنية التحتية التجارية والقانونية: Commercial and Professional Infrastructure هل تكفي وتكون بأسعار معقولة؟
- سهولة الدخول: ديناميات السوق: Ease of Entry: Market Dynamics هل الأسواق حرة ومفتوحة ومتنامية؟
- سهولة الدخول: العبء والتنظيم: Ease of Entry: Burdens and Regulation هل تشجع التنظيمات أو تقيد الدخول؟
- البنية التحتية: Physical Infrastructure هل تكفي وتكون بأسعار معقولة؟
- القيم والمعايير الاجتماعية والثقافية: Social and Cultural Norms هل تشجع الثقافة وتحتفل بروح الريادة؟

3. دراسة تجربة دولة الإمارات في ريادة الأعمال:

حلت دولة الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الأولى عالمياً في المؤشر العالمي لريادة الأعمال 2022 بحسب التقرير الصادر عن "المركز العالمي لريادة الأعمال Global Entrepreneurship Monitor" متقدمة من المرتبة الرابعة عالمياً في تقرير العام الماضي، ومتفوقة بذلك على جميع الاقتصادات العالمية المشاركة في التقرير، وهذا ما يظهر في الرسم البياني التالي:

الشكل 01: صدارة الإمارات العربية المتحدة في ريادة الأعمال للعام 2022



Source : Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report, P 111, disponible sur le site :

<https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

1.3. البيئة الريادية في دولة الإمارات:

❖ القوانين والتشريعات: توفر دولة الإمارات مزايا وتسهيلات قانونية، ضمن مظلة تشريعية وإجرائية هي الأكثر مرونة وتنافسية على مستوى المنطقة، تحفز على جذب الاستثمارات الأجنبية وضمان استقرار مجتمع الأعمال في الدولة؛ ومن هذه التشريعات:

- قانون الشركات التجارية: يهدف المرسوم بقانون اتحادي رقم (32) لسنة 2021 بشأن الشركات التجارية الى تعزيز انفتاح مناخ الأعمال في الدولة بما يدعم تنافسية الاقتصاد الوطني وديناميكية بيئة الأعمال، ويصب في توفير بيئة استثمارية حيوية ومتطورة تمكن المستثمرين من تنفيذ مشروعات حيوية للاقتصاد وزيادة استقطاب الشركات الأجنبية وجذب الاستثمارات الخارجية إلى القطاعات الاقتصادية بالدولة، وشملت تعديلات القانون تطوير حلول للشركات لعمليات التمويل وإعادة الهيكلة، وإيجاد حلول للتحديات التي تواجه أنشطة الأعمال في الدولة، ومن أبرز أحكام وتعديلات القانون إلغاء الحد الأقصى والأدنى لنسبة مساهمة المؤسسين في رأسمال الشركة عند الطرح العام، وكذلك إلغاء تحديد مدة الاكتتاب بالقانون، وترك الأمرين لما تحدده نشرة الاكتتاب وعدم اشتراط جنسية أعضاء مجلس الإدارة وترك التنظيم لما يقرره المساهمون في انتخاب

أعضاء المجلس وفقا للشروط والضوابط التي تحددها السلطة المختصة والسماح لأفرع الشركات الأجنبية المرخصة في الدولة بالتحويل إلى شركة تجارية تحمل جنسية الإمارات. (مرسوم بقانون اتحادي رقم 32، 2021).

- قانون المشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة: تتمثل مواد هذا القانون في 25 مادة تهدف إلى كيفية تطوير المشاريع والمنشآت لتكون داعما أساسيا للتنمية الاقتصادية في الدولة، من خلال نشر وتشجيع ثقافة البحث والإبداع والابتكار وزيادة الأعمال التي تحقق طموحات الدولة الاقتصادية، وتنسيق جهود الجهات المعنية، وتعزيز تنافسيتهما من أجل توفير فرص العمل والبرامج والمبادرات الرامية إلى تنمية هذه المشاريع، وتحفيز المواطنين لدخول سوق العمل والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي للدولة وتعزيز مكانة الدولة كمركز لريادة الأعمال؛ بالإضافة إلى تشكيل مجلس المشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة وإنشاء البرنامج الوطني للمشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة من أجل توفير الخبرة الفنية والإدارية والتدريبية لدعمها وتطويرها وتقييمها دوريا، ووضع برامج توعوية للتشجيع على إقامة مشاريع جديدة والتعريف بفرص الاستثمار المتاحة وتقديم مزايا وتسهيلات متنوعة؛ وقد تتعلق التسهيلات بالترويج والتسويق وتبسيط الإجراءات وتسهيل المعاملات وتخفيض رسوم ترخيص الانتفاع بالأراضي لأغراض صناعية أو زراعية، بالإضافة إلى إمكانية الإعفاء من الضريبة الجمركية على المعدات والمواد الأولية والسلع الوسيطة، وتسهيلات ائتمانية لا تقل عن 10 بالمئة من المجموع السنوي الذي يلتزم به مصرف الإمارات للتنمية (القانون الاتحادي رقم 02، 2014)، بالإضافة إلى تخصيص مساحة مناسبة في المعارض الخارجية التي تشارك بها دولة الإمارات لعرض المنتجات الوطنية لأصحاب المشاريع والمنشآت وتوفير المعلومات اللازمة عن الأسواق الخارجية وألوية المشاركة في المعارض الداخلية، وتمنح تسهيلات إضافية للمشاريع والمنشآت التي تحتوي أقساما خاصة للبحث والتطوير والابتكار والتي حققت نجاحا اقتصاديا؛ بالإضافة إلى المخترعين ومالكي براءات الاختراع لاستكمال مراحل البحث والتطوير (قرار مجلس الوزراء رقم 35.2016).

- قانون الضريبة على الشركات: فرضت دولة الإمارات لأول مرة ضريبة بنسبة 9% على الشركات التي يزيد صافي أرباحها السنوية عن 375.000 درهم إماراتي بدء من جوان 2023 بينما الشركات التي يقل دخلها عن 375.000 درهم فتطبق ضريبة بنسبة 0% (قرار مجلس الوزراء رقم 116، 2022) ولقد أصدرت دولة الإمارات العربية المتحدة المرسوم بقانون اتحادي رقم 47 لسنة 2022 في شأن الضريبة على الشركات والأعمال لدعم الشركات الناشئة من خلال تقليل أعباء الضريبة وحددت فيه حد الإيرادات والشروط التي يجب على الأشخاص الخاضعين للضريبة استيفاءها، حيث تمكنهم من المطالبة بتسهيلات الأعمال الصغيرة في حال لم تتجاوز إيراداتهم ثلاثة ملايين درهم، ويطبق على السنوات المالية التي تبدأ في أو بعد تاريخ 01 جوان 2023 إلى غاية الفترات الضريبية التي تنتهي قبل أو في 31 ديسمبر 2026 (قرار وزاري رقم 73، 2023)؛ وتتضمن تسهيلات الأعمال الصغيرة عادة؛ تطبيق معدلات ضريبة منخفضة على أرباح الشركات أو تقديم إعفاءات ضريبية مؤقتة أو دائمة، تبسيط الإجراءات الضريبية، تقديم الدعم والمشورة للامتثال للقوانين الضريبية وتحسين إدارة الضرائب وغيرها؛ إن استحداث ضريبة الشركات بنسبة 9% يجعل دولة الإمارات صاحبة المرتبة الثالثة ذات أدنى معدل ضرائب على الشركات في العالم، وهو ما يعبر عن نجاح الدولة في إيجاد التوازن بين الالتزام بالحد الأدنى لمعدل الضريبة الفعال والحفاظ على ثقة واهتمام المستثمرين.

- مصادر التمويل والدعم الحكومي: حسب مؤشرات المرصد العالمي للريادة 2023/2022 احتلت دولة الإمارات المرتبة الأولى في المؤشرين A1 و A2 بنفس النسبة وهي 7.2 والمتعلقين بالتمويل الريادي وسهولة الوصول له وهو ما يوضحه الجدول أدناه:

الجدول 01: مؤشرات المرصد العالمي لريادة الأعمال

Framework Condition	Level A	Level B	Level C	
A1. Finance	high	United Arab Emirates 7.2	Taiwan 5.9	Indonesia 6.0
	low	Cyprus 3.4	Panama 3.1	Venezuela 1.9
A2. Access	high	United Arab Emirates 7.2	Taiwan 5.4	India 5.7
	low	Italy 3.9	Argentina 2.5	Venezuela 1.8
B1. Policy	high	United Arab Emirates 6.9	Taiwan 7.1	India 6.6
	low	Spain 2.9	Argentina 1.8	Venezuela 2.1
B2. Burdens	high	United Arab Emirates 6.9	Taiwan 7.1	China 6.5
	low	Spain 3.3	Argentina 1.8	Venezuela 1.7
C. Programs	high	Austria 7.1	Taiwan 6.6	India 6.3
	low	Cyprus 3.6	Argentina 3.2	Venezuela 2.1
D1. Schools	high	Israel 7.6	Latvia 5.6	India 5.7
	low	Cyprus 2.5	Mexico 1.7	Togo 1.5
D2. Colleges	high	United Arab Emirates 7.4	Taiwan 5.9	Indonesia 6.2
	low	Austria 3.8	Romania 3.1	Iran 3.0
E. R&D Transfer	high	United Arab Emirates 6.8	Taiwan 5.8	India 5.7
	low	Spain 3.4	Poland 2.8	Venezuela 2.1
F. Commercial	high	United Arab Emirates 6.8	Taiwan 6.9	India 5.9
	low	Israel 4.8	Oman 4.1	Venezuela 3.8
G1. Entry Dynamics	high	Korean R 7.8	Latvia 7.1	Venezuela 7.1
	low	France 3.7	Uruguay 2.0	Guatemala 3.4
G2. Entry Burden	high	Israel 6.9	Latvia 5.5	India 6.0
	low	Spain 4.1	Mexico 3.3	Iran 3.1
H. Infrastructure	high	Switzerland 7.8	Taiwan 8.4	China 7.3
	low	Israel 3.6	Oman 4.6	Venezuela 4.0
I. Culture	high	United Arab Emirates 7.9	Taiwan 6.7	Indonesia 6.4
	low	Israel 2.5	Panama 3.2	Tunisia 3.7

Source : Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report, P 107, disponible sur le site :

<https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

وتدعم دولة الإمارات ريادة الأعمال المبتكرة وتطبق خدمات تمويل ورعاية لرواد الأعمال المبتكرين حول العالم، ومن بين أشكال هذا الدعم:

- صندوق خليفة لتطوير المشاريع: يستهدف صندوق خليفة لتطوير المشاريع تشجيع ريادة الأعمال ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة في مختلف المراحل بدء من التأسيس والتشغيل والنمو، ورفع كفاءة وقدرات رواد الأعمال من خلال إطلاق ما المبادرات وتقديم خيارات التمويل وخدمات الدعم، وإتاحة فرص بناء علاقات أعمال، وكان الصندوق قد تأسس كهيئة حكومية غير ربحية تابعة لحكومة أبوظبي في عام 2007 إلى جانب فرع في العين والمنطقة الغربية، وفي سنة 2011 وسع الصندوق أنشطته وافتتح فروع في عجمان ورأس الخيمة والفجيرة، وبلغ إجمالي قيمة القروض الممنوحة إلى غاية 2019 ما يصل إلى 1.32 مليار درهم وأكثر من 900 ورشة عمل قدمت في الجامعات والمدارس.

(<https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/khalifa-fund-for-enterprise-development>)

- مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة: تعتبر مؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة منصة متكاملة لتقديم خدمات دعم رواد الأعمال الإماراتيين وهي منبثقة عن دائرة التنمية الاقتصادية في دبي، تم تأسيسها سنة 2002 لتدعم للشركات الصغيرة والمتوسطة الناشئة في كافة مراحل تأسيسها ونموها بدءاً من التخطيط وبناء قدرات الرواد ومساعدتهم في الوصول إلى أقصى إمكاناتهم عبر المسرعات والحاضنات وبرامج التدريب وصولاً إلى المبادرات والمعارض وإصدار الرخص والتسويق؛ ولقد وصل إجمالي الحوافز منذ التأسيس إلى 824 مليون درهم، أما عدد الشركات الناشئة في دبي حتى 2020 هو 1675 شركة.

(<https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/mohammed-bin-rashid-establishment-for-sme-development-dubai-sme>)

- مؤسسة الشارقة لدعم المشاريع الريادية "رواد": تهدف "رواد" إلى الارتقاء ببيئة ريادة الأعمال وتعزيز نمو قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة في الشارقة، وهي مؤسسة منبثقة عن دائرة التنمية الاقتصادية بالشارقة، تأسست سنة 2005 لتهيئة البيئة الحاضنة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة وتنمية قدرات رواد الأعمال الإماراتيين ونشر ثقافة الريادة، وتقديم التدريب والتمويل الذي يصل إلى 02 مليون درهم، وقد أطلقت "رواد" تطبيقها الذكي الذي يتيح للأعضاء الوصول لخدمات التمويل والمعلومات عن الأحداث والفعاليات والدورات التدريبية، وتقديم خدمات استشارية لتقييم وتطوير أفكار المشاريع والاستراتيجيات التسويقية ودراسات الجدوى والاستشارات المالية والإدارية، ساهمت هذه المؤسسة في 224 مشروع إلى غاية 2020 ووصل عدد المتدربين إلى 5327 حتى نهاية 2020.

(<https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/sharjah-foundation-to-support-pioneering-entrepreneurs-ruwad->)

- تعزيز " لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة في عجمان: يهدف برنامج "تعزيز" المنبثق عن دائرة التنمية الاقتصادية في عجمان إلى تشجيع المواطنين على الانخراط في النشاط الاقتصادي ودعم مشاريعهم وإيجاد مزيد من فرص العمل في الصناعات التحويلية والسياحية والإعلام الرقمي والنقل والإمداد، وتوفير بيئة استثمارية حاضنة لريادة الأعمال وتمكين المزيد من مواطني دولة الإمارات من المشاركة في بناء قطاع الأعمال في عجمان؛ ويقدم مجموعة متنوعة من المزايا التي تشمل البرامج التدريبية وخدمات الإرشاد خلال مراحل إطلاق الأعمال وإدارتها وتطويرها وتسويقها، ولقد استفاد أكثر من 800 فرد من الفصول التدريبية في إطار برنامج تعزيز في 2020.

(<https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/enhancing-the-development-of-smes-in-ajman>)

- مؤسسة سعود بن صقر لتنمية مشاريع الشباب: تهدف مؤسسة سعود بن صقر لتنمية مشاريع الشباب وتطوير ثقافة المشاريع الصغيرة والمتوسطة في رأس الخيمة، ويساعد البرنامج الشباب من مواطني دولة الإمارات على تنفيذ أفكارهم وتحويلها إلى فرص عمل قابلة للتطبيق وتحقيق النمو الشخصي من خلال باقات متنوعة من الخدمات والبرامج التدريبية والبحثية من خلال الملتقيات وورش العمل بالإضافة إلى التسهيلات المختلفة كالمساحات المكتبية وقاعات الاجتماعات وخدمات الإنترنت والاتصالات التي استفاد منها أكثر من 3000 شاب، وتتيح للأعضاء المشاركة في المعارض المحلية والعالمية التي فاقت 70 معرضاً لتوسيع شبكة العلاقات، حيث زاد عدد أعضائها عن 1000 عضو وبدورهم يستفيدون من توفير أراضي صناعية وتجارية لمساعدتهم على إقامة مشاريعهم.

(<https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/enhancing-the-development-of-smes-in-ajman>)

- مركز الشارقة لريادة الأعمال "شراع": تأسس مركز "شراع" لدعم بيئة الأعمال الحاضنة في الشارقة سنة 2016 وتجمع منصات "شراع" الشركات الناشئة والرواد والطلاب وتتيح لهم مجموعة من خدمات تطوير المهارات والموارد الداعمة لتحويل أفكارهم إلى مشاريع مبتكرة، ويقوم المركز ببناء شبكة شاملة وتعاونية بين رواد الأعمال على مستوى العالم؛ ولقد حققت الشركات المدعومة من شراع إيرادات بلغت 130 مليون دولار أمريكي، بينما بلغ إجمالي رأس المال الذي تم جمعه لصالح الشركات الناشئة المدعومة من شراع 87 مليون دولار أمريكي؛ ومن مظاهر التحفيز التي بادر بها هذا المركز جائزة UCAN للشركات الناشئة المتخصصة بالتكنولوجيا الصحية والغذائية في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لإيجاد حلول فاعلة للتحديات التي فرضتها جائحة كورونا وتمثل في تقديم 250 ألف دولار، بالإضافة إلى مسابقة 100 ألف درهم السنوية.

(<https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/sharjah-entrepreneurship-centre-sheraa->)

- صندوق محمد بن راشد للابتكار : صندوق محمد بن راشد للابتكار هو مبادرة حكومية تدعمها وزارة المالية، يهدف إلى تمويل مشاريع الابتكار في مجالات التكنولوجيا والتعليم والطاقة المتجددة والمياه والصحة والفضاء والنقل خلال كافة مراحل النمو، واستقطاب أفضل المبتكرين بغض النظر عن جنسياتهم من أصحاب المشاريع الذين يمتلكون إمكانيات واعدة ومساندتهم بالموارد والخدمات المصممة خصيصاً لتسريع نمو أعمالهم وضمان تحقيق الازدهار، ويتيح لهم التدريب والإشراف من قبل الخبراء والشركاء الدوليين ويوفر إمكانية الوصول للعملاء والأسواق المختلفة.

(<https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/mohammed-bin-rashid-innovation-fund>)

- مصرف الإمارات للتنمية: مصرف الإمارات للتنمية تابع لحكومة دولة الإمارات، وقد تم تأسيسه لإيجاد حلول تمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة وإتاحتها بشروط ميسرة، وقد بدأ المصرف عملياته سنة 2015 في تمويل قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة وتحقيق التنوع الاقتصادي، وقام بتقديم قروض بلغت 1.8 بليون درهم استفادت منها 550 شركة ناشئة حتى 2020 بمعدلات فائدة منخفضة وخيارات مرنة للسداد، كما قام بتقديم مساعدات مالية إلى أكثر من 13500 مشروع صغير ومتوسط وكبير في القطاع الصناعي لمدة خمس سنوات مما وفر 25000 فرصة عمل، ويمكن للمؤسسات الصغيرة ومتناهية الصغر القائمة منذ 6 أشهر على الأقل الحصول على تمويل لتلبية احتياجاتها.

(<https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/emirates-development-bank>)

❖ البنية التحتية الرقمية والتكنولوجية: تسير دولة الإمارات بخطوات ثابتة وفعالة نحو تأسيس تحول رقمي قوي من خلال تبني استراتيجية لتطوير قطاع الاتصالات والبنية التحتية الرقمية؛ واستحداث وزارة معنية بالاقتصاد الرقمي بالإضافة إلى وجود عدد من الهيئات التي دعمت هذا التحول وسرعت وتبهرته؛ كوزارة الاقتصاد وهيئة أبو ظبي الرقمية ودبي الذكية وهيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية التي تأسست في 2003 والتي يتمحور دورها في مجالين رئيسيين هما:

• تنظيم قطاع الاتصالات بما يضمن للإمارات مكانة إقليمية وعالمية رائدة في هذا القطاع؛

• تمكين التحول الرقمي على المستوى الوطني من خلال تعزيز أسلوب الحياة الرقمي والريادة في البنية التحتية الرقمية.

وفقاً للتقرير السنوي الصادر عن هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية 2020 حققت دولة الإمارات مستويات متقدمة من التحول الرقمي على الصعيد العربي والإقليمي والعالمي، لتنضم إلى مجموعة أفضل الدول على مستوى العالم في التحول الرقمي الحكومي، ولتكون الدولة العربية الوحيدة في هذه المجموعة وفقاً لتقرير النضج الرقمي الحكومي GovTec الصادر عن البنك الدولي لعام 2021 والذي يقيس مستويات نضج التحول الرقمي والاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في تسيير العمل في القطاع الحكومي في 198 دولة حول العالم، وقسم التقرير الدول التي شملها إلى 4 مجموعات، أولها المجموعة (أ) وشملت "الدول القائدة عالمياً في نضج التكنولوجيا الحكومية"، والتي ضمت 43 دولة، من بينها الإمارات، وكندا، والولايات المتحدة، وسويسرا، وبريطانيا، وفرنسا، واليابان. واحتلت المركز الأول عربياً والمركز 21 عالمياً في استبيان الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية 2020 متقدمة بـ 8 مراكز منذ عام 2016 ويقيس الاستبيان 3 محاور: الخدمات الذكية، والبنية التحتية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، ورأس المال البشري. واحتلت المركز الأول عربياً والسابعة عالمياً في مؤشر البنية التحتية لقطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ضمن المؤشر العام لتنمية الحكومة الإلكترونية EGD I الصادر عن الأمم المتحدة عام 2020. (<file:///C:/Users/HP/Downloads/Digital%20Transformation%20Enablers%20Arabic.pdf>)

تسعى دولة الإمارات إلى تكريس ثقافة الرقمنة كأسلوب حياة يمارسه الأفراد في المجتمع وتمارسه مؤسسات الأعمال لتحقيق أكبر قدر من الكفاءة والفعالية التي تظهر من خلال الإحصائيات الصادرة عن هيئة تنظيم الاتصالات والحكومة الرقمية وفقا لـ Digital 2022 Global Overview Report؛ فبالنسبة للتعليم تعتبر الإمارات من بين أفضل 20 دولة على مستوى العالم في استخدام الفيديوها الرقمية كمصدر للتعليم، ونفس المرتبة بالنسبة للصحة حيث 26.4 بالمائة هي نسبة السكان الذين يخضعون للتشخيص عن بعد، وبالنسبة للتجارة الرقمية فدولة الإمارات تحتل المركز 14 عالميا حسب كمية المشتريات الأسبوعية عبر الأنترنت وتمثل 59 بالمائة نسبة سكان الإمارات الذين يشتررون احتياجاتهم عبر شبكة الأنترنت أسبوعيا.

(<file:///C:/Users/HP/Downloads/Digital%20lifestyle%20arabic%20low.pdf>)

واحتلت الإمارات المرتبة الأولى عالميا في سرعة شبكة الأنترنت عبر الهاتف المحمول والتي تصل إلى 139.41 ميغابايت/ثانية حسب مؤشر شركة Ookla الرائدة دوليا في مجال تحليل واختبار سرعات الأنترنت، والثانية عالميا في نسبة استخدام الأنترنت حيث وصل عدد المستخدمين إلى 9.38 مليون نسمة بداية 2023 من إجمالي عدد السكان في مطلع نفس العام وهو 9.48 مليون نسمة (<https://datareportal.com/reports/digital-2023-united-arab-emirates>).

ومع تنامي التحولات الرقمية أصبحت المنصات الرقمية أحد أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد الرقمي، التي أصبح عددها في تزايد بما يعكس توجه القطاع الحكومي وقطاع الأعمال إلى تأسيس المزيد من المنصات الرقمية لتقديم المعلومات والسلع والخدمات بطريقة سهلة وملائمة لاحتياجات المستخدمين؛ وهو أحد أبرز الدلائل على نمو الاقتصاد الرقمي. حيث تقدم الجهات الحكومية للمستثمرين ورجال الأعمال خدمات ذكية سهلة وتفاعلية بإمكانهم الحصول عليها في أي وقت ومن أي مكان عبر الهواتف الذكية، ومن هذه المنصات:

- أكاديمية ريادة الأعمال: وهي من أهم وأبرز الشراكات بين الحكومة والقطاع الخاص حيث تقدم برامج تعليمية مهمة يتم تنفيذها بالتعاون مع الجهات ذات الصلة، تهدف منصة أكاديمية ريادة الأعمال إلى تزويد الأجيال الشابة من المواطنين والمقيمين بمهارات ريادة الأعمال، من خلال تقديم مجموعة متكاملة من البرامج التعليمية وفرص التعلم التي تتيح احتراف ريادة الأعمال والبدء في تأسيس المشاريع، ومن ثم الإسهام في تطوير وازدهار قطاع ريادة الأعمال والشركات الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات، ودعم التنافسية وتنويع الاقتصاد الوطني؛ وتقدم أكاديمية ريادة الأعمال مجموعة من البرامج التعليمية والتدريبية: (<https://www.moec.gov.ae/web/guest/skill-up>)

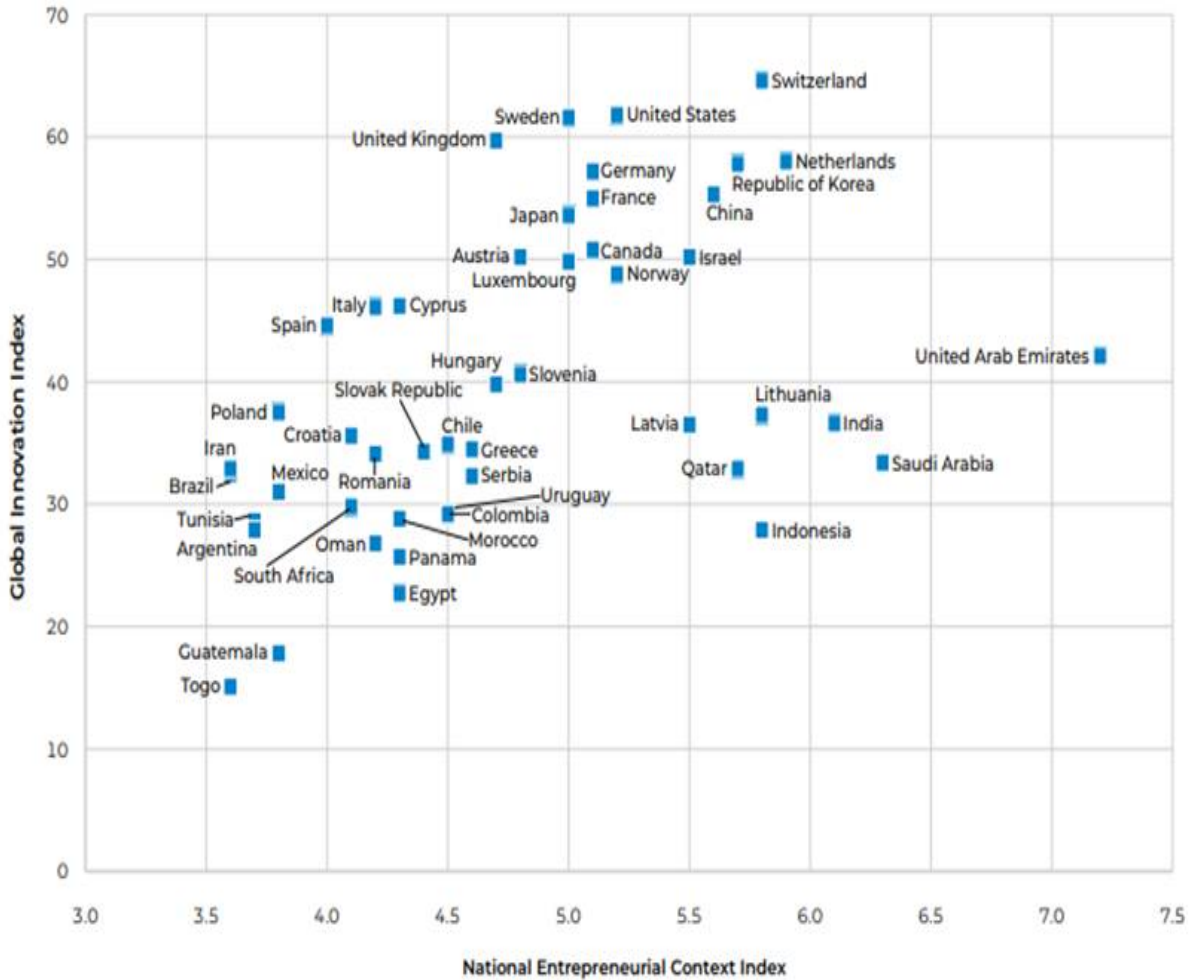
- برنامج المخيم الافتراضي وجوائز ريادة الأعمال: عبارة عن مخيم تدريب افتراضي ومسابقة تعنى بتطوير الفكر الريادي، يستهدف طلبة الجامعات، وتمنح جوائز للمشاركين المتميزين بحيث يتيح لهم تأسيس أعمالهم ومشاريعهم الخاصة وربطهم بمسرعات ريادة الأعمال.
- برنامج الزمالة: الانضمام لبرنامج لمدة عام كامل بعد التخرج، وفيها يتم تأهيل المنضمين لهذا البرنامج بالمعارف والمهارات المطلوبة والتي تمكنهم من بناء وإقامة أعمالهم، ويهدف هذا البرنامج لإعداد كوادر ريادية يمكنها أن تبدأ بتأسيس مشاريع الأعمال.
- برنامج ريادة الأعمال: اتاحة الفرصة للطلبة والباحثين عن عمل للانضمام إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة وأيضا المؤسسات الداعمة للشركات الصغيرة والمتوسطة كصندوق خليفة لتطوير المشاريع الصغيرة والمتوسطة؛ ليتعرفوا على بيئة ريادة الأعمال ويكتسبوا خبرة عملية ويوسعوا آفاق معارفهم.

- منصة دعم نمو الشركات: هي بوابة إلكترونية متكاملة تجمع أكبر الشركات بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص وتستهدف الشركات الصغيرة والمتوسطة الصاعدة في الإمارات، وتحديدًا تلك الشركات التي تتميز بإمكانيات النمو الهائلة وذلك عبر توفير المقومات التي تتيح لها النمو والتوسع وتحقيق معدلات نمو أعلى بكثير من خلال إتاحة الوصول إلى المنتجات والخدمات المصممة خصيصًا للارتقاء بالعمليات التشغيلية، وتتيح المنصة خمس خدمات دعم أساسية هي: التحول الرقمي توسيع آفاق الأعمال، خدمات التشغيل والدعم عبر الشركات، دعم الصادرات والتمويل.

2.3. عوامل نجاح ريادة الأعمال في الإمارات:

يظهر الرسم البياني أدناه الصدارة التي تحتلها دولة الإمارات العربية المتحدة في مجال ريادة الأعمال، ويرجع ذلك إلى البيئة المشجعة للابتكار والفرص الاستثمارية والدعم الحكومي وجودة الأنظمة والأطر التشريعية، وفقا لتقرير رصد الريادة العالمي لعام 2022/2023 حسب المؤشرات NECI² و GII³ لسنة 2022:

الشكل 02: رسم بياني لمؤشر NECI و GII لسنة 2022



Source : Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report, P 111, disponible sur le site :

<https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

² "National Entrepreneurial Context Index" (NECI): مؤشر السياق الريادي الوطني؛ يستخدم لقياس جودة البيئة الريادية في اقتصاد معين، ويتم تحديده بناءً على عدة مؤشرات فرعية تغطي مجالات مختلفة كالتعليم، البحث والتطوير، البنية التحتية والتكنولوجية وغيرها، ويصدر سنويًا كجزء من تقرير رصد ريادة الأعمال العالمي.

³ "Global Innovation Index" (GII): مؤشر الابتكار العالمي؛ يستخدم لقياس مستوى الابتكار في الاقتصادات، بحسب من خلال عدة مؤشرات تغطي جوانب مختلفة للابتكار مثل مستوى النفاق على البحث والتطوير وجودة الأنظمة القانونية وغيرها، بهدف إلى تحديد نقاط القوة والضعف في البيئة الريادية.

بالإضافة إلى ذلك، تساهم عوامل أخرى بشكل قوي في نجاح ريادة الأعمال في دولة الإمارات كالتعاون والشراكة بين القطاعين العام والخاص، ودور الجامعات في تطوير مهارات الشباب والخريجين وتعزيز ثقافة الريادة وروح المبادرة في المجتمع الإماراتي:

❖ **الشراكة بين القطاعين العام والخاص:** إن أهم صور الشراكات بين القطاعين العام والخاص في دولة الإمارات هو المشروع الوطني الذي أطلقته وزارة الاقتصاد ويسمى "موطن ريادة الأعمال" الذي يهدف إلى تطوير ممارسات ريادة الأعمال في الدولة، وفتح قنوات جديدة أمام رواد الأعمال، ودعم نمو المشاريع الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأفضل الأدوات والممارسات المتبعة عالمياً بما يعزز توسعها انطلاقاً من دولة الإمارات وصولاً إلى العالمية، وذلك بالتعاون مع مجموعة واسعة ومتنامية من الشركاء في القطاعين العام والخاص بما فيها حاضنات الأعمال وصناديق التمويل وغرف التجارة والشركات والمنظمات المرموقة محلياً وإقليمياً وعالمياً.

مشروع "موطن ريادة الأعمال" بات اليوم ركيزة أساسية في جهود حكومة دولة الإمارات لدوره المحوري في استقطاب المشاريع الريادية الناجحة والشركات الواعدة لتتخذ من الدولة مقراً واستطاع تحقيق نجاحات كبيرة خلال المرحلة الأولى شملت تقديم دعم يقدر بنحو 20 مليون درهم لرواد الأعمال والشركات الناشئة من قبل شركاء القطاع الخاص، ودعم نحو 1000 مشروع من أصل أكثر من 5 آلاف من المشاريع التي سجلت في بوابة موطن ريادة الأعمال، إضافة إلى إطلاق 10 برامج صممت خصيصاً لرواد الأعمال المسجلين في منصة المشروع، كذلك التعاون مع 50 جامعة و 90 مدرسة بهدف إعداد جيل متمكن من مهارات ريادة الأعمال وقادر على دخول السوق بمقومات قوية ومستدامة، ونجح "موطن ريادة الأعمال" على مدار ما يقرب من عام في إقامة سلسلة من الشراكات تجاوزت الـ 35 شراكة، وتعد الأكبر من نوعها بين الحكومة والقطاع الخاص الوطني والمؤسسات والشركات العالمية المرموقة المعنية بريادة الأعمال، ومن بينها منتدى MIT لريادة الأعمال في العالم العربي، وشركة مايكروسوفت، وشركة جوجل، وشركة هواوي، وشركة سيسكو، وشركة يو بي إس، وشركة لينكد إن، وشركة ميتا، وشركة أمازون، والمنظمة العالمية لتدريب مهارات ريادة الأعمال، Bizworld، ومؤسسة الإمارات للتعليم المدرسي، ومنظومة التكنولوجيا العالمية في أبوظبي، "Hub71" ومنصة "in5" المعنية بتمكين رواد الأعمال والشركات الناشئة، وصندوق خليفة لتطوير المشاريع، ومسرعة الأعمال "فلات 6لابس"، ودائرة التعليم والمعرفة في أبوظبي، ومؤسسة محمد بن راشد لتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ومصرف الإمارات للتنمية، ومؤسسة دبي للمستقبل، ومركز الشارقة لريادة الأعمال "شراع"، وهيئة المعرفة والتنمية البشرية بدبي، ومنصة بوتنشل التعليمية، وشركة سكيلزا، ومنصة كينج أند سبادلينج، وغيرها. كما أسس "موطن ريادة الأعمال" لشراكات ناجحة وطويلة الأمد تدعم الشركات الأعضاء في الوصول إلى العالمية بمقومات متكاملة وتنافسية عالية شملت إطلاق "جسر الشركات الناشئة بين الإمارات والهند" الذي يوفر منصة مشتركة للشركات الصغيرة والمتوسطة تضم جميع المزايا والمعلومات للشركات في البلدين منها تبادل المعرفة وتنفيذ البرامج المشتركة وبناء القدرات وذلك بهدف توفير فرص استثمارية للشركات الناشئة في كلا البلدين تمكّنها من مواصلة النمو، وتوقيع اتفاقية مع وكالة الاستثمار والتنمية في لاتفيا والتي تمثل فرصة متميزة للوصول للشركات من خلالها إلى الأسواق الأوروبية عبر مكاتب تمثيل الوكالة، إضافة إلى تعزيز التعاون بين الشركات الإماراتية والكورية في قطاعات الاقتصاد الجديد بما فيها الزراعة الذكية والتكنولوجيا المتقدمة وتسهيل الحصول على الفرص الاستثمارية المتاحة في تلك القطاعات تحت مظلة الاتفاقية الموقعة بين وزارة الاقتصاد واتحاد كوريا للشركات الصغيرة والمتوسطة، فضلاً عن مساعدة الشركات في دولة الإمارات على التوسع في المملكة العربية السعودية من خلال حزم مخفضة لدخول سوق المملكة (جريدة الوطن، 2022).

❖ دور التعليم والتدريب في تطوير مهارات رواد الأعمال: تتطلب ريادة الأعمال تعليماً قائماً على الإبداع والابتكار فالأساليب القديمة القائمة على الحفظ والتلقين لم تعد تناسب التعليم الجامعي الحديث وأصبحت عائقاً كبيراً أمام بناء الجامعة الريادية؛ فعلى عكس الجامعات التقليدية التي تسعى إلى البحث عن توافق بين مخرجاتها ومتطلبات التوظيف؛ فإن الجامعة الريادية تبني وتصمم مناهجها وتخصصاتها لتخريج طلاب قادرين على خلق فرص عمل في السوق، وهو التوجه الذي أدركته أوروبا حين اعتبرت عقدي السبعينات والثمانينات عقدي التوظيف في حين التسعينات وما تلاها حقبة تغيير سياسة التعليم العالي لخلق فرص عمل في بناء الأجيال القادمة، وهذا يعني أن تتمحور مناهج وطرق التدريس حول استثمار الأبحاث والأفكار حتى تساهم الجامعة في تنافسية الدول، وتعد الخريجين إلى حياة عملية أكثر تعقيداً وأقل استقراراً تتوافق مع طبيعة الوظيفة المؤقتة، وعقد العمل المبني على الجدارة والتنقل الدولي، والتواصل الثقافي والانتماء للشركات متعددة الجنسيات والاعتماد على تطوير الذات، بمعنى أن تتحول الشهادة الجامعية من وثيقة التوظيف المستديم إلى بطاقة دخول إلى عالم العمل (ثامر، باهي، 2021، ص.170).

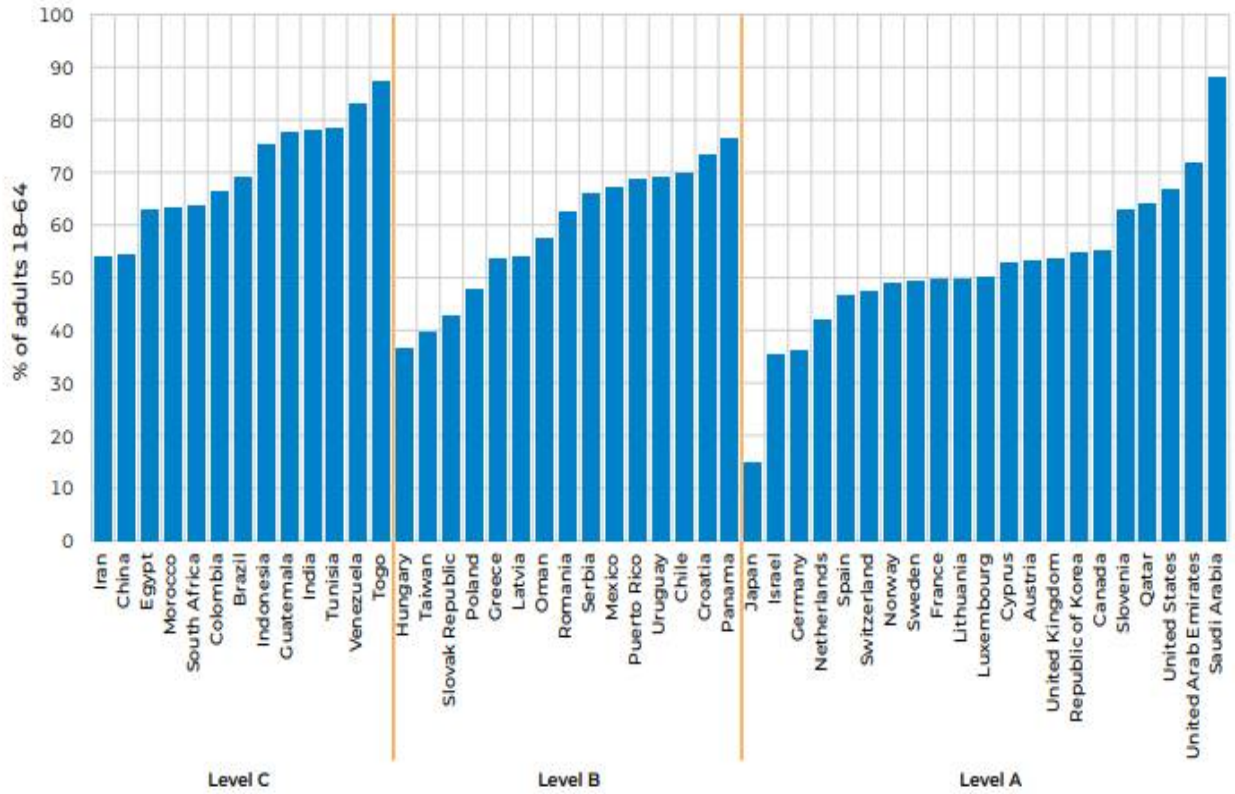
قررت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي بدولة الإمارات العربية المتحدة في أكتوبر 2015 إدخال منهج الابتكار وريادة الأعمال ليكون معتمداً في كافة الجامعات الحكومية والخاصة، وتدريبه في مختلف التخصصات، اعتباراً من جانفي 2016 بهدف تأصيل ثقافة الابتكار وريادة الأعمال في ميادين التعليم الجامعي وتطوير معارف الطلبة ومهاراتهم وتعزيز دور الجامعات كمنصات علمية وثقافية وفكرية ترتقي بمخرجات التعليم وتساهم في بناء منظومة اقتصادية متكاملة على أسس معرفية تنسجم مع أهداف رؤية الإمارات للعام (2021الهيئتي، 2016، ص.11) فشهدت الإمارات تحقيق نتائج ملموسة في مجال نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الشباب وخريجي الجامعات وتشير الإحصاءات إلى ارتفاع عدد خريجي الجامعات من مختلف الجنسيات الذين يقومون بتأسيس شركات ناشئة، حيث بلغت نسبة الزيادة 43% حتى 2020 وتركزت هذه المشاريع في أبوظبي ودبي والشارقة، كما شهد هذا العام ارتفاعاً بنسبة 9.5% في عدد الشركات المسجلة التي يمتلكها مواطنو الإمارات مقارنة بالعام 2019 وزاد عدد الخريجين الإماراتيين الذين أسسوا مشاريع ريادية بنسبة 54% خلال السنوات الثلاث الماضية.

(<https://www.moec.gov.ae/uae-business-ecosystem>)

وتعكس هذه الأرقام التزام الإمارات بتعزيز روح المبادرة وريادة الأعمال وتشجيع الشباب على الابتكار وبناء المشاريع وتوفير الدعم والتسهيلات اللازمة من خلال المبادرات الحكومية والمنظمات الاقتصادية حتى يتمكن الشباب الإماراتيون من تحويل أفكارهم إلى واقع ملموس والمساهمة في تعزيز الاقتصاد المحلي وتحقيق التنمية المستدامة.

❖ تعزيز ثقافة ريادة الأعمال وروح المبادرة في المجتمع: إن بناء ثقافة ريادة الأعمال في المجتمعات هو استثمار ضروري يعود بالنفع على كل المستويات الاجتماعية والاقتصادية، ودولة تعي هذه الأهمية وتحرص على غرس التفكير الريادي في الأجيال الناشئة لبناء رواد أعمال مستقبليين ناجحين قادرين على خوض غمار العمل عبر مشاريع مبتكرة؛ والرسم البياني يوضح أن أكثر من 70 بالمائة من الإماراتيين قادرين على تأسيس مشروعات جديدة ويمتلكون المهارة اللازمة لذلك:

الشكل 03: نسبة البالغين الذين يملكون المعرفة، الخبرة والمهارة لبدء مشروعات جديدة بالنسبة لعام 2022



Source : Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report, P 43, disponible sur le site :

<https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

ومن أشكال تعزيز ثقافة ريادة الأعمال وروح المبادرة في المجتمع الإماراتي هو تنظيم العديد من التفاعلات والمعارض التنافسية لعرض الابتكارات والأعمال الإبداعية؛ كعرض رواد المستقبل 2019 الذي نظمته غرفة تجارة وصناعة أبو ظبي ضمن مبادرة جائزة "رواد المستقبل للإبداع والابتكار للناشئين والشباب" تحت شعار "نحو إعداد جيل مبدع مبتكر وريادي" وبالتعاون مع كل من الشركاء الاستراتيجيين: دائرة التعليم والمعرفة، وصندوق خليفة لتطوير المشاريع، ودائرة التنمية الاقتصادية - برنامج تكامل، ودعم العديد من الجامعات في إمارة أبوظبي والجهات والمؤسسات الحكومية والخاصة، ومراقبة لجان تحكيم معتمدة، وجماهير متحمسة من أولياء الأمور والخبراء والمعلمين بعمل وأهداف الجائزة، وتعتمد جائزة رواد المستقبل على منهجية ومراحل تنفيذ قياسية من خلال التوعية والتثقيف في مجال ريادة الأعمال، وترك المجال للجمهور والزوار للمشاركة في تقييم أعمالهم مناصفة مع لجان التقييم والتحكيم؛ وقدم المعرض 113 مشروعاً إبداعياً وابتكارياً، قدمها طلاب وطالبات يمثلون مختلف المدارس والجامعات من كافة دولة الإمارات، ويشاركون في المعرض بشكل فردي وجماعي، كما شملت المشاريع أفكاراً مبتكرة وجديدة ومنتجات تجارية وحرفية مبدعة وتطبيقات تقنية وذكية، فضلاً عن الكثير من المشاريع التي قدمها الطلبة المبدعين من أصحاب الهمم. وتنافس في المعرض 5 فئات تنقسم كل فئة إلى قسمين، هما قسم رواد الأعمال الناشئين وعددهم 18 مشاركاً، والذين يمثلون الفئة العمرية من 8 إلى 13 سنة، والقسم الثاني لرواد الأعمال الشباب وعددهم 95 مشاركاً ويمثلون الفئة العمرية من 14 إلى 25 سنة، في حين تشمل الفئات الخمس جوائز لكل من: أفضل فكرة مشروع للاستثمار، وأفضل ابتكار للاستثمار، وأفضل منتج للاستثمار، وأفضل مشروع تقني، وأفضل تسويق وفكرة تطبيق موبايل.

(<https://www.albayan.ae/economy/last-deal/2019-04-23-1.3542763>)

3.3. بعض التجارب الناجحة في ريادة الأعمال في دولة الإمارات:

- شركة "Junkbot": هي شركة روبوتات ذاتية الصنع تهدف إلى جعل مخترع في كل منزل، من خلال تعليم الأطفال وتدريبهم على التفكير الابتكاري والتحليل وحل المشكلات والتفكير الناقد والبناء والتنمية المستدامة؛ فهي تتيح للأطفال فرصة صنع روبوتاتهم الخاصة بأنفسهم من الخردة كحاويات المياه البلاستيكية، علب الكرتون، الأكواب الورقية، الزجاج البلاستيكي الأقراص المدمجة، الملاعق الخشبية والورق المقوى ... وتحويلها إلى روبوتات فريدة ومبتكرة يمكن برمجتها للقيام بوظائف مختلفة. (<https://www.junkbot.co/ar>)

- شركة Sell Any Car: شركة ناشئة مقرها دبي؛ تقدم خدمة بيع السيارات المستعملة عبر بوابتها الإلكترونية، وتعتبر الخدمة الأولى من نوعها في الشرق الأوسط، تأسست في 2013 تساعد هذه المنصة في "بيع أي سيارة" خلال 30 دقيقة فقط وبطريقة سلسة وأمنة وتتكفل بكافة الإجراءات الورقية، توفر لعملائها خدمة فحص السيارة وتقدير سعرها من خلال مراكز وفروع الفحص الخاصة بالشركة التي تفوق 30 مركزا بين الإمارات والسعودية. (<https://uae.sellanycar.com>)

- شركة Tabby: هي شركة ناشئة تأسست سنة 2019 في مجال الشراء الآن والدفع لاحقا مقرها في دبي، تقدم الشركة خدمات للعملاء لشراء البضائع والمنتجات مع إمكانية الدفع اللاحق خلال فترة زمنية لا تتجاوز الثلاثين يوما، أو عن طريق تقسيم المبلغ إلى دفعات متساوية مجدولة زمنيا دون إضافة أي تكلفة على العميل، في 2020 أعلنت Tabby عن ارتباطها بشركة Visa العالمية وانضمت إلى صندوق الحماية الإداري للبنك المركزي السعودي؛ الأمر الذي يجعل منها واحدة من أفضل الشركات الناشئة. (<https://tabby.ai/en-AE>)

- شركة Careem: هي شركة ناشئة في مجال النقل، تدير عملية حجز سيارات الأجرة عبر الإنترنت، وتساعد الأشخاص على التواصل مع سائقي السيارات باستخدام تطبيق الهاتف الذي، تتميز بإمكانية معرفة تكلفة الرحلة قبل بدئها ودفعها من خلال البطاقة البنكية، وبالتالي توفير عناء التعامل مع النقد والدخول في مناقشات مع السائق حول سعر الرحلة أو باقي النقد، لقد أدهشت شركة كريم قطاع السيارات، وجمعت 771 مليون من 22 مستثمر فريد، كما تم الاستحواذ عليها من قبل شركة Uber (<https://www.careem.com>)

- شركة The Luxury Closet: منصة على الإنترنت في الإمارات العربية المتحدة، تسمح للعملاء بالحصول على ملابس مصممة خصيصا لهم دون الحاجة إلى تحمل تكاليف مصممي الأزياء الباهظة. يتم ذلك من خلال نموذج أعمال الشركة الخاص الذي يسمح للعملاء ببيع فساتين وملابس المصممين المستعملة الخاصة بهم للأخريين على المنصة ما يجعل منها متجرا إلكترونيا للملابس الفاخرة بأسعار مقبولة. (<https://theluxurycloset.com/uae-en/>)

- شركة Rise: منصة مصرفية مخصصة للعمال المهاجرين الذين يرسلون ما يصل إلى 90% من دخلهم إلى عائلاتهم ولا يتحكمون في كيفية إنفاق هذه الأموال، حيث كانت الخدمات المالية التقليدية تركز على تقليل تكلفة التحويل والوقت الذي يستغرقه نقل الأموال، متجاهلة أن هؤلاء العمال يفقدون سيطرتهم على أموالهم بعد تحويلها؛ لذا جاءت شركة Rise بحل مبتكر يساعدهم على التحكم بأموالهم حتى بعد إرسالها لعائلاتهم (<https://www.gorise.co/>)

- شركة AvidBeam: أحدث الحلول في مجال المساحات الذكية، ال بنى الذكية والمجتمعات الحضرية؛ تتمتع بخبرتها في رؤية الحاسوب والتعلم العميق والتصوير والشبكات العصبية، مما يمكنها من تقديم خدمات ذكاء اصطناعي لتطوير ونمو الشركات بالإضافة خدمات أمنية متقدمة للعديد من الإدارات في مجموعة متنوعة من القطاعات والمناطق الجغرافية بما في ذلك المدن

الذكية والبيع بالتجزئة الذكية والنقل والنفط والغاز والرعاية الصحية والتعليم وما إلى ذلك في الشرق الأوسط والخليج وأمريكا الشمالية (<http://avidbeam.com/>)
4. خاتمة:

خلصت الدراسة إلى نتيجة أساسية تتمثل في أن صدارة دولة الإمارات العربية المتحدة في ريادة الأعمال يرجع إلى البيئة الجذابة للأعمال التي جعلتها خياراً مفضلاً للاستثمار على مستوى العالم؛ حيث تعد ريادة الأعمال في دولة الإمارات قطاعاً حيويًا يساهم بشكل كبير في تعزيز التنمية المستدامة وتنويع اقتصاد البلاد، وتعتبر المشاريع الناشئة جزءاً هاماً من استراتيجية التنويع الاقتصادي في الدولة وتلعب دوراً أساسياً في تنمية الموارد البشرية المحلية وتوفير فرص العمل للشباب الموهوب وتطوير مهاراتهم وخبراتهم؛ كما أن الإمارات تتمتع بمناخ اقتصادي قوي، وسياسات مرنة واستباقية كفيلة بتوفير كل المقومات والحوافز اللازمة لجذب وتأسيس هذه المشاريع، ويمكن للشركات التي تنطلق من الإمارات أن تستفيد من الفرص الواعدة والمزايا الداعمة التي توفرها بيئة الأعمال مما يسمح لها بالنمو والتحول إلى شركات كبيرة وناجحة، والوصول إلى الأسواق الإقليمية والعالمية. وفي سبيل تشجيع الشباب على إنشاء مؤسساتهم الخاصة الذي أصبح لاستمرار النمو الاقتصادي وحل مشكلة البطالة، ينبغي تعزيز بناء بيئة ريادية تكون محفزة ومشجعة للابتكار والاستثمار، وعلى هذا الأساس، نقترح من خلال هذه الدراسة العمل على:

- تطوير سياسات حكومية ملائمة: من خلال صياغة قوانين وتشريعات مرنة لتلبية حاجات الشركات الناشئة؛
- توفير الدعم المالي: من خلال ابتكار أدوات وصيغ تمويلية متعددة تتماشى مع الحاجات التمويلية؛ كتوفير قروض ذات فائدة منخفضة أو بدون فائدة، وإنشاء صناديق استثمارية وتذليل العقبات التي تقف أمام الأفراد للحصول على التمويل اللازم والمرونة في الإجراءات الإدارية وتخفيف الإجراءات البيروقراطية وتقديم تسهيلات الدفع والسداد بالإضافة إلى إعفاءات ضريبية أو تسهيلات تعزز من جاذبية الاستثمار في المشاريع الناشئة؛
- تعزيز التعليم الريادي في المجتمعات والمدارس والجامعات: من خلال تنفيذ برامج تعليمية تهدف إلى تطوير المهارات الريادية لدى الشباب؛
- تشجيع الشراكات: يمكن تشجيع التعاون بين الشركات الناشئة والمؤسسات الحكومية والقطاع الخاص والمستثمرين والجامعات لاحتضان المبتكرين وتبادل المعرفة والخبرات وتقديم الدعم المتبادل؛
- تشجيع التفاعل والتبادل: من خلال تنظيم فعاليات ومناسبات للتواصل وعرض الأعمال الإبداعية في مجالات استراتيجية متنوعة وفتح المجال أمام المستثمرين لتبني الأفكار المبدعة والخلاقة؛
- تقديم المساعدة والاستشارة: بما في ذلك الخبرة والمعرفة والمهارات اللازمة لتطوير الخطط وإدارة العمليات والتسويق؛
- تنظيم حملات توعوية وثقافية في المجتمع: لتعريف الناس بثقافة ريادة الأعمال والفرص المتاحة وتشجيع روح المبادرة لتحمل المخاطر من خلال المحاضرات والندوات التي تسلط الضوء على قصص النجاح في مجال ريادة الأعمال؛
- وضع مؤشرات لقياس جودة بيئة ريادة الأعمال هو أولوية يجب أخذها بالحسبان بهدف إنشاء نظام يمكن من خلاله مراقبة وتقييم أداء بيئة ريادة الأعمال بشكل مستمر ومنظم مما يؤدي إلى توفير قاعدة قوية لاتخاذ القرارات وتعزيز الجوانب القوية ومعالجة الجوانب التي تحتاج إلى تحسين؛ هذه المؤشرات يمكن أن تقيس جوانب مختلفة مثل: الوصول التمويل وسهولة الوصول إلى الموارد، الدعم الحكومي، التقدم التكنولوجي ونظم التعليم، البحوث والتطوير والبنية التحتية.

5. قائمة المراجع:

1. الباجوري، خالد عبد الوهاب (2017) ريادة الأعمال مفتاح التنمية في الدول العربية، اتحاد الغرف العربية، دائرة البحوث الاقتصادية، غرفة تجارة عمان.
2. السكارنة، بلال خلف. (2008). الريادة وإدارة منظمات الأعمال، ط. 01 دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. عمان. الأردن.
3. خربوطلي، عامر. (2018). ريادة الأعمال وإدارة المشروعات الصغيرة والمتوسطة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.
4. الهيبي، نوزاد عبد الرحمن. (2016). بيئة الأعمال ومتطلبات التنمية في دولة الإمارات العربية المتحدة. مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات: المجلد: 01، العدد: 01.
5. ثامر، محسن. باهي، يوسف. (2014). آليات اعتماد ودعم الجامعات لريادة الأعمال. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 07، العدد 02.
6. عبد الله، لمياء طارق. وآخرون (2022) دور كليات السياحة والفنادق في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب. مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 10 العدد 02.
7. علام، وليد. (2022). نشر ثقافة ريادة الأعمال وأثره على تنمية الدوافع الريادية لدى الشباب: دراسة ميدانية بالتطبيق على جهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر بمحافظة أسوان. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 13، العدد 01.
8. علويط، أميرة. فرعون، أمحمد. (2022). دراسة تقييمية لواقع التعليم الريادي لعينة من الجامعات الجزائرية سطيف، المسيلة، بسكرة (نموذج مقترح لتدريس برامج ريادة الأعمال). مجلة الاقتصاد والمالية، المجلد 08، العدد 02.
9. لتييم، نادية. (2022). المؤسسات الناشئة: دراسة في مقومات النجاح. مجلة قضايا معرفية، المجلد 02، العدد 02.
10. قرار مجلس الوزراء رقم 35 لسنة 2016 المؤرخ في 31/8/2016 المتعلق باللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم 02 لسنة 2014، الجريدة الرسمية 604 بتاريخ 29/9/2016.
11. قرار مجلس الوزراء رقم 16 لسنة 2022 المؤرخ في 30/12/2022 بشأن تحديد مبلغ الدخل السنوي الخاضع لضريبة الشركات، الجريدة الرسمية 743 بتاريخ 16/01/2013.
12. قرار وزاري 73 لسنة 2023 المؤرخ في 03/04/2023 في شأن تسهيلات الأعمال الصغيرة لأغراض المرسوم بقانون اتحادي رقم 47 لسنة 2022 في شأن الضريبة على الشركات.
13. والأعمال، الجريدة الرسمية 737 بتاريخ 10/10/2022.
14. القانون الاتحادي رقم 02 لسنة 2014 المؤرخ في 04/03/2014 بشأن المشاريع والمنشآت الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية 561 بتاريخ 16/03/2014.
15. مرسوم بقانون اتحادي رقم 32 لسنة 2021 المؤرخ في 20/09/2021 بشأن الشركات التجارية.

المواقع الإلكترونية:

1. <https://alwatan.ae/?p=1031129>
2. <https://www.gemconsortium.org/wiki/1149>
3. <https://www.gemconsortium.org/wiki/1154>
4. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
5. <https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/khalifa-fund-for-enterprise-development>
6. <https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/mohammed-bin-rashid-establishment-for-sme-development-dubai-sme>
7. <https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/sharjah-foundation-to-support-pioneering-entrepreneurs-ruwad>
8. <https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/enhancing-the-development-of-smes-in-ajman>
9. <https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/sharjah-entrepreneurship-centre-sheraa>
10. <https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/mohammed-bin-rashid-innovation-fund>
11. <https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/emirates-development-bank>
12. <https://www.moec.gov.ae/ar/web/guest/enhancing-the-development-of-smes-in-ajman>
13. <file:///C:/Users/HP/Downloads/Digital%20Transformation%20Enablers%20Arabic.pdf>
14. <file:///C:/Users/HP/Downloads/Digital%20lifestyle%20arabic%20low.pdf>
15. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-united-arab-emirates>
16. <https://theentrepreneurialnation.com/discover/>
17. <https://www.moec.gov.ae/web/guest/skill-up>
18. <https://www.moec.gov.ae/web/guest/scale-up>
19. <https://theluxurycloset.com/uae-en/>
20. <https://www.gorise.co/>
21. <https://tabby.ai/en-AE>
22. <https://www.avidbeam.com/>
23. <https://www.junkbot.co/ar>
24. <https://uae.sellanycar.com>
25. <https://www.careem.com/>
26. <https://www.moec.gov.ae/uae-business-ecosystem>

بيئة والدور الاقتصادي لريادة الأعمال

Environment and the Economic Role of Entrepreneurship

فايزة بلعابد¹، خثيرة شين²

¹ جامعة طاهري محمد بولاية بشار (الجزائر)

² المركز الجامعي المقاوم الشيخ أمود بن مختار - إيليزي (الجزائر)

ملخص: الهدف من إنجاز المدخلة هو محاولة تسليط الضوء على ريادة الأعمال من حيث البيئة التي تنشط فيها وكذا دورها الاقتصادي من هذا المنطلق عملنا على تقسيم مضمون هذه الأخيرة إلى محورين في الأول نتطرق إلى الإلمام بكل ما يخص ريادة الأعمال حتى يتسنى لنا ضبط بيئتها ودورها الاقتصادي بشكل علمي صحيح، والثاني للإجابة على سؤال إشكالية المطروح. لقد تم الاتفاق على أهم مكونات بيئة ريادة الأعمال تتمثل في الطريقة المثلى لتحصيل رأس المال وحرية الابتكار والشغل وانتشار الثقافة والضرائب الملائمة والتنظيم البعيد عن الصرامة والتعقيد، وجودة الإدارة، والنظام القانوني القائم على الحماية القضائية والمناطق التي تعتمد سياسات الهجرة المفتوحة، أما بالنسبة لسمات ريادة الأعمال تتجلى في حركة الإبداع المسببة للاضطراب، الاكتشاف المعالج للمعلومات، أخذ القرارات الصائبة في ظل حالة عدم اليقين.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال؛ بيئة ريادة الأعمال؛ دور اقتصادي لريادة أعمال؛ ابتكار؛ عبء تنظيمي.

Abstract: The goal of completing the intervention is to try to shed light on entrepreneurship in terms of the environment in which it is active as well as its economic role. From this standpoint, we worked to divide the content of the latter into two axes. In the first, we address knowledge of everything related to entrepreneurship so that we can control its environment and its economic role. In a scientifically correct manner, and the second is to answer the problematic question raised. It has been agreed upon that the most important components of the entrepreneurial environment are the optimal method for collecting capital, freedom of innovation and employment, the spread of culture, appropriate taxes, regulation that is far from strict and complex, quality of management, a legal system based on judicial protection, and areas that adopt open immigration policies. As for the characteristics of entrepreneurship, they are manifested in the movement of creativity that causes disruption, the processed discovery of information, and making the right decisions in light of a state of uncertainty.

Keywords: entrepreneurship; Entrepreneurial environment; Economic role of entrepreneurship; innovation; Regulatory burden.

لقد تم الترحيب والتحفيز المتزايد بمجال ريادة الأعمال خلال السنوات الأخيرة، وحسب إحصائية أجريت من قبل dealsunny.com بأن شخصين من بين كل 3 أشخاص بالنسبة لهم ريادة الأعمال خيلوا مؤقفاً.

ريادة الأعمال هي عملية تأسيس شركة جديدة لم يسبق إنشاء شركة مثلها من قبل أو تطوير منشأة قائمة بأسلوب جديد وابتكاري مما أدى إلى التميز بين رجل الأعمال ورائد الأعمال، حيث الأول يؤسس شركة بفكرة حالية مع تقديمه للعملاء الخدمات والمنتجات، والثاني كما تمت الإشارة إلى ذلك يبدأ مشروعه بفكرة جديدة مع القيام بأنشطة تجارية.

ريادة الأعمال كباقي الشركات الأخرى لها أشكال مختلفة تشمل كل من ريادة الأعمال الصغيرة، وريادة الأعمال القابلة للتطوير، وريادة الأعمال الكبيرة، وريادة الأعمال الاجتماعية ما جعل لريادة الأعمال أهمية كبيرة من حيث أنها تساعد رواد الأعمال على توفير فرص عمل من جراء التطوير والتطبيق العملي للأفكار التي يملكونها، إضافة إلى إشباع حاجات الأفراد وزيادة كل من معدلات النمو الاقتصادي والنتائج القومي الإجمالي مع توليد ثروة جديدة في الاقتصاد، وفتح أسواق جديدة تبعاً للأفكار الجديدة والمنتجات المطورة من طرف رواد الأعمال، إلى جانب التوجه نحو التدويل والتوسع أكثر في الأسواق العالمية.

من جهة أخرى باختلاف هذه الأشكال من ريادة الأعمال يختلف أيضاً رواد الأعمال أو أصحاب المشاريع من حيث أدائهم لأعمالهم، وفي تأثير كل نوع من رواد الأعمال على نجاعة هذه الأنواع من ريادة الأعمال، بحيث ينقسم رواد الأعمال إلى المبتكرون، والمكافحون، والمقلدون، والباحثون، والمشتركون.

تجدد الإشارة على أن كل هذه الأنواع سواء تعلق الأمر بريادة الأعمال أو برواد الأعمال يجتمعون كلهم في بيئة استثمارية تتضمن مكونات عدة كما أن لهذه الريادة دور اقتصادي هام، وهذا ما سنتطرق له بمضمون هذه المداخلة محاولة منا الإجابة على الإشكالية الموالية: فيما تتمثل مكونات بيئة ريادة الأعمال؟، وما دورها الاقتصادي؟

1.1. أهمية وأهداف الدراسة:

تبعاً للأهمية الاقتصادية لريادة الأعمال في الوقت الراهن من حيث دورها الكبير في دفع عجلة التنمية المحلية والاقتصادية، وما يؤكد ذلك مساهمتها الفعالة في محاولة إعادة التوازن بكل من أسواق العمل والسلع والخدمات والنقود هذا من جهة، ومن جهة أخرى الأساس الذي يرتكز عليه الاقتصاد الحر وهو النظام الاقتصادي السائد بجل دول العالم، وبالتالي هذا ما دفع بنا لإنجاز هذه المداخلة من أجل التوضيح ما المقصود بريادة الأعمال أو بالأحرى في ما تتمثل ماهيتها، وفي ما تتمثل مكونات بيئتها، إضافة إلى ما يكمن دورها الاقتصادي.

2. مدخل عام عن ريادة الأعمال:

1.2. تعريف ريادة الأعمال:

مصطلح ريادة الأعمال *Entrepreneurship* مشتق من الكلمة الفرنسية *Entreprendre* وهي تشير إلى الشخص الذي يشرع في عمل مشروع تجاري وعن الفعل الانجليزي (*Undertake*) الذي يعني إنشاء.

إن تعريف ريادة الأعمال من أكبر العقبات التي تواجه تكوين إطار مفاهيمي لمجال ريادة الأعمال، ويؤكد موساوي عدم اتفاق الباحثين والدارسين في هذا المجال على تعريف محدد له، بل حتى أنه لا يوجد اتفاق على الجوانب والمتغيرات المكونة لمجال ريادة الأعمال.

عرف جوزيف شومبيتر ريادة الأعمال بأنها "عملية ابتكار وتطوير طرق وأساليب جديدة لاستغلال الفرص التجارية" بحيث شومبيتر ركز على عنصر الإبداع في تعريفه لريادة الأعمال.

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية *OECD* فقد عرفت ريادة الأعمال بأنها "النشاط الديناميكي الذي يسعى لخلق القيمة من خلال إنشاء نشاط اقتصادي أو توسيعه عن طريق تحديد واستغلال منتجات جديدة، طرق جديدة، أو أسواق جديدة"

في حين عرفها المرصد العالمي لريادة الأعمال على أنها "أي محاولة لإنشاء نشاط تجاري جديد أو إنشاء مشروع جديد، مثل العمل الحر أو مؤسسة تجارية جديدة أو توسيع نشاط تجاري قائم، بواسطة فرد أو فريق من الأفراد أو شركة قائمة"، لا يقتصر تعريف *GEM* على الشركات المسجلة حديثاً وبالتالي يتبنى المنظور المهني لريادة الأعمال، على الرغم من أنه يبدو أبعد من الأفراد المسجلين رسمياً كعاملين لحسابهم الخاص.

يمكن أيضاً رؤية ريادة الأعمال من منظور سلوكي على سبيل المثال من خلال تحديد الموظفين داخل المنظمات الذين يتصرفون بشكل ريادي (المعروف أيضاً باسم ريادة الأعمال الداخلية أو ريادة الأعمال المؤسسية) لسنوات، ركزت *GEM* على المرحلة التي تجمع بين المرحلة التي تسبق بدء شركة جديدة (ريادة الأعمال الناشئة) والمرحلة التي تلي بدء شركة جديدة مباشرة (امتلاك - إدارة شركة جديدة)، وتعرف هذه المرحلة مجتمعة على أنها "نشاط ريادي في مرحلة مبكرة (*TEA*)"

2.2. أهداف ومكونات ريادة الأعمال:

تتمثل أهداف ريادة الأعمال في جملة من الغايات تسعى لبلوغها نذكر منها:

- الرفع من مستوى الإنتاج؛
- زيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشائها؛
- تجديد النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات الفاشلة وإعادة التوازن للأسواق؛
- تشجيع الابتكار عن طريق إنشاء مؤسسات مبتكرة جديدة يمتد تأثيرها ليشمل حتى المؤسسات القائمة التي تجد نفسها مضطرة إلى التكيف مع التغيرات الحاصلة من أجل تعزيز قدراتها التنافسية بما يضمن بقائها في الأسواق؛
- تشجيع المبادرة الفردية وازدهارها في أي مجتمع يتطلب العمل على غرس الرغبة في المبادرة ونشر روح المقاولانية بين أفرادها؛ وسيلة لإعادة الاندماج الاجتماعي للعمال الذين فقدوا مناصب عملهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم؛
- تشكل متنفساً يسمح للمقاولين بالخروج من نموذج العمل المأجور الذي سيطر على الأذهان لفترة طويلة من الزمن، واللجوء إلى العمل الحر؛

تتكون ريادة الأعمال من عدة عناصر نوجزها في التالي:

- الفرصة؛ المخاطرة؛
- الابتكار الذي يخلق الفرصة؛ الريادي الذي يدرك الفرصة؛
- الموارد التي تستثمر الفرصة وتنشأ المنظمة الجديدة أو تطور القائمة؛

3.2. أنواع وخصائص ريادة الأعمال:

صنفت ريادة الأعمال من قبل المفكرين من عدة جوانب مختلفة، ومن بينها الجانب الابتكاري إذا يمكن من خلاله تصنيف ريادة الأعمال إلى ثلاثة أنواع حسب ما يلي:

- أعمال ابتكاريه بحتة:

يقوم الريادي بنقل الفكرة الجديدة إلى منتج جديدة، ويبني نشاطاً جديداً في عالم الأعمال.

- أعمال ابتكاريه مطورة من أفكار ومعلومات وتكنولوجيا متوفرة: يقوم الريادي بتأسيس أعمال ريادية بناء على أفكار ومعلومات وتكنولوجيا متوفرة، بحيث يقوم المبادر بتوظيف التكنولوجيا المطورة لأغراض تخصيصه في أعمال ومجالات أخرى مختلفة.

- الملكية للأعمال الابتكارية: يعتبر هذا الوضع أقل أنواع الريادة، حيث أن الشخص المبادر يشتري مؤسسة أو يمتلك عمال فالحاجة للإبداع والابتكار أقل في هذا الوضع لكنه سوف يتحمل المخاطر المالية ويقتنص الفرص.

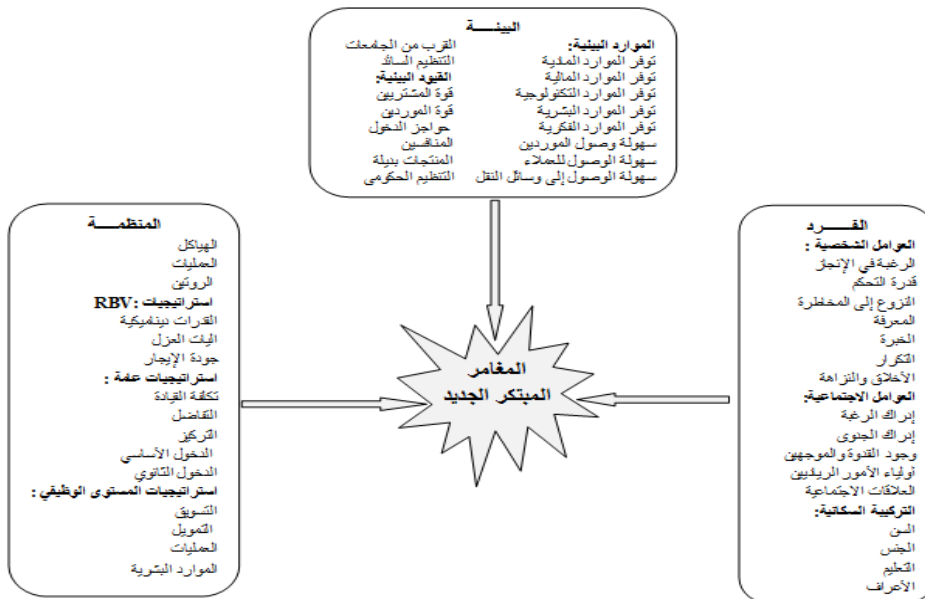
لريادة الأعمال مجموعة من الخصائص تميزها عن باقي الأعمال والمشاريع غير الريادية نذكر منها:

- القدرة على تحديد فرص المشاريع المحتملة بشكل أفضل من الآخرين، حيث أنها تركز على الفرص وليس على المشاكل ومحاولة التعلم من الفشل إن الرياديين هم موجهين نحو هدفهم وهم قادرون على تصور أين تسير المنظمة، وبالتالي فهم قادرون على توفير شعور قوي في التوجه الاستراتيجي.
- لديهم حاجة عالية للإنجاز مما يحفزهم لوضع أفكارهم موضع التنفيذ، بحيث تميل إلى أن تكون على موضع داخلي للرقابة يؤدي بهم إلى الاعتقاد بأن يتمكنوا من تحديد مصيرهم من خلال سلوكهم الخاص، ولديهم أيضا قدرة أكبر بكثير على تحمل الغموض والتوتر من القيام بإنشاء العديد من المنظمات.
- المعرفة المفصلة من مفاتيح نجاح الصناعة التي تجعل عملهم حياتهم.
- الحصول على مساعدة خارجية لدعم مهارتهم وقدراتهم مع مرور الوقت، فإنها تضع شبكة من الأشخاص لديهم المهارات الأساسية والمعارف مما يمكنهم من الحصول على الدعم.

4.2. مؤشرات وأبعاد ريادة الأعمال:

اختلف المنظرون والاقتصاديون وحتى الهيئات والمنظمات في تحديد عناصر أبعاد ومؤشرات ريادة الأعمال، كلا حسب وجهة نظره، وكلا حسب تخصصه، وهذا باختلاف زوايا الرؤية لكل منهم، ويمكن إيجاز أبعاد ريادة الأعمال في ثلاث عناصر رئيسية وهي أبعاد متعلقة بالفرد وأبعاد متعلقة بالمنظمة وأبعاد متعلقة بالبيئة الخارجية المحيطة بهما، ويمكن حصر هذه الأبعاد وفق الشكل رقم (01) الموالي:

الشكل رقم (01): أبعاد إنشاء مشروع جديد



المصدر: (بلوم سعيدة، صحراوي ميمية، طبر عبد الحق، 11 و12 فيفري 2023، صفحة 208)

وصنفت المؤشرات إلى ستة أبعاد كما هو مبين في الجدول رقم (01) التالي:

الجدول رقم (01): وصف مقاييس أبعاد ريادة الأعمال

المقاييس	الوصف	البعد
- تحويل الطاقة الكهربائية وتوزيعها. - مدى موثوقية الإمدادات المياه.	- مؤشر ربط الطرق. - مؤشر ربط المطارات. - كفاءة خدمات المرفأ.	البنية التحتية المحلية
- سهولة توظيف اليد العاملة الأجنبية. - حقوق العمال - تدريب الموظفين.	- سنوات الدراسة. - المهارات الرقمية. - أساليب التوظيف والتسريح.	الموارد البشرية
- جودة مؤسسات البحث. - الإنفاق على البحث والتطوير. - طلبات الحصول على براءات اختراع.	- اشتراكات الهواتف المحمولة ذات النطاق العريض. - الاشتراكات في إنترنت. - حالة تطور التجمعات.	المعرفة العملية
- السلامة المصرفية. - قروض عديمة الأداء. - كلفة التأمين.	- تمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة. - توفر رأس المال المخاطر. - الانتماء المحلي للقطاع الخاص.	التمويل
- مدى تبني الشركات لأفكار ثورية. - الكهرياء.	- الكلفة والوقت. - الإجراءات اللازمة لتأسيس شركة. - الموقف من المخاطر الريادية.	تأسيس الشركة
- صلابة الحقوق القانونية. - سهولة دفع الضرائب. - تنفيذ العقود.	- وقت وتكلفة الاستيراد والتصدير. - مستوى الملكية والتحكم. - مدى شفافية الشركة	عمليات الشركة

المصدر: (بلوم سعيدة، صحراوي ميمية، طير عبد الحق، 11 و12 فيفري 2023، صفحة 209)

5.2. استراتيجيات ريادة الأعمال:

الاستراتيجيات هي مجموعة من الخيارات التي تلتزم بها المؤسسة على المدى الطويل أو المتوسط ويمكن ذكرها كمايلي :

- استراتيجية النشاط: وهي استراتيجية تنقسم بدورها إلى:

■ استراتيجية التخصص: حيث تعتمد المؤسسة على مجال واحد من الأنشطة لتطويره.

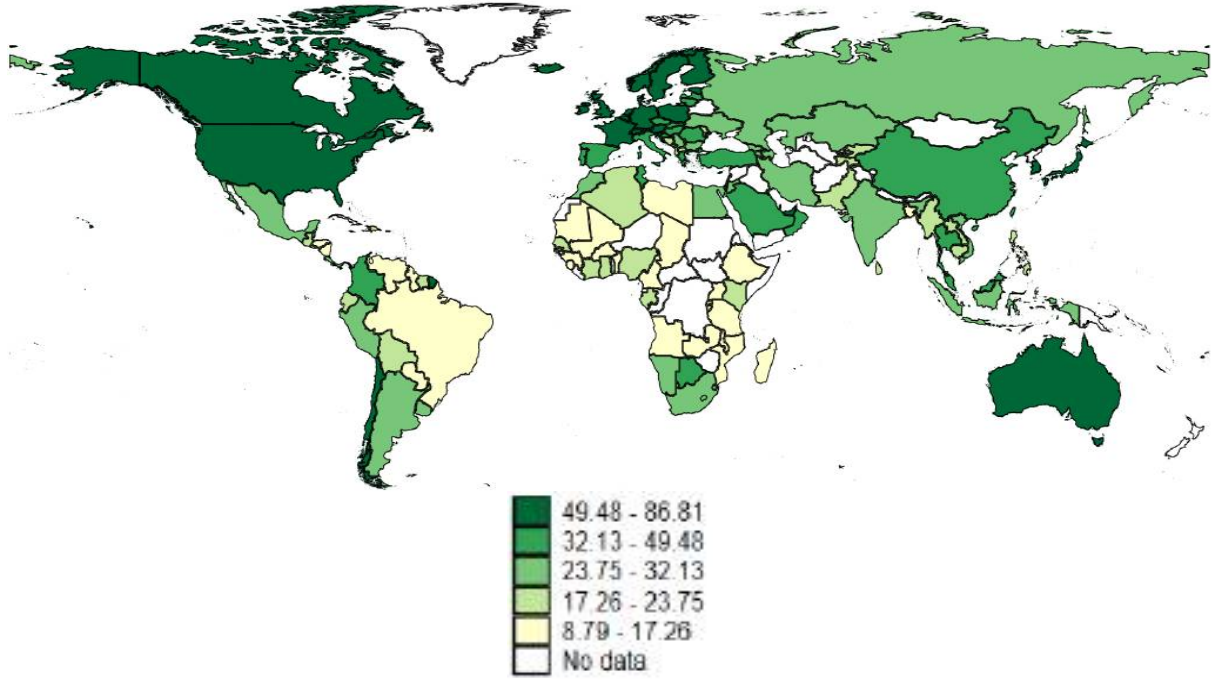
■ استراتيجية التنوع: في هذه الحالة تقوم المؤسسة في تصنيع العديد من المنتجات.

- إستراتيجية النمو: وهي استراتيجية تنقسم بدورها إلى:
 - إستراتيجية النمو الداخلي: وذلك بخلق قدرات جديدة بفضل الأموال الخاصة بالمؤسسة، التمويل الذاتي للمؤسسة.
 - إستراتيجية النمو الخارجي: من خلال تجميع مؤسستين أو أكثر بين أصولها.
- إستراتيجية التصنيع: وهي استراتيجية تنقسم بدورها إلى:
 - إستراتيجية الاستعانة بمصادر خارجية: وذلك من خلال الاستعانة بشركاء أو ريادةيين صغار.
 - إستراتيجية التكامل: وهذا من خلال دمج مؤسستين أو أكثر لتكون أكثر إنتاجية.
- إستراتيجية التنافسية: وهي استراتيجية تنقسم بدورها إلى:
 - إستراتيجية هجومية: من خلال خفض تكاليف الإنتاج إلى حد أدنى.
 - إستراتيجية دفاعية: من خلال تطوير أو تعديل منتجاتها بخلاف ما يطرحه المنافسون في السوق.
- إستراتيجية المنتج: وهي استراتيجية تنقسم بدورها إلى:
 - إستراتيجية التكيف: حيث تعدل المؤسسة بعض سمات المنتج من أجل تلبية توقعات المستهلك بشكل أفضل.
 - إستراتيجية التقليد: تعتمد المؤسسة على طرح منتج لمنافس لقي نجاحا في السوق.
 - إستراتيجية الابتكار: حيث تبتكر المؤسسة منتج جديد وتطرحه في السوق مع محاولة احتكاره.
- إستراتيجية السعر: وهي استراتيجية تنقسم بدورها إلى:
 - إستراتيجية القشط: من خلال طرح السعر الأعلى بين المنافسين.
 - إستراتيجية الانحياز: من خلال التسعير حسب المنافس الرئيسي.
 - إستراتيجية الاختراق: من خلال طرح السعر الأدنى بين المنافسين.
 - إستراتيجية مختلفة: من خلال تغيير السعر الأعلى بين المنافسين.
- إستراتيجية التوزيع: وهي استراتيجية تنقسم بدورها إلى:
 - إستراتيجية مكثفة: توزيع المنتج في أكبر عدد ممكن من نقاط البيع.
 - إستراتيجية انتقائية: انتقاء نقاط بيع معينة حسب المنطقة الجغرافية أو العلامة.
- إستراتيجية حصرية: توزيع المنتج فقط في نقاط بيع محددة حسب عقد حصري عن طريق الامتياز أو الموزعين المعتمدين
- إستراتيجية الجذب: من خلال استهداف مستهلكين محددين وجذبهم نحو المنتج.
- إستراتيجية الدفع: من خلال استهداف مستهلكين محددين ودفعهم نحو المنتج. (بلوم سعيدة، صحراوي ميمية، طير عبد الحق، 11 و12 فيفري 2023، صفحة 205_211)

6.2. الحالة العالمية لمؤشر ريادة الأعمال (المقاولاتية) لسنة 2019:

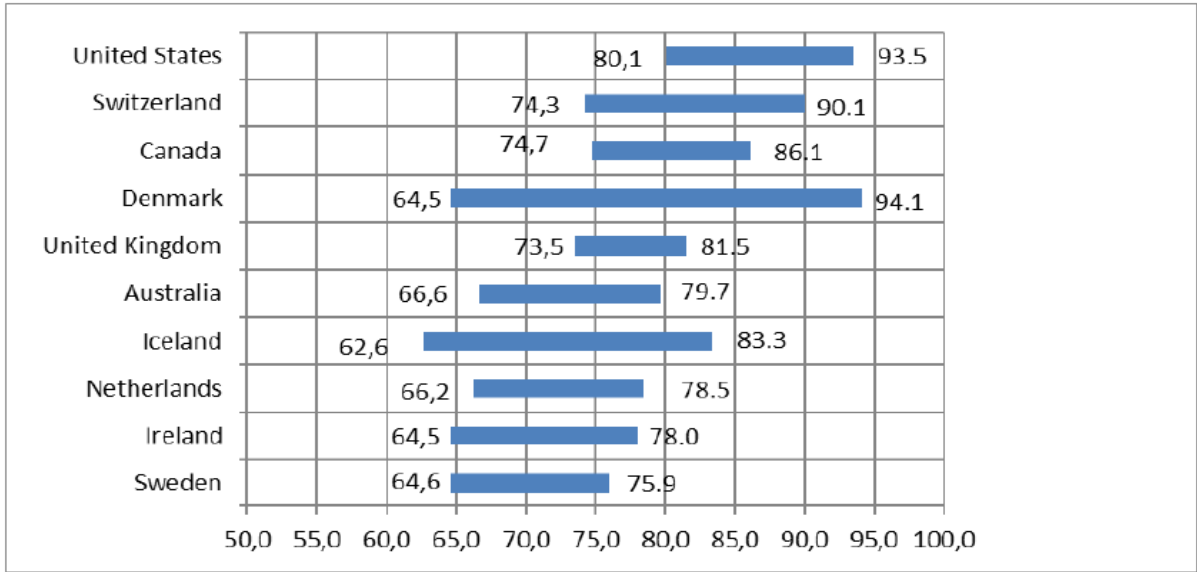
يصدر المعهد العالمي لريادة الأعمال والتنمية (*GEDI*) سنويا مؤشر ريادة الأعمال العالمي والذي يقيم من خلاله 137 بلدا عبر العالم من حيث جودة ودينامية النظم البيئية لريادة الأعمال، ويعتمد المعهد في هذا الإطار على ثلاث أبعاد المواقف القدرات وكذا التطلعات من حيث ريادة الأعمال، ويتبين من خلال خريطة العالم بأن المنطقة ذات اللون الأخضر الغامق تدل على النتائج الجيدة المحققة لمستوى بيئة ريادة الأعمال، ولقد تحصلت كل من الولايات المتحدة الأمريكية وسويسرا وكندا وبنما والمملكة المتحدة وأستراليا على المراتب الأولى كما هو موضح في الشكل رقم (02) و(03). (سمغوني توفيق فيصل، شارف وهيبية، 11 و12 فيفري 2023، صفحة 191)

الشكل رقم (02): مصفوفة التماثل.



المصدر: (سمغوني توفيق فيصل، شارف وهيبة، 11 و12 فيفري 2023، صفحة 192)

الشكل رقم (03): ترتيب أفضل الدول في مجال زيادة الأعمال.



المصدر: (سمغوني توفيق فيصل، شارف وهيبة، 11 و12 فيفري 2023، صفحة 192).

7.2. أهمية المقاولاتية أو زيادة الأعمال:

- تلعب المقاولاتية دورا مهما في اقتصاديات الدول، حيث يقول "grigns and vermulin" لا يمكن الفصل بين كلمة المقاولاتية والازدهار الاقتصادي، كما اقر الباحثين على ضرورة القيام بالمقاولاتية ليس فقط لتحقيق الاستقرار وإنما يتعدى ذلك إلى تحقيق النمو الاقتصادي ويمكن حصر الأهمية في ما يلي: (بلعابد فايزة وسويبي ربيع، 2023، صفحة 1080)
- للمقاولاتية دور هام في خلق الوظائف، بحيث منذ بداية السبعينات ظهرت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمصادر هامة لخلق الوظائف؛

● الابتكار والإبداع: إن أصحاب المشاريع يشكون المحرك الرئيسي لعملية الابتكار، فمن خلال اقتناص الفرص التي لا يمكن أن يراها الفاعلون الاقتصاديون وكذلك تطوير التكنولوجيات والمفاهيم التي تولد أنشطة اقتصادية جديدة، فمفهوم الابتكار مهم جدا ويجعل المقاول ناقلا للتنمية الاقتصادية؛

● المقاوالية تشجع الابتكار عن طريق إنشاء مؤسسات مبتكرة جديدة؛

● وسيلة لإعادة الاندماج الاجتماعي للعمال الذين فقدوا مناصبهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم؛

● وسيلة لإنتاج السلع والخدمات؛

● تسعى إلى الرفع من مستويات الإنتاج؛

● خلق ثروة إضافية وأسواق جديدة.

3. ثقافة ريادة الأعمال:

هي تلك البرمجة الذهنية الجماعية اتجاه مختلف المعارف والقيم الريادية، مثل المبادرة وتحمل المخاطرة وقبول الخسارة وال فشل، وفتح العقل للأفكار الجديدة، والاستقلالية والانفراد وتجسيد وتحقيق الإنجازات.

كما تعرف بأنها مجموعة من الخصائص وأنواع السلوك المتعلقة باختيار الأعمال وتخطيطها وتنظيمها وتحمل المخاطر فيها وابتكار إدارتها، وتعرف ثقافة المقاوالية بأنها مجموعة من القواعد القيمية والعملية التي يتقاسمها المنتمون للمقاولة، في تحقيق أهدافها الاقتصادية وحل مشاكلها والإسهام في تطوير المجتمع بما تنتجه من منافع اقتصادية واجتماعية للدولة والمجتمع، ومن تلك القيم التنظيم والتدبير والأخلاق والتنافسية والمهنية والكفاءة والقدرة على التجديد والابتكار. (صالح مهدي العامري، طاهر محسن الغالي، 2008، صفحة 168)

تشمل ثقافة ريادة الأعمال مجموعة المهارات والمعرفة التي يكتسبها الأفراد أو مجموعة منهم ومحاولة استثمارها من خلال تطبيقها في استثمار رؤوس الأموال، من خلال ابتكار أفكار مبتكرة جديدة وتطوير قطاعات مختلفة بالإضافة إلى وجود هيكل تنظيمي إداري، تشمل هذه الثقافة أيضا التصرفات التحفيزية وردود الفعل لدى رواد الأعمال، بالإضافة إلى عمليات التخطيط واتخاذ القرارات والتنظيم والمراقبة، وتعزى هذه الثقافة في ثلاثة مجالات رئيسية: الأسرة، والمدرسة، والمؤسسة. (أبو ختي نصيرة وآخرون، 2020، صفحة 745).

1.3. خصائص الثقافة الريادية:

على غرار كل الثقافات للثقافة الريادية خصائصها تميزها، وحسب "Toulouse" هي خمسة خصائص أساسية تتمثل في ما يلي: (بن وريدة حمزة، كروش صلاح الدين، هبول محمد، 2021، صفحة 351 و352)

- تثمين أنشطة الأعمال: الثقافة التي تثمن ريادة الأعمال أي تمنح لأنشطة الأعمال مكانة هامة فيما يمكن أن نسماه التسلسل الهرمي لقيم هذا المجتمع، فالمجتمع الذي يثمن ريادة الأعمال يمنح الصفقات والمال وكذا إنشاء المؤسسات مكانة هامة ذات أولوية.

- تثمين المبادرات الفردية أو الجماعية: المجتمعات التي توجد فيها الأنشطة الريادية تعتبر مجتمعات يتم فيها الحصول على الفرص، حيث يتسم أعضائها بنوع من الاندفاع اتجاه التحديات، بالإضافة إلى هذا تساعد الافراد في تحديد مصيرهم وكذا استغلالهم المحكم للفرص المتاحة؛

- تثمين المثابرة والإصرار: أظهرت الدراسات أن رواد الأعمال الذين يتميزون بالمثابرة والإصرار يتمكنوا من إنشاء مشاريعهم الخاصة، فالثقافة الريادية هي تلك الثقافة التي تثمن المثابرة والتصميم والتي تدعم المحاولة وترغب فيها، والتي تتسامح مع

بعض الأفراد الذين يواجهون الصعوبات مع الفشل دون إقصاء ورفض الأفراد الذين يقترحون مشروعات من أجل إنشاء شركاتهم الخاصة:

- تسمح بالعيش في توازن ما بين الأمن والخطر: عملية إنشاء المؤسسة تتعرض لبعض المخاطر، بالإضافة إلى توفر المعلومات اللازمة لهذا الإنشاء والموازنة بين الأمن والخطر ستعطي مكانة للريادي في هذا المجتمع والتي تؤدي إلى علو شأن ريادة الأعمال على هذا الأساس فإن الثقافة الريادية تسعى لإيجاد توافق بين الأمن والخطر من أجل خلق نوع من التوازن ما بين الحاجات الخاصة بالأمن وضرورة تحمل المخاطر اللازمة لتحقيق المشاريع الخاصة بهذا المجتمع؛
- توفر حل للتوتر بين الاستقرار والتغير؛ لقد جعل البعض من الباحثين من التغير جوهر لريادة الأعمال، فالرياديون هم العامل الأساسي للتغير أو النشاط الريادي، أما الثقافة الريادية تقوم بخلق نوع من التوازن بين الاستقرار والتغير، ولمواصلة المؤسسة مسارها يجب من توفر نوع من الاستقرار في سلوك الأفراد، وكذا هياكل وقيم المجتمع بالإضافة إلى هذا تحتاج إلى نوع من التغير الذي يساعد على خلق سلع وخدمات جديدة.

2.3. أهمية تعزيز الثقافة الريادية:

يمثل تعزيز الثقافة الريادية أهمية بالغة سواء كان ذلك على مستوى الفرد أو المجتمع، وسيتم فيما يلي شرح هذه الأهمية: (زاوش رضا، 2022، صفحة 383)

- التخفيف من حدة البطالة من خلال خلق وإيجاد فرص عمل سواء للشخص الريادي أو الأفراد الذين يستعين بهم الريادي في أداء الأعمال؛
- تحقيق الاستقلالية والعمل الحر من خلال إتاحة الفرصة للريادي نحو تحقيق أهدافهم وطموحاتهم؛
- إتاحة الفرصة للتميز حيث يمكن من خلال ريادة الأعمال تحقيق أهداف متميزة عن الآخرين؛
- منح الفرصة لتحقيق طموحات أكبر من خلال تحقيق الانطلاق والحرية والاستمتاع بالأعمال والاستثمارات لتحقيق ذلك؛
- تحقيق التنمية الاقتصادية على المستوى العام سواء الدولة أو المجتمع الذي يعمل به الريادي؛
- تخفيض هجرة المواهب بتوفير مناخ محلي ملائم لريادة الأعمال.

4. بيئة ريادة الأعمال والدور الاقتصادي لها:

1.4. بيئة ريادة الأعمال:

لقد تفوقت الولايات المتحدة الأمريكية في ريادة الأعمال، وتتسم بروح ريادية عالية، ويرجع ذلك إلى توفرها على أفضل الجامعات والمؤسسات البحثية على مستوى العالم، ومن حيث حجم السوق تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية دولة شاسعة يتجاوز عدد سكانها حوالي 325 مليون نسمة غير أنه لا توجد أي صلة واضحة بين حجم السوق المحلية ومعدل ريادة الأعمال كما توجد هناك عوامل أخرى تبدو ذات أهمية وأثر كبيرين كالقدررة على الوصول إلى رأس المال، وحرية الابتكار، والشغل، والثقافة والضرائب والتنظيم، وجودة الإدارة، والنظام القانوني، وغيرها من المؤسسات.

- الثروة والحرية والثقافة:

يضبط غالبية الأمريكيون الأسس التعليمية اللازمة لإنشاء نشاط تجاري والوصول إلى رأس المال اللازم سواء من المدخرات المتوفرة أو من الأصدقاء والعائلة بحيث تعتبر إمكانية الوصول إلى رأس المال من العوامل المفسرة لريادية البلدان الغنية.

تتميز الولايات المتحدة الأمريكية ببنية قانونية تضمن احترام حريات الأفراد مقارنة بأغلب بلدان العالم الأخرى، وهذا عامل قوي تحفيزي لإزدهار ريادة الأعمال وما يؤكد هذا العلاقة القوية بنسبة 0.77 بين النتيجة الاجمالية للدول في مؤشر الحرية الاقتصادية، ودرجاتها في مؤشر الابتكار العالمي المقدم من طرف جامعة كورنيل التابع لمعهد انسياد للدراسات العليا والمنظمة العالمية للملكية الفكرية.

وبالنسبة للانفتاح الثقافي تعد الولايات المتحدة الأمريكية مكان يرحب برواد الأعمال على اختلاف انتماءاتهم بحيث تعتبر ديردري ماكلوسكي بأن المواقف الإيجابية اتجاه الأعمال التجارية تنعكس بالإيجاب على ريادة الأعمال، بمعنى اخر ترى بأن القيم البرجوازية سبب قوي للتوسع التجاري في إنجلترا قبل وخلال الثورة الصناعية، وباعتبارها جزء من الثقافة الأمريكية فإن المواطنين الأمريكيين لا يحبذون الاعتماد على الدعم والإعانات الحكومية مقارنة بغالبية الافراد في العديد من البلدان الأخرى.

- الابتكار دون تراخيص وتباين البنيات القانونية:

ففي التقليد الإنكليزي تترك السلطة اتخاذ القرار للسلطات القضائية، وتسحب من السلطات السياسية وذلك لأن هذه الأخيرة لا تلتزم الحياد في أخذها للقرارات، إضافة إلى ذلك تمنح للأفراد الحرية الكاملة للقيام بالأنشطة دون قيود شريطة عدم المس بحرية باقي الأفراد، وهذا ما يشجعهم على الابتكار والإبداع رغم وجود بعض المبادئ القانونية العامة التأطيرية، ولا تتدخل السلطات القضائية إلا في حالة نشوء نزاعات بين الساكنة، ومن جهة أخرى البيروقراطية المعقدة تؤثر سلبا على المبتكرين وتثبطهم كما أن يحيي صناعات القرار بها وظائفهم، تجبر القوانين التنظيمية العديدة المبتكرين الى تصدي للعديد من المنظمين لأجل بدء نشاط تجاري ناهيك عن تعقيدات الإدارة وتسيير هذا النشاط مما قد ينتج عنه محسوبية وفساد كبير، وفي بعض الدول الأخرى تتبنى المبدأ الوقائي ويكون ذلك بوضع قيود مسبقة على الابتكارات ما يجبر رواد الأعمال على إثبات سلامة وملائمة ابتكاراتهم، ما قد يحد من قدراتهم على الابتكار والمجازفة.

لكن تجدر الإشارة بأن النظام القانوني أكثر انفتاحا في بعض الدول أو كما يصطلح عليه دول القانون العام يشجع على الابتكار والمخاطرة، بالتالي ينبغي لأي برنامج سياسي يهدف إلى تشجيع الابتكار اعتماد القانون الأكثر إنفتاح من خلال جعل الابتكار غير المرخص خيارا مبدئيا، وأن يتضمن هذا البرنامج إزالة الحواجز التي تعقد عملية الدخول إلى السوق وتشجيع المنافسة والدفاع عن حرية التعبير، والعمل الحر مع عدم فرض أي قيود على العمل إلا على أساس التكاليف والفوائد الموضوعية.

- أهمية الضرائب:

تعتبر البنية الاقتصادية والمتمثلة في النظام الضريبي والتنظيمي الأمريكي سهل التطبيق في دول أخرى بحيث اتضح أن السياسة الضريبية مهمة جدا لريادة الأعمال، إذ أن معدلات الضرائب المنخفضة وحدها قادرة على تفسير ارتفاع معدل ريادة الأعمال في الولايات المتحدة، وبما أن الاقتصاد السائد يتجاهل الى حد كبير ريادة الأعمال أو يسيئ فهم ماهيتها، فإن السياسات الضريبية السائدة المنبثقة عن مثل هذه الرؤى تسيء معالجة ملف ريادة الأعمال، فهم يتجاهلون في أحسن الأحوال ميزات ريادة الأعمال واحتياجاتها الفريدة كما يسعون إلى تعطيل نجاحها.

يحتاج رواد الأعمال المحتملون الى الانتقائية لمشاريعهم، وذلك لحاجتهم لتحقيق إيرادات بهدف ضمان تحقيق عائدات صافية مريحة بعد خصم الضرائب المفروضة عليهم، ولكن الإيرادات والعوائد ليست مضمونة دائما وبالتالي سيقبل عدد رواد الأعمال المحتملين الذين سيختارون اكمال أنشطتهم، وسيقررون في الأخير عدم المغامرة في الابتكارات شديدة الخطورة كما يدرج رواد الأعمال الضرائب في لائحة المشاكل التي يواجهونها، في هذا الصدد تشير تقديرات مؤسسة الضرائب الى أن كل زيادة بنسبة 1

بالمائة في الضريبة على الشركات الأمريكية تؤدي الى انخفاض بنسبة 3.7 بالمائة في عدد الشركات الجديدة المسجلة، بينما يؤدي خفض معدلات ضريبة الدخل بنسبة 10 بالمائة الى زيادة بنسبة 12 بالمائة في مناصب الشغل.

من جهة أخرى تحفز المعدلات الضريبية المرتفعة عمليات التجنب والتهرب الضريبي، وقد تكون هذه المسألة أكثر شيوعا في صف الشركات الناشئة والشركات الأصغر حجما حيث تكون المعايير المحاسبية والضوابط المالية أقل صرامة.

يعد كل من رواد الأعمال والباحثين والعلماء أشخاصا حركيين قادرين على تحديد المناطق التي تفرض ضرائب مرتفعة وتجنبها عن طريق الهجرة الى البلدان تمنح تسهيلات ضريبية، وتسمى هذه العملية بهجرة الأدمغة ولسوء الحظ يبقى بلدهم الأصلي مفتندا للمواهب وأقل ديناميكية، ومحروما من الفوائد المترتبة عن نشاطاتهم وأفكارهم الإبتكارية، وجهدهم ومساهماتهم في النمو الاقتصادي المستقبلي للبلاد.

- العبء التنظيمي:

يمكن لبعض الإجراءات البسيطة أن تقدم لنا بعض المؤشرات التقريبية كالعبء الزمني، والمساطر الإدارية اللازمة، وتكلفة تسجيل وإنشاء الشركات الجديدة فكلما تم تعقيد مساطر انشاء شركة جديدة قلت المحاولات الرامية لذلك مما سيضعف محاولات اطلاق أنشطة تجارية غير رسمية التي ستكون عاجزة عن العمل بكفاءة عالية نظرا لكونها خارج نطاق القانون، وقد يقلل أصحاب هذه الأنشطة غير الرسمية من الاستثمار في العقار والمعدات لإنها غير مضمونة بالنسبة لهم. يعد إنشاء شركة في البلدان الحرة ذات البيئة المناسبة لريادة الأعمال أمرا سريعا وسهلا، أما في البلدان الأقل حرية ذات البيئة غير المناسبة لريادة الأعمال تكون العملية بطيئة جدا، كما تعد البلدان ذات الدخل المرتفع أكثر الدول ريادة في العالم. ومن الصعب قياس العبء المالي المترتب عن اللوائح التنظيمية، يساهم وجود لوائح تنظيمية كثيرة ومرهقة جدا بالنسبة للشركات الصغيرة في التشجيع على الفساد بحيث غالبا ما يكون حجم هذه الأنشطة التجارية صغيرا ليستجيب لهذا الكم الهائل من اللوائح التنظيمية.

إن تقليل القيود التنظيمية سيؤدي إلى طرح منتوجات منخفضة الجودة أو غير آمنة أو إلى تكريس الاحتكارات أو إلى خفض الأجور للموظفين أو إلى تلويث البيئة، كما تشير الدراسات الاقتصادية إلى أن الاقتصادات شديدة التنظيم والتعقيد تعرف نموا اقتصاديا منخفضا مقارنة مع الاقتصادات ذات التنظيم المرن.

لا يمكن اعتبار التنظيم الجيد في كل الأحوال بقاعدة، لأن تقف خلف معظم اللوائح التنظيمية أجنداث سياسية تضرب في صلب العقلانية الاقتصادية فضلا عن ذلك تملك الشركات الكبرى القدرة على التأثير في اللوائح التنظيمية المعتمدة لدى المسؤولين، مما يمكنهم من حماية أعمالهم التجارية من الوافدين الجدد، ويقود الانخفاض في حدة المنافسة الناتج عن هذه العملية الى تحمل الزبائن لمنتوجات تفتقر إلى الابتكار وذات جودة متدنية وثمان باهظ، على هذا الأساس يحد التنظيم الصارم من زيادة ثروة ومداد خيل المواطنين وكمثال على هذا من أجل الاستجابة للمعايير البيئية تلزم الشركات بالتوقف عن استعمال الطاقة التي تعمل بوقود الفحم واستبدالها بمصادر الطاقة المتجددة ذات التكلفة الباهظة، مما يؤدي الى دفعها كتكلفة من طرف الزبائن ولهذا تعتبر المشاريع التنافسية السبيل الوحيد لمعالجة هذه المشاكل من خلال طرح المنتوجات ذات القيمة العالية وتوليد نمو اقتصادي متزايد.

- الظروف الملائمة:

يحتاج رواد الأعمال إلى بيئة سياسية و اقتصادية مستقرة تسمح لهم بوضع خطط مستقبلية من أجل رفع منسوب الثقة بهدف الاستثمار.

- الملكية والحماية القضائية:

ثمة علاقة إيجابية تجمع بين قوة حقوق الملكية وضمانها في بلد معين من جهة وبين معدل ريادة الأعمال من جهة ثانية، فإن حقوق الملكية المضمونة وسيادة القانون يشكلان أمرا بالغ الأهمية بالنسبة إلى المستثمرين، تعتبر الحاجة إلى حقوق ملكية آمنة بما في ذلك حقوق التأليف والنشر وبراءات الاختراع والعلامات التجارية وغيرها من الملكيات "الفكرية" الأخرى مسألة ملحة بالنسبة إلى رواد الأعمال.

- الانفتاح:

يعتبر العديد من رواد الأعمال أناس يتمتعون بالشجاعة، والطاقة، والمبادرة، والشجاعة لمغادرة أوطانهم الأصلية والبدء من جديد في مكان آخر، بحيث هذه الصفات تعد مفيدة بالنسبة لرائد الأعمال، كما من المرجح رصدهم للفرص التي قد يفوتها السكان المحليون المتعلقون بالثقافة والتصور السائد في تلك المنطقة، تمتلك سياسات الهجرة المفتوحة التي تحاول جذب أي عامل والمحافظة عليه، سواء كان ماهرا أم لا فرصة أكبر مقارنة بنظيراتها في جذب الأشخاص أصحاب روح ريادة الأعمال العالية، أيضا تعمل على تعزيز الرخاء والحد من الفقر.

- الثقافة:

يشكل كل من العرف القانوني، وطبيعة وسلامة حقوق الملكية، واستقلال القضاء، والقيود المفروضة على الحكومات، والدفاع عن الحقوق أو المواقف من سياسات الهجرة، جزءا من ثقافة عمومية من المبادئ والأخلاق والمعتقدات، وليس من السهل إعادة إنتاج نفس هذه المبادئ في الثقافات الأجنبية الأخرى.

- أهمية الإدارة:

قد يساهم مثل هذا النهج في تعزيز الإبداع وتوليد الأفكار الناجحة والابتكار والمغامرة، ومن أجل تحويل الأفكار إلى أنشطة مربحة يحتاج رواد الأعمال إلى المهارات التقنية والقدرات التنظيمية أيضا. إن الإدارة الجيدة أو الضعيفة تشكل أهمية خاصة في تحديد مصير الشركات، فكثيرا ما يعاني رواد الأعمال من الآليات اللازمة لإدارة الأعمال وضبط التكاليف والتكيف مع النمو السريع أو الطريقة السهلة للوصول إلى الزبائن، كما أن تحويل الأفكار الجيدة إلى نجاح تجاري يتطلب إدارة جيدة.

يمكن اعتبار المديرين أنفسهم رواد أعمال من خلال وصولهم إلى سبل مبتكرة لزيادة رضا الزبائن، من خلال هذا سيدرك الناس أنهم يحصلون على القيمة الأفضل لمنتجاتهم بفضل رواد الأعمال وقد يجدون السبل الكفيلة بجعل المنتجات القديمة التي تقيم بأقل من قيمتها أكثر جاذبية أو أكثر فائدة، تماما كما يدمج رواد الأعمال الموارد الإنتاجية بطرق جديدة لخلق منتجات أفضل أو أرخص يرفع المديرون من جاذبية المنتجات للزبائن عن طريق دمج الموارد البشرية بهذه السلسلة. لا تتعلق الفجوة الكبيرة بين الشركات الأكثر إنتاجية والأقل إنتاجية فقط بأسعار الفائدة المنخفضة بل للأمر أيضا علاقة بالتنظيم والمنافسة الضعيفة وضعف جودة التعليم، كما قد يكون جزء كبير من هذه الفجوة ذو علاقة بجودة الإدارة في الشركات المختلفة.

2.4. الدور الاقتصادي لريادة الأعمال:

- الإقتصاد وعدم اليقين:

ينظر الاقتصاديون الى ريادة الأعمال بطريقة مختلفة ولهم وجهة نظر مغايرة فيما يخص الدور الاقتصادي لريادة الأعمال، والسبب في ذلك وهو ميل الاقتصاديون الى وضع نماذج خاصة بعلم الاقتصاد مشابهة لنماذج العلوم الطبيعية،

وبالتالي هم يصورون النشاط الاقتصادي على أنه تفاعل بين القوى غير الشخصية، ويحاولون تفسير النتائج وتحديدها كميًا والتنبؤ بها باستخدام المقاييس العددية والترابطات والرسوم البيانية والمعدلات.

ينظر بعض خبراء الإقتصاد إلى رواد الأعمال في المقام الأول بإعتبارهم أشخاصا يحشدون الموارد لمواجهة المخاطر وحالة عدم اليقين، ويؤكد آخرون على أن رواد الأعمال يتحملون المسؤولية الكاملة عن المخاطر المترتبة والفوائد المتعلقة برؤيتهم الخاصة للمستقبل، أما البعض الآخر أكد على الطبيعة الإضطرابية لرواد الأعمال نتيجة طرحهم لإبتكارات تتحدى النظام القائم، ويعتبر آخرون على النقيض من كل ذلك رواد الأعمال أشخاصا يفتنمون الفرص ويسدون الثغرات ويعيدون التوازن للأسواق.

- رائد الأعمال محركا للإبداع المسبب للإضطراب:

ترتبط فكرة أن رائد الأعمال هو شخص مبتكر ومبدع ارتباطا أساسيا بجوزيف شومبيتر الذي يرى أن الدور الرئيسي لرائد الأعمال هو الابتكار ، ولا يعني هذا فقط اختراع أشياء جديدة أو اكتشافها بل أيضا ابتكار أفكار جديدة في عالم الأعمال وانشاء شركات ابتكارية تركز على النمو، وقد تنطوي هذه العملية على استخدام مجموعات جديدة من الموارد لإنشاء تقنيات أو منتجات جديدة وأفضل جودة، أو اكتشاف معلومات حديثة تجعل عملية خلق منتجات جديدة ممكنة أو العمل وفقها أو فتح أسواق جديدة أو التوصل الى مصادر جديدة للإمداد، وتدفع كل هذه العوامل صاحب المشروع الى التخلي عن طريقة التفكير الكلاسيكية وخلق شيء جديد ومختلف ما يعني ضمنا امتلاكه لحلم وتوفره على قدرات لتحقيقه.

اعتبر شومبيتر قيادة الأعمال والابتكار الريادي قوة مسببة للإضطراب بحيث ينتج الابتكار المتواصل اضطرابا مستمرا وديناميكيا للتقدم الاقتصادي، ولا توسع قيادة الأعمال نطاق وجودة المنتجات المتاحة للزبائن فحسب بل تنشئ أيضا أساليب إنتاج جديدة قد تقود الى إحداث صناعات حديثة وتكتلات صناعية مختلفة، ومن جهة أخرى تلعب الأساليب والمنتجات الجديدة دور الموارد بحيث تتيح لرواد الأعمال المستقبليين امكانية استخدامها لإنشاء منتجات أخرى.

بالنسبة للإبداع المسبب للإضطراب بما أنه سيعرف معدل الصناعات القديمة داخل السوق تراجعًا وستظهر أنواع جديدة مكان تلك القديمة، ولكن سيمكن هذا الأمر من خلق اثر ايجابي بحيث سيحرر اليد العاملة والموارد الأخرى ويجعلها متاحة لإعادة تركيزها في صنع المنتجات واتباع العمليات ذات القيمة العالية، وقد اطلق شومبيتر على هذه العملية اسم التدمير الخلاق.

خلاصة القول ضرورة تحديد الفوائد والمنافع الإبداعية الواضحة للتقدم الاقتصادي في مقابل تلك الخسائر، فلا أحد منا يريد التخلي عن الابتكارات التي ضاعفت ثرواتنا وحسنت ظروف عيشنا ومكنتنا من تفادي قضاء الكثير من الوقت في التنقل والبحث عن الطعام والماء والوقود.

- رائد الأعمال بإعتباره مكتشفا:

بالنسبة لكيرزنر تعني قيادة الأعمال ضرورة تحديد فرص الربح غير المستغلة ومحاولة تحقيق الأرباح منها، فعندما يكون رواد الأعمال في حالة يقظة وتأهب، يصبحون قادرين على ضبط الفجوات والتفاوتات التي لم يلاحظها الآخرون كالطلبات غير الملبأة أو أئمنة السلع المتباينة وغير التمثيلية لأوضاع السوق، وبالتالي يتجسد ربحهم في العمل على تحديد هذه الاكتشافات والاستجابة لها.

حسب مفهوم بيترف دراكر للابتكار وريادة الأعمال، يعتبر رواد الأعمال التغيير قاعدة وأمرًا صحيحًا فهم عادة لا يجلبون التغيير بأنفسهم، بحيث يبحث رائد الأعمال دوماً عن التغيير ويستجيب له ويستغله باعتباره فرصة، وهذا ما يحدد رائد الأعمال وريادة الأعمال.

بالنسبة لكيرزنز يميز رائد الأعمال بنظرته المخالفة لهذه الفجوات والتفاوتات بحيث يعتبرها فرصة للربح أكثر منها مشكلة، ففي سعيه المتوالي لتحقيق هذا الربح يعمل رائد الأعمال في الواقع على سد هذه الفجوات، يؤكد أيضً كيرزنز أنه عدم التحكم في الأسواق راجع لوجود عطل تجهله الجهات الفاعلة في السوق وغير قادرة على رصده من أجل تصحيحه ومعالجته فإن يقظة رواد الأعمال وعملهم يؤدي ذلك إلى نشر وعي أكبر بالوقائع الحقيقية نظراً لأنهم ومقلديهم يدفعون بالأسعار إلى الارتفاع أو الانخفاض، بالتالي تركز الموارد في استخدامات الأكثر قيمة بدل تلك الأقل قيمة.

- رواد الأعمال باعتبارهم معالجين للمعلومات:

على رواد الأعمال أن يحاولوا توقع الفجوات المستقبلية وسدها خصوصاً على مستوى العرض والطلب، ونظراً لأنه لا يمكن لأحد التنبؤ بالمستقبل بالتأكيد فسوف يتعين على رواد الأعمال أن يكونوا فكرة على الكيفية التي قد تسير بها الأمور، وبالتالي سيتبنى رواد الأعمال على تعددهم مواقف متباينة حسب اختلاف مستويات تقبلهم للمخاطر وتقييمهم لحالات عدم اليقين في المستقبل، وسيكونون أكثر قابلية لتحقيق النجاح إذا كانوا يتمتعون بوجهة نظر تبصيرية.

يشير إلى ذلك لودفيج فون ميزس في ما يخص الربح والخسارة بأن ما ينتج الربح هو أن الفكرة المكونة من طرف رائد الأعمال عن الأسعار المستقبلية للمنتوجات هي فكرة صحيحة مقارنة بباقي أفراد المجتمع، فهو يشتري بعض أو كل عوامل الإنتاج بأسعار تعد منخفضة جداً حين تقييم من منظور الحالة المستقبلية للسوق، كما يتوجب على رواد الأعمال ألا يتوقفوا على تجريب منتوجات جديدة فقط، بل يتوجب عليهم استعمال تقنيات وعمليات إنتاج جديدة، فهم يجمعون بين المدخلات المختلفة ويقيمون النتائج ثم يجربون تركيبات أخرى من أجل رفع إنتاجية وفعالية شبكاتهم خصوصاً على مستوى التكلفة، وذلك بهدف طرح ما يبحث عنه الزبائن فعلاً، وعن طريق تجريب مجموعة من رواد الأعمال لمنتوجات وعمليات تنافسية مختلفة تكتسب المعرفة، وتنشر على نطاق أوسع ما يرفع إنتاجية الاقتصاد ككل في الأمد البعيد وتعمم الفائدة على الجميع.

- رواد الأعمال وعدم اليقين:

لن يستطيع رواد الأعمال إنتاج منتج مثالي أو توفير طريقة إنتاج مثالية، بل توجد هناك دوماً الإحتمالية بأن يتفوق عليهم شخص آخر.

لا يجب أن تكون بالضرورة مثالية دائماً، بل تستلزم أن تتلاءم فقط تلاؤماً أفضل مع الظروف السائدة في السوق في ذلك الوقت ومع تغير الظروف ستتغير المعطيات أيضاً، ومن شأن مثل هذه التغييرات أن تتيح الفرصة أمام رواد الأعمال الآخرين ليتدخلوا من أجل سد الفجوات، ونظراً لطبيعة الأسواق الحيوية يتوجب على رواد الأعمال اخذ قرارات متعلقة بخيارات الإنتاج الخاصة بهم في بيئة متقلبة بالغة الخطورة.

في الواقع تحديد الثغرات الموجودة في السوق هو الجزء السهل من العملية، وتكمن المشكلة الحقيقية في أن الأمر يستغرق وقتاً من أجل صياغة حل ونتاجه وتسويقه ليعمل على تنسيق العناصر جميعها مرة أخرى لإعادة حالة التوازن الطبيعية، وربما بحلول ذلك الوقت قد تحدث تغييرات وتقلبات أخرى ستجعل من حل رائد الأعمال دون منفعة تذكر حتى قبل خروجه للوجود.

- رواد الأعمال واتخاذ القرار:

يشير الاقتصادي الأمريكي بيتر جي كلاين الى أن السمة المميزة لريادة الأعمال تتجلى في اتخاذ القرارات الصائبة في ظل حالة عدم اليقين، بحيث يواجه رائد الأعمال مستقبلا غير مؤكد يلزمه بتكوين فكرة حول الكيفية التي قد تؤول إليها الأمور، ومن هنا تنبع الحاجة الى اتخاذ القرار عن طريق اعتماد رائد الأعمال على الأبحاث والخبرة، ويقول ميزس في هذا الصدد اتخاذ قرار ريادي يتحدى بنية القواعد والمنهجيات أي هو أمر لا يمكن تعليمه ولا تعلمه، بحيث ينبغي لرواد الأعمال وضع الخطط وتركيز الموارد وانتاج المنتجات التي يأملون نجاحها بناء على نظرتهم الخاصة للكيفية التي ستؤول إليها ظروف السوق مستقبلا. ولا يحقق رواد الأعمال أرباحا كبيرة إلا عندما يتوصلون الى أحكام صحيحة في حين يتخذ الآخرون قرارات خاطئة، وحسب ميزس يبصر رائد الأعمال المستقبل بصورة مختلفة عن الآخرين، وتفسر هذه الفكرة مقدرة رواد أعمال اليوم على شراء الموارد بتكلفة منخفضة والعمل على تجميعها بهدف انتاج منتجات بتسعيرات مرتفعة في المستقبل مع ضمان عدم زيادة أي شخص آخر على تكاليفها. (إيمون بتلر ترجمة محمد مطيع، 2021، صفحة 37_47 و 97_113).

5. خاتمة:

على ضوء ما سبق لريادة الأعمال أهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وبجل دول العالم المتقدمة منها والنامية، كما أنها أصبحت مفروضة في ظل الاقتصاد الرقمي واقتصاد السوق والثورة التكنولوجية والانفتاح التجاري والمالي، ومن هذا المنطلق يمكن تقديم باقة من التوصيات المتنوعة كما يلي:

- ضرورة اتاحة بيئة استثمارية قانونية واقتصادية وسياسية وامنية وإدارية تلائم تحفيز ثقافة ريادة الاعمال، إضافة إلى محاولة التنسيق ما بين ريادة الأعمال وكل من قطاع التعليم العالي والبحث العلمي، والتعليم والتكوين المهني والتمهين من حيث ادراجه كتخصص قائم بذاته كباقي التخصصات يستقطب المتفوقين والنجباء من الطلبة هذا من جهة، ومن جهة أخرى للتوافق مخرجات هذه القطاعات مع احتياجات سوق العمل، إضافة الى محاولة الاستفادة واسقاط جامعات كل الدول للتجارب الرائدة اليابانية والامريكية والبريطانية في مجال ريادة الأعمال؛
- تنظيم دورات وايام دراسية وندوات ومؤتمرات لتعزيز التوجه الريادي لدى كل فئات افراد المجتمع، ويأتي على رأسهم طلبة الجامعات ومعهد التكوين المهني والتمهين مع التركيز على محاولة تشخيص معوقات نشر ثقافة ريادة الأعمال وإيجاد حلول لها بقطاعات التعليم المشار إليها، والعمل على منح تربيصات لرواد الأعمال والذين انجزوا مشاريع ريادية ناجحة خارج أوطانهم للاستفادة من الخبرات الأجنبية؛
- منح حوافز وتسهيلات إضافية لرواد الأعمال بالمقارنة مع باقي المستثمرين من أجل الحد من حدة العوائق التي تعترض طريقهم، كتوفير مختلف أنواع التمويل وضمان القروض وكذا التأمين اللازم للمشاريع الريادية؛
- على مستوى المنظمات يجب على مسيرين هذه الأخيرة استحداث أساليب القيادة وتحفيز العمال على الابتكار بمعنى ضرورة إحلال العامل الأجير برأس المال البشري، وحتى يتجسد ذلك في الواقع ضرورة الحرص على تكوينهم بشكل مستمر خاصة في مجال نظم المعلومات وكذا الأساليب التكنولوجية الحديثة على أن يكون هذا التكوين وطني أو خارجي للاستفادة من الخبرة التكنولوجية والتي قد تحتاجها المنظمات بالمستقبل.

1. أبو ختي نصيرة وآخرون. (2020). دور الثقافة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات المصغرة في الجزائر، دراسة حالة مقاولي الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغري بلمسان. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13 (العدد 03)، 745.
2. إيمون بتلر ترجمة محمد مطيع. (2021). مدخل إلى ريادة الأعمال. (الطبعة الأولى، المحرر) شارع أبو عنان الرباط: المركز العربي للأبحاث. تم الاسترداد من www.arabcr.org
3. بلعابد فايزة وسويسي ربيع. (جوان، 2023). دراسة تحليلية لواقع المقاولاتية السياحية في تطوير القطاع السياحي. مجلة المهمل الاقتصادي، المجلد 06 (العدد 01).
4. بلوم سعيدة، صحراوي ميمية، طير عبد الحق. (11 و12 فيفري 2023). دور الابتكار في تحقيق الريادية للأعمال في الجزائر. في فعاليات المؤتمر الدولي الافتراضي بتقنية التحاضر عن بعد حول: المبادراتية للأعمال المعاصرة بين المرافقة ومتطلبات الإستدامة _ حالة المؤسسات الناشئة _ (صفحة 199_220). ألمانيا: المنظم من طرف المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية، بتعاون مع جامعة أب باليمنو جامعة طبرق _ ليبيا، ومركز البحوث والدراسات العلمية _ جامعة طبرق _ ليبيا.
5. بن وريدة حمزة، كروش صلاح الدين، هبول محمد. (2021). تفعيل الثقافة المقاولاتية للطلبة الجامعيين من خلال دور المقاولاتية: دراسة ميدانية لدار المقاولاتية بالمركز الجامعي ميلة. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 06 (العدد 02)، 351 و352.
6. زاوش رضا. (2022). حاضنات الأعمال وأثرها في تعزيز الثقافة الريادية في المحيط الجامعي (دراسة على عينة من طلبة جامعة المسيلة)،. دقاتر MECAS، المجلد 12 (العدد 02)، 383.
7. سمغوني توفيق فيصل، شارف وهيبية. (11 و12 فيفري 2023). واقع ريادة الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (MENA) المؤتمر الدولي الافتراضي حول: المبادراتية للأعمال المعاصرة بين المرافقة ومتطلبات الإستدامة _ حالة المؤسسات الناشئة _ (صفحة 188_201). ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية _ بتعاون مع جامعة أبباليمن ، وجامعة طبرق _ ليبيا، ومركز البحوث والدراسات العلمية _ جامعة طبرق _ ليبيا.
8. صالح مهدي العامري، طاهر محسن الغالبي. (2008). الإدارة والأعمال. (الطبعة الثانية، المحرر) الأردن_ عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

The Impact of Entrepreneurial Strategy on Apple's Competitive Advantage

Habchi Asma ،Hebchi Chaima

¹University of Biskra (Algeria)

²National Higher School of Hydraulic (Algeria)

Abstract: Apple stands as one of the world's largest technology companies, excelling in the development, manufacturing, and sale of personal computers, servers, peripherals, computer software, online services, and personal digital assistants. Since January 2020, the global spread of COVID-19 significantly impacted Apple's operations, affecting sales and production across various countries. The pandemic prompted widespread closures, impacting most stores. simultaneously, the decline in sales had a profound effect on Apple's production. This study establishes a practical framework for entrepreneurial strategy, conducts a PESTEL analysis for Apple, assesses the impact of COVID-19 on the company, and analyzes the strategies that have enhanced its position as a global leader.

Keywords: Entrepreneurial; Strategy; COVID-19; PESTEL; Apple.

1. INTRODUCTION

The primary goal of Apple is not to make a profit but rather to make exceptional products. Apple is undoubtedly one of the most successful companies in the world. In general, the global spread of Covid-19 is affecting the economic and business environment around the world. To deal with the challenges, Apple must change its strategies to adapt to the modern environment. Apple proved to be one of the biggest beneficiaries in the first year of the pandemic despite store closures, supply chain disruptions and the strained finances of many customers as it posted a record fiscal year.

As Apple Stores in the US open again and the job market begins to recover, the company is expected to continue to benefit from increased reliance on technology. Laptops and mobile phones are among the biggest beneficiaries of the technological trends of the pandemic. As work, meetings, and study become increasingly flexible, surviving this crisis and completing further growth is something worth delving into and studying.

- What differentiates successful from unsuccessful entrepreneurial firms?
- as they create new businesses that transform the basis of competition in an industry?

To address this question, we focus on the concept of entrepreneurship, study the sources of competitive advantage between leading companies, and focus on the PESTEL strategy to analyze the impact of covid-19 on Apple Inc policy.

2. A Framework for Entrepreneurial Strategy

The period of industry emergence is the temporal setting in which this question of entrepreneurial strategy is important for both the fields of strategy and entrepreneurship. For strategy scholars, study of industry-level processes is needed to make comparative performance assessments among firms and to identify the new technologies and products that change the basis of industrial competition. The byproducts of industry emergence are often the factors that are used to explain performance differences when an industry reaches maturity. Barriers to entry, technological competence, market power, consumer markets, and reputations (to name just a few) may all be forged during the period of industry emergence.

Many entrepreneurial ventures do not represent new businesses that create new industries. As the chapter by Kazianjian, Drazin, and Glynn in his book indicates, most entrepreneurial ventures are either product line extensions (variations of baseline products for an existing market) or new platform developments (that either introduce an advanced technology to existing customers, or target new customers with an existing product technology). New businesses transform the basis of industrial competition by creating new product technologies for new markets.

Seldom are new businesses successfully commercialized by individual entrepreneurs; instead they depend upon the actions of numerous entrepreneurs who collectively build a new industrial infrastructure that supplants or replaces existing populations or industries. Thus, new industries can be seen as the aggregated results of numerous entrepreneurial firms that create new population niches of commercial enterprises. Our question deals with the performance variations often observed among the population of entrepreneurs who interact during the emergence of a new industry to commercialize their new product technologies. This focus on industry emergence represents an intermediate (or meso) level of analysis between the micro characteristics and activities of individual entrepreneurs (Cooper and Gasco 1992) and macro national innovation systems (Nelson 1982)

Industry emergence is a complex process that can be modeled in various ways. There are four different models of industry emergence, each of which is based on a different perspective from organizational theory: population ecology, new institutionalism, organization evolution, or industrial communities. Each model describes the strategic actions that firms can take as a new industry emerges and explains how these actions affect other firms in the industry. The models vary in the extent to which they simplify firm effects on each other and their interactions with their environment. For each model we will identify the potential strategies of entrepreneurial firms that are consistent with the model. Then we will examine some empirical research that fits the model and points to potential areas of fruitful research

We rely on the resource-based perspective to develop our explanation of what entrepreneurial actions create relative competitive advantage. This perspective asserts that resources are the main source of firm competitive advantage. These resources may be tangible (e.g., technology, financing, or patents) or intangible (e.g., reputation, competence, trade secrets). Overall, the resource-based view argues that firms can generate long-lasting profits when they possess resources that are valuable, rare, nonsubstitutable, and imperfectly imitable (Barney, 1996; Peteraf, 1993; Wernerfelt, 1984). In particular, we rely on the “cornerstones of competitive advantage” developed by Peteraf (1992). These cornerstones are four logically necessary conditions that must be present in order for a firm to enjoy competitive advantage. (Scott & Van de Ven, 2020)

3. Four Cornerstones of Competitive Advantage

A basic conclusion of neoclassical microeconomics is that, in equilibrium, all firms in an industry with free entry earn normal returns. Earning normal returns is the same as earning zero profit, which means that after the firm pays all of its bills it has just enough left over to compensate its owners for the investment they have made. The reason for the claim that all firms should have zero profits is that a firm earning profits will attract other firms to enter the industry and the resulting competition will drive the profits to zero. Note that sometimes firms do earn positive profits but this is a temporary situation until other firms enter the industry and the equilibrium situation of zero profits is achieved.

What if other firms cannot enter the industry? In this case, it is possible for firms to earn profits in equilibrium. The classic example of this is a farmer with a valuable plot of scarce land. The farmer can earn positive profits because there is no other land available to allow new competitors to begin farming. These sustained profits are called rents and indicate the market value of the farmer's land (Varian 1999). In the framework of microeconomics, excess returns that will soon be competed away are called profits while sustainable excess returns are called rents.

As we analyze the four different models of industry emergence, When an action taken by a firm creates superior performance but, according to the model, the performance difference can be expected to diminish over time, we will say that firm has created entrepreneurial profits. When an action taken by a firm during industry emergence can be expected to create long-term superior performance, we will say that firm has created entrepreneurial rents. It should be clear that rent creation is more difficult than profit creation. A firm can earn a profit when it has some advantage over other firms.

A firm can only create a rent if it has some advantage that no other firm is able to mimic. Since we are exploring the possibilities for firms to create future competitive advantage through entrepreneurial activity, we need a logical framework for assessing whether an action can create an advantage that other firms will not be able to mimic. The four cornerstones of competitive advantage proposed by Peteraf (1993) provide a set of four necessary conditions that must be met in order for a firm to create a rent.

The first requirement for the existence of a rent-earning resource is that there must be firm heterogeneity. If all firms are basically the same, there is no reason to expect one firm to consistently perform better than other firms. This will become an important point later when we explore the assumptions of the four organizational theory perspectives and find that some of these perspectives presume that firms are essentially homogeneous.

Second, there must be ex ante limits to competition. If something, for example a good reputation, gives a firm the ability to earn rents then firms would compete vigorously for reputation. In fact, if there were perfect competition for reputation, the cost of achieving a valuable reputation would exactly offset the value of the future rents it creates. However, the point made by the resource-based view is that sometimes the price paid for a resource is much less than its actual value.

Importantly for the study of entrepreneurship, the period of industry emergence is a time of imperfect competition for resources. Since the future of the industry is uncertain, the value of things like patents, market position and qualified staff are not clear. This time of uncertainty in the development of a new industry creates what Barney (1986) calls an imperfect factor market for strategic resources. Entrepreneurs with foresight or "luck" have the opportunity to acquire resources at bargain prices.

The third necessary condition for a resource to create rents is ex post limits to competition. While the second condition implied an imperfection in the factor market at the time the resource is acquired, the third condition implies that imperfect competition for the resource continues for a sustained period of time. In practical terms this means that there must not be close substitutes for the resource and it must not be easily imitated. A patent for a drug exemplifies this condition. Patent laws preclude imitation of the drug and the slow pace of scientific discovery and medical testing limits the possibility of substitution.

A final condition that must be present in order for a resource to create rents is that the resource must be imperfectly mobile; it must be firmly attached to a specific firm. Return again to the example of reputation. If corporate reputations could be easily transferred from one firm to another then reputations would be a commodity or input for production, not a rent-creating resource. When the four conditions are met – firm heterogeneity, ex ante and ex post limits to competition for the resource, and imperfect immobility – a resource can create sustained, above normal profits for a firm. (Scott & Van de Ven, 2020)

4. ABOUT APPLE. Inc

Apple is an American global company specialized in the design, development, manufacture and marketing of portable electronic devices, mobile phones, computers, laptops, media devices and software, and it is the biggest IT company in the world in terms of income and the second biggest of mobile phone producer in the world after Samsung in December 2022, as it reached The company's total global annual income is \$394 billion in fiscal year 2022. As of January 2016, more than 1 billion Apple products have been actively used in the world.

The headquarters of Apple Inc. In Cupertino, California. The company is headquartered in Cupertino, California, and is controlled by a management team and a committee of directors.

Apple efficiently manages the iTunes Store, which is the world's leading music retailer. The company has a high brand standard and has been consistently ranked as the most valuable and accepted brand in the world.

Apple designs and manufactures a wide range of products, such as iPhone, iPad, Macs, Apple Watch, iTunes, and iPod. In addition, Apple promotes a culture of creativity and innovation by encouraging its engineers and designers to come up with groundbreaking ideas that eventually made it a world leader in computing. The primary goal of Apple is not to make a profit but to make exceptional products. (Tilak & Vaikunth, 2018)

5. SMART PRODUCTS AND SERVICES

- Mac:

- iMac: Introduced in 1998 and it is an all-in-one consumer desktop computer.
- Mac Mini: Introduced in 2005 and it is a consumer sub-desktop computer.
- MacBook: Introduced in 2006 and launched in 2015 and it is a Consumer ultra-thin, ultra-portable notebook.

- MacBook Pro: Introduced in 2006, and it is a Professional notebook.
 - Mac Pro: Workstation desktop computer, introduced in 2006.
 - MacBook Air: Introduced in 2008, Consumer ultra-thin, ultra-portable notebook.
- **iPod:** In the year of 2003 October 23, Apple introduced digital music player called iPod. Varieties of updated models have since been introduced, and the iPod brand is now the market leader in portable music players by a significant margin.
- **iPhone:** Steve Jobs introduced much-anticipated iPhone in January 2007, a convergence of an Internet-enabled smartphone and iPod.
- **iPad:** On January 27, 2010, Apple introduced media tablet called the iPad. It offers multi-touch interaction with multimedia formats including newspapers, e-books, photos, videos, music, word processing documents, video games, and most existing iPhone apps using a 9.7-inch screen. It also includes a mobile version of Safari for web browsing, as well as access to the App Store, iTunes Library, iBook store, Contacts, and Notes.
- **Apple Watch:** Tim Cook declared the original Apple smart watch on September 9, 2014, introduced as a product with health and fitness tracking. It had been free on Gregorian calendar month twenty-four, 2015. The ordinal generation of Apple Watch, Apple Watch Series a pair of, was free in September 2016 that includes bigger waterproof, a flash processor, and brighter show. On September 12, 2017, Apple introduced Apple Watch Series 3 that includes LTE cellular property, giving the wearable independence from AN iPhone aside from the setup method.
- **Apple TV :** Jobs incontestable the Apple TV at the 2007 Macworld conference, a set-top video device planned to bond the sale of content from iTunes with high-definition TV. The device links upto a user's TV and syncs, via either Wi-Fi or a wired network, with one computer's iTunes library and streams content from an extra four. The Apple TV originally engineered with a forty GB Winchester drive for storage, enclosed outputs for HDMI and part video with high resolution video quality of 720p.
- **Software:** Apple introduced its own operating systems to run on its devices, conjointly for macOS for mackintosh personal computers, iOS for iPhone, iPad and iPod bit smartphones and tablets, watchOS for its Apple Watch smart watches, and tvOS for its Apple TV digital media player.

For iOS and macOS, Apple develops its own software system titles, as well as Pages for writing, Numbers for spread sheets, and Key note for shows, as a part of its iWork productivity suite. For macOS, it conjointly offers iMovie and movie professional X for video writing, and Garage Band and Logic Professional X for music creation.

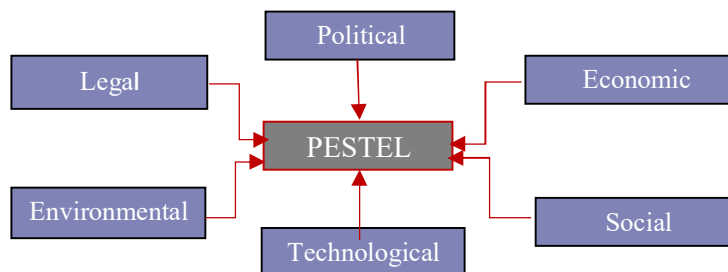
Apple conjointly offers on-line services with iCloud, that provides cloud storage and synchronization for a large vary of user knowledge, as well as documents, photos, music, device backups, and application knowledge, and Apple Music, its music and video streaming service.

- **Electric vehicles:** According to the Sydney Morning Herald, Apple needs to start out manufacturing an electrical automobile with autonomous driving as shortly as 2020. Apple has created efforts to recruit battery development engineers and alternative electric car engineers from A123 Systems, LG Chem, and Samsung physics, Panasonic, Toshiba, Johnson Controls and Tesla Motors.
- **Apple Energy:** Apple Energy, LLC may be an all owned subsidiary of Apple opposition. That sells solar power. As of Gregorian calendar month vi, 2016, Apple's star farms in American state and American state are declared to supply 217.9 megawatts of star generation capability. Additionally, to the company's solar power production, Apple has received regulative approval to construct a lowland gas energy plant in North Carolina. Apple can use the gas emissions to get electricity. Apple's North Carolina knowledge centre is already powered entirely with energy from renewable sources. (Tilak & Vaikunth, 2018)

6. PESTEL ANALYSIS

PESTEL Analysis (political, economic, social, technological, environment and legal) is a management technique that allows a company to examine important external elements that impact its operations in order to become more competitive in the market. (Yifan & Zhekai, 2022)

Figure. 1. PESTLE analysis



REFERENCE: Pestle Analysis, Corporate finance Institute

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/pestel-analysis/>


Apple Inc. is a global firm recognized for the design of iPhones, MacBook, and iPods, among other things. They are also well-known for its systematic connectivity. Their devices have an unbelievable connection. It is one of the seasons in which they have the potential to be one of the top corporations in the world. (Yifan & Zhekai, 2022)

Except for Antarctica, Apple operates on practically every continent. Its offices, design studios, manufacturing centers, development centers, sales and marketing offices are located in countries such as the United States, China, United Kingdom, France, Germany, Brazil, India, Singapore.

The Impact of Entrepreneurial Strategy on Apple's Competitive Advantage

Australia, Sweden, and many more, and the countries in which Apple operates have significant differences in their level of economic advancement and future economic growth trajectory due to diverse political, economic, and legal systems. This detailed PESTLE analysis of Apple examines how these important environmental factors impact the operations of Apple Inc. (Cynthia & Natalia, 2021)

Table.1. Company Background

Name	Apple Inc.
Logo	
Industrie served	Computer hardware (Mac, iMac, Mac Pro, MacBook, MacBook Air) Computer software (iOS, OS X, Safari, iLife, iWork, iMovie, iPhoto) Consumer electronics (iPod, iPhone, iPad, Apple TV and Mac products) Digital distribution (iTunes store, iCloud, App Store, Mac App Store)
Geographic areas served	Worldwide (retail stores in 22 countries and online stores in 100 countries)
Headquarters	Cupertino, California, United States
Current CEO	Tim Cook
Revenue (US\$)	229.234 billion (2017) 6.3% increase over 215.639 billion (2016)
Profit (US\$)	48.351 billion (2017) 5.8% increase over 45.687 billion (2016)
Employees	123,000 (2017)
Main Competitors	Samsung Electronics Co., Ltd., Amazon.com, Inc., International Business Machines Corporation, Cisco Systems, Inc., Google Inc., Microsoft Corporation, Dell Inc., LG Electronics, Lenovo Group Limited, Hewlett-Packard Company, Sony Corporation and many other computer hardware, computer software, consumer electronics and Internet companies.

Reference: (Tilak & Vaikunth, 2018)

❖ Political Factors

A trade war between the United States and China is possible. Factors such as government-level trade restrictions and tariffs, as well as insufficient political relations, may have an impact on the Company's performance in China. However, the United States of America's political relations with other countries are stable. They have negative consequences for the company and may have an impact on its performance because a significant portion of its income is earned outside of the United States of America. It may also have an impact on the Company's reputation and business operations in China. Apple struggled to keep political factors under control. The majority of its product sales come from countries other than the United States.

Nonetheless, in Apple's situation, significant political external variables such as enhanced free trade rules and balanced politics in developed countries provide chances. Apple's extra-liberal trade practices enable it to deliver the bulk of its products to various markets throughout the world. Because Apple can foresee only

small political difficulties influencing its company, political stability provides opportunity in a number of industrialized countries. Apple may enhance its performance by capitalizing on political possibilities in its macro- environment, according to this component of the PESTEL analysis model.

❖ Economic Factors

The majority of economic factors influence Apple's ability to generate opportunities. The most important external factors for Apple are rapid growth in developing countries and balanced economies in developed countries. Furthermore, due to the economic stability of most developed countries, Apple can expand its business and make more money. It is critical for developing countries to expand or grow quickly. Inflation, recession, and currency fluctuations could all have an impact on Apple.

The inflation rate has risen, and the unemployment rate has risen. As a result, consumers spend less money, primarily on 'luxury goods.' Despite this, Apple's revenue is unaffected by the economic downturn, despite the fact that the majority of the company's products are high-end. Apple made it possible by creating products that were distinct from those of its competitors, which increased demand for Apple's products.

❖ Social Factors

Nowadays, technology plays an important role in our social lives, and Apple is known as the technological ruler due to its quality and design. Furthermore, the music industry has had a significant social impact and has expanded its market to cyberspace. Apple has created the world's largest virtual media store for digital music, known as iTunes. Apple Incorporated benefits from the modern social lifestyle. The effects of social factors are central to Apple's business. Apple's main social factors include improved mobile access and social media.

These elements present opportunities for Apple. The growing popularity of mobile access provides an opportunity for Apple to continue providing convenient mobile devices. The iPhone, iPad, and Apple Watch have already begun to capitalize on this opportunity. Furthermore, as the use of social media grows, so will the demand for Apple products. This aspect of Apple's business environment offers the company more opportunities than the others.

❖ Technological Factors

External technological factors are influencing Apple's ability to generate opportunities. Mobile cloud trend, 6G, and improving app market are the critical technical external factors. The mobile cloud is a recent trend that includes various Internet-based companies and software behemoths such as Microsoft, Facebook, and Google. Apple is at the top of the market because it invests heavily in research and development. Additionally, the company can capitalize on this opportunity by offering cloud-friendly gadgets and apps.

Furthermore, the technological amalgamation of devices is a critical trend. Apple can capitalize on this opportunity by continuing to offer products that can be seamlessly connected. The app market is expanding, and

Apple needs to expand its AppStore. According to this component of the PESTEL analysis methodology, Apple is well positioned to capitalize on such critical possibilities in its business environment's technology aspect. (Yifan & Zhekai, 2022)

❖ Environmental Factors

Environmental trends have various consequences on the business. The business sustainability trend is an environmental element related to increasing preference among firms to embrace sustainable practices, based on concerns about the negative environmental impact of corporate operations.

The biggest environmental challenge facing Apple is the disposal of discarded or nonworking electronic products. The cost of disposing of these devices, particularly those with lithium batteries, could be prohibitively expensive, and Apple may be obliged to bear that cost due to environmental concerns about such devices in landfills.

Pollution and other environmental side effects from Chinese manufacturing facilities are becoming a growing worry, which could lead to higher regulation and excessive production costs in the future. Climate change caused by global warming could affect transoceanic shipping and Apple's supply chain. Apprehension about energy use and other side effects from data centers could cause increased regulation and costs.

Rapid and unpredictable changes in social lives, technology, and economic and political conditions have produced business environments that have compelled Apple to maintain its innovative trends in order to suit customers' wants and differentiate itself from the competition. The company should thrive despite these challenges because it has demonstrated an impressive ability to adapt to a changing environment.

❖ Legal Factors

Laws and regulations greatly influence the company, and they can pose a threat to the company if not properly complied with. In the digital age, governments' pressure on privacy has raised privacy rules on firms such as Apple Inc. If there is a likelihood of a data breach, then Apple may face lawsuits and lose its position; however, it could present an opportunity for Apple to boost its business through enhanced privacy measures.

Apple recently entered the highly regulated financial services area with the launch of Apple Pay, which may raise the level of regulation and government monitoring it faces. By providing these financial services, Apple could potentially face increased levels of litigation. Apple derives the most of its revenue from a variety of products protected by intellectual property regulations, such as software and music, making the company particularly vulnerable to both piracy and prosecution.

External political variables generate more possibilities than threats. The bulk of the recognized economic conditions provide opportunity. They allow the company to expand its operations in the future, but some of the identified negative elements may have an influence on Apple's sales in China. The social elements

indicated as being far more beneficial to the company than the other variables. P.C.P.C. sales appear to have skyrocketed during the epidemic, owing to mass purchases by businesses and schools that must now connect to workers and pupils remotely, as well as consumers who had delayed an update for years. . (Cynthia & Natalia, 2021)

7. THE IMPACT OF COVID-19

❖ Sales:

Table .2.: Evolution of Income in Apple. Inc

	2019	2020	2021	2022
Income	259.97	274.15	365.82	394.33
Variation	-5.84	+14.18	+91.67	+28.51
Variation (%)	-2.20	+5.46	+33.41	+7.79

REFERENCE: <https://fr.tradingview.com/symbols/NASDAQ-AAPL/financials-overview/>

COVID-19 has had an impact on retail outlets, and iPhone sales in China are down this year. Previously afflicted by the domestic pandemic, Apple has finished its offline retail outlets for several days in a row, while mobile phone sales have plunged. According to data from the domestic mobile phone market provided in February by the China Academy of communications and communications, the domestic mobile phone market shipped 6.341 million units in February, a 54.7 percent reduction year on year.

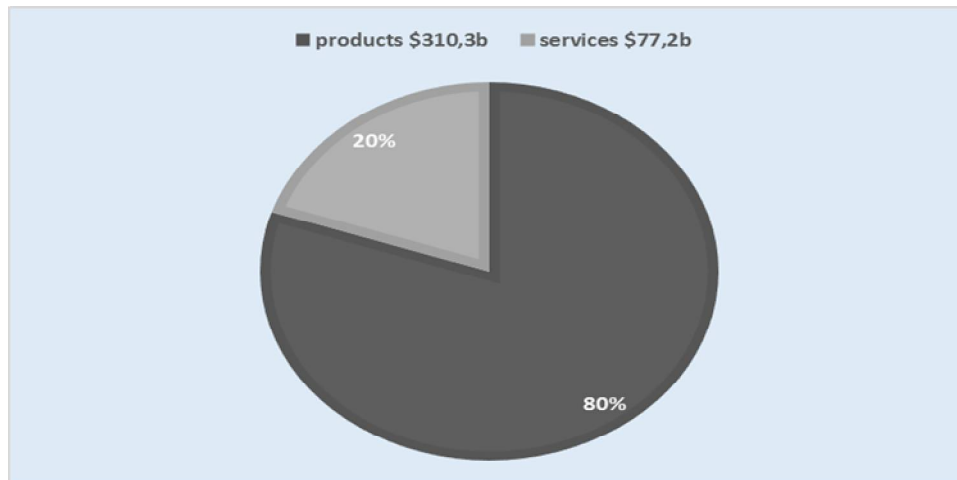
In January and February, 26.7 million units were supplied, a 42.1 percent decrease year on year. It's worth mentioning that Android phones sent roughly 5.84 million messages in February, while iPhones sent about 490000. This indicates that phone shipments in February declined by (62%) year on year and 1.82 million (78%) month on month. The closing of shops had a tremendous impact on Apple. This time, eliminating all retail outlets outside of Greater China will result in a substantial drop in Apple's mobile phone sales since retail stores are critical to Apple's business model.

Marketing and promotion of items at a physical retail business fosters a relationship between the staff and the customer. Product sales are directly affected by employee-customer engagement and communication.

Because Apple values interactions between staff and customers, it will improve formal language training for on-site technical support professionals to stress the significance of details. There are guidelines and regulations for the usage of preload images and music on each prototype. It is dedicated to provide the best possible experience for its clients. Because of this exceptional user experience, some individuals will visit Apple retail outlets to purchase products. Apple retail locations stand out among numerous retail outlets by offering consumers with a more ultimate experience through high-quality customer service and the quest of

perfection. Apple will suffer enormous commercial losses as a result of the pandemic forcing the closure of physical retail shops. (Yifan & Zhekai, 2022)

Figure.2. Net sales in the 12 months ended June 2022



REFERENCE: Apple Statistics <https://bstrategyhub.com/swot-analysis-of-apple-apple-swot/>

❖ Supply Chain :

A novel profit model has been adopted by Apple, which differs from the traditional manufacturing industry of controlling product costs. Apple's combined marketing strategy of "hardware + iTunes software + content" is a novel profit model. Rather than selling products, apple sells an integrated "solution" that meets people's demands in life, work and entertainment. Based on this unique closed ecosystem design, Apple has the confidence to adopt the skimming pricing method, which means that the products have high pricing and high gross profit.

Although the unit charges for music, application software and other services are low, they are "profit without cost", 63.7%. The traditional product value chain suggests that Apple has built its primary competitiveness on the two ends of the "Smiling Curve" with the greatest value: research and development and marketing, capturing the most significant profit space, while Apple has primarily outsourced assembly and manufacturing in low-value areas. Since 1998, the cook has implemented drastic reforms in Apple's manufacturing and supply chain, putting pressure on its vast inventory.

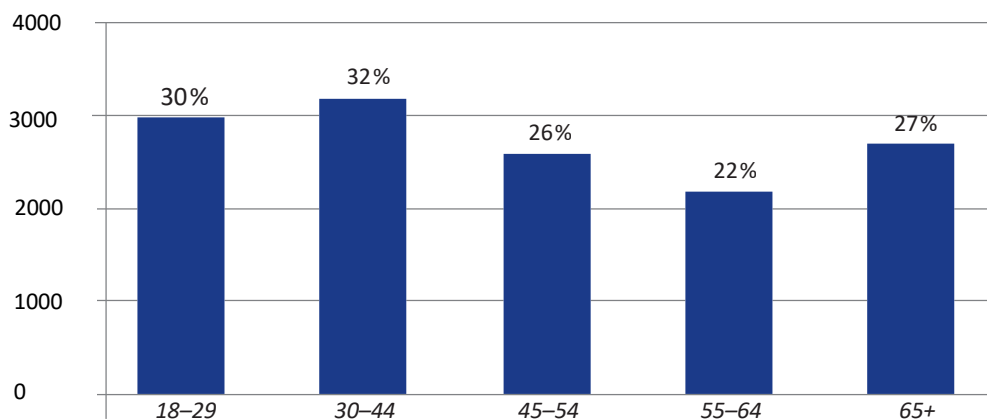
He closed all factories and will manufacture outsourcing products worldwide. He also shut down many warehouses and domestic distribution centres at the same time and arranged supply chains near the factories of Apple's outsourcing manufacturer partners. The result has been a dramatic reduction in Apple's inventory and fixed asset investment, allowing Apple to become a standard "light company" that focuses on marketing and R & D. A large proportion of Apple's suppliers come from China. Perhaps because the Chinese government's reasonable supervision of the epidemic has recovered faster than other countries, it has no significant impact on product sales. (Yifan & Zhekai, 2022)

❖ Consumers:

According to M.B.L.M., 50 percent of the 3000 U.S customers assessed during the epidemic utilized Apple's products and services more than normal. During the pandemic, Apple's good system product ecological chain provided tremendous ease to workers who worked from home. Prior to the virus, 33% of users stated they were "inseparable" from Apple and its services.

This proportion increased to 40% last year and will reach 48% by 2021. Similarly, the share of "close users" has risen from 41% before the new crown to 51% in 2020 and 52% this year. Prior to the pandemic breakout, around 22% of customers were prepared to pay a 20% premium for Apple products, growing from 21% last year to 29% in 2021. As can be seen, the pandemic has increased customer reliance on Apple. (Yifan & Zhekai, 2022)

Figure. 3. iPad penetration rate in the US (by age group)



REFERENCE: Apple Statistics <https://comparecamp.com/apple-statistics/> Swot Analysis, Tallyfy <https://tallyfy.com/swot-analysis/>

8. STRATEGIES IN COVID-19

The global proliferation of COVID-19 is altering the global economic climate and business model. To meet the difficulties, Apple's methods must evolve to keep up with the times. According to experts, the main reason is that previous models were unsuitable for videoconferencing applications like Zoom, which are essential for team meetings and small classrooms. Laptops have benefited the most from the pandemic's technological advancements, since employment is becoming more flexible. (Yifan & Zhekai, 2022) :

❖ Diversification of Products

Apple's choice to expand its services division paid off during the pandemic, yielding the highest-ever revenue and assisting the company in defending itself against downturn in certain of its areas.

Apple should continue to develop a wide range of consumer electronic gadgets, such as smart phones (iPhone), tablets (iPad), PCs (MAC), smart watches (Apple Watch), and TV boxes (Apple TV). The iPhone accounts for the vast bulk of Apple's total income. Furthermore, Apple provides its clients with a variety of services such as Apple Music, iCloud, Apple Care, and Apple Pay. Apple's devices use software and semiconductors created in-house, and the company is well renowned for its combination of hardware,

software, and services. Apple's goods are sold online, in company-owned shops, and through third-party merchants.

❖ Building Subscription Income

Apple's move to expand into a subscription-based company, as anticipated some years ago, has aided. Apple's previous product-driven income generating approach depended significantly on developing extremely popular electronic goods, leaving the company vulnerable if economies fell or customer enthusiasm decreased.

Apple currently provides an Apple Card-based payment plan for iPhones and has stated that it is "working on offering this for other items as well." Even during a crisis, subscription income is more predictable. This might help Apple maintain a consistent income.

❖ Focusing on Telework

Working remotely has increased productivity among certain of the Company's workers while significantly cutting management expenditures. People are becoming more acclimated to working and learning from home, and this trend is likely to continue. The message must be that, rather than perceiving remote working as a temporary business disruption, Apple can simplify the experience in order to boost both company efficiency and employee autonomy.

❖ Increasing Online Service and Sales

Before COVID-19, Apple's retail outlets primarily acted as a point of sale, product repair, and servicing. During the epidemic, though, Apple was forced to reconsider the format of its shops and relocate some of those experiences online. Apple, like other retailers, is balancing its in-store and online offerings as customers resume normal buying patterns.

❖ Strengthening the Apple Ecosystem

Apple's business model is vertical integration in the sense that the corporation has advanced competence in software, hardware, and services all at the same time. Apple's vertical integration is one of the key aspects that distinguishes it from the competitors. The Company has reaped enormous benefits from its vertical integration. In particular, an important source of Apple's competitive advantage is its ecosystem, which is enabled through such integration.

Apple devices and software are simple to sync and operate well together. Applications run on many Apple devices at the same time, with no change in user interfaces. However, the similar things do not pair with other firms' products, resulting in the appearance of a closed ecosystem. Apple's ecosystem raises the cost of moving to the competition for its users. The ecosystem also gives opportunity to utilize current customer connections to provide more products and services.

9. CONCLUSION

COVID-19 had a huge influence on international marketing, within this new international environment, multinational corporations and global brands must discover how to manage unique and unpredictable challenges .

Among multinational corporation Apple was the most interesting for is. We compare it also with others company and can say that despite the market dominance of competing PC makers such as Lenovo, HP Inc, Dell, and Asus, Apple's Mac division has maintained solid sales over the years .

So, this paper discusses how Apple operates in the pandemic and their PESTEL cases. They were smart at this point. He took the time to look at their disadvantage and turned it into an advantage. Also, Apple is developing across the board in PESTEL. Some companies only from the technology part and forget the other parts. Young entrepreneurs must learn how they will react to the pandemic. Also, this case taught a lesson about how to adapt to the environment. In the future, young entrepreneurs should act like Apple and manage poverty intelligently with environmental and time changes.

10. References

1. Cynthia, C., & Natalia, C. (2021). IMPACTS OF THE COVID-19 PANDEMIC ON INTERNATIONAL MARKETING (on the basis of Apple Inc.). *Business, Economics, Sustainability, Leadership and Innovation*, 34-43. doi:10.37659/2663-5070-2021-6-7-34-43
2. Scott, J., & Van de Ven, A. (2020). A framework for entrepreneurial strategy. paper presented at conference on INTEGRATING STRATEGY AND ENTREPRENEURSHIP PERSPECTIVES AT KAUFFMAN LEGACY PARK IN KANSAS CITY (pp. 1-20). MISSOURI: University of Minnesota.
3. Tilak, N., & Vaikunth, P. (2018). A Study on Products and Services of Apple Inc. *International Journal of Case Studies in Business, IT and Education*, 2, 67-76. doi:http://doi.org/10.5281/zenodo.1491388
4. Yifan, Z., & Zhekai, Z. (2022). Strategy Analysis of the COVID-19's Influence on Apple. *International Conference on Social Sciences and Economic Development*, 652, 9-20.

Exports in Creative Services: The World Between 2010 and 2020

Nassira Aoudia¹

¹Higher School of Statistics and Applied Economics (Algeria)

Abstract: The knowledge economy, as indicated by its name, is concerned with knowledge. The employment factor, thus, is not a factor without the adjective of competence. We need to distinguish between skilled labour and unskilled labour. Skilled labor is able to create goods and services. With the digitization of the economy, services are increasing. Creativity captivates the current consumer, as he always searches and especially for faster, better and more useful digital services. However, creating these services (and goods) requires special knowledge and skills or an entrepreneur in services. The knowledge economy studies creative services. More precisely, in 2007, the World Bank outlines four pillars of the knowledge economy: research and development; innovation; education; information and communication technology. On the macro and global level, some countries have been able to achieve a competitive advantage in producing and exporting knowledge. The United Nations Conference on Trade and Development developed the variable of exports in creative services. It determinates the six following categories of creative services: research and development; software; audio-visual services; information services; advertising, market research and architecture services; and cultural, recreational, and heritage services. This paper aims to study exports in creative services in the world. The methodology adopted is a descriptive analysis of exports in creative services. The source of data is the United Nations Conference on Trade and Development Data Center. The main result is the increasing of 70.6% of exports in creative services in the world during the last decade.

Keywords: Creativity; Knowledge; Entrepreneurship; Servuction.

1. Introduction:

The concept of “knowledge economy” (and the concept of “knowledge worker”) is based on the view that knowledge is an engine of economic growth. This statement is not relatively recent. Growth theories make the link between knowledge and production of goods and services. Goods and services are the output of knowledge. But, in the so-called “knowledge economy” (and the “knowledge worker”) is not related solely in terms of knowledge -as defined in epistemology by philosophers or in analytic philosophy which recognizes three basic definitions of “Knowledge by acquaintance”, “Knowledge-that” and of “Knowledge-how”-. There is a zoom of a specific kind of concrete knowledge (and competencies). A kind of ability [to produce] and to use information and communication technologies (ICTs), to solve problems, to work in teams, to supervise and lead and to undertake continuous learning, [under specific conditions] (OECD, 2001, p.100).

The crucial condition is to consider technology (ICT sector) and innovation as a couple (OECD, 2001, p.100). Knowledge output associates innovation and ICTs. Concretely, “Knowledge-based [sectors] include the main producers of high technology goods, high- and medium-high technology manufacturing and the main users of technology (namely knowledge-intensive services such as finance, insurance, business, communication and community, social and personal services)” according to OECD, in 2000 (OECD, 2001, p.102).

Both, production and use of technology and information are considered in the definition of knowledge economy. “The knowledge economy” is based on the production and use of information and knowledge, driven partly by possibilities opened up through technological change” (OECD, 2001, p.100). “A group of “knowledge workers” can be identified as those performing knowledge-rich jobs; the workforce is “upskilling”, both in terms of the average educational level of workers and the types of job that they are performing: white-collar, high-skilled jobs are driving employment growth” (OECD, 2001, p.91). The definition of knowledge workers used by OCDE relies on occupations and tasks performed most often at work as measured in the International Adult Literacy Survey (IALS) growth (OECD, 2001, p.114).

A knowledge-based economy promotes that “individual” capital by rich institutions in order to achieve that national goal. In fact, the World Bank analyses the rationales of a human capital based economies in four pillars: the labor force should be composed of educated and skilled workers who are able to continuously upgrade and adapt their skills to create and use knowledge efficiently; a modern and adequate information infrastructure that will facilitate the effective communication, dissemination, and processing of information and knowledge; an effective innovation system composed of firms, research centers, universities, consultants, and other organizations that keep up with new knowledge and technology, tap into the growing stock of global knowledge, and assimilate and adapt it to local needs; and the country’s institutional regime, and the set of economic incentives it creates, should allow for the efficient mobilization and allocation of resources, stimulate

entrepreneurship, and induce the creation, dissemination, and efficient use of knowledge (World Bank, 2007, pp.22-24).

Economics, as a study of many areas, treats this subject differently. From the eye of macroeconomics, selling products (new or standard, material or immaterial) to foreign countries are exports. From the view of international trade theories, the nature of goods and services (homogenous or not) is a building hypothesis. The role of the consumer is thus highlighting in “modern” traded goods and services. Better quality, smaller quantity, greater utility and speedier use are four general main criteria of/for the current consumer. For better production and more exports, firms are in huge competition to sell their differentiated goods and services. For organizations, “new products” are products of entrepreneurship in economics, as being one of the types of innovation according to Schumpeter (Aoudia & Boudjema, 2023, pp. 1-15).

Their production requires specific skills and knowledge. This aspect is analyzed in economic growth theories, as a supplementary factor of production: knowledge, in general (Romer, 1986, pp. 1002-1037), or as learning by doing (Arrow, 1962, pp. 155-173), as general skills level of the so-called human capital (Lucas, 1988, pp. 3-42), or as education and training (Barro 1988) (Barro, 1990, pp. 103-125). And, may be Robert Solow had predicted the future role of technological change (Solow, 1956, pp. 65-46). Knowledge economy has shown a particular attention to intangible factors and their immaterial output (services). Digital economy is increasing from day to day. The virtual world is taking over the real one.

Immaterial goods (services), specially the creative ones, are an output of intangible and individual capital at the same time. Creativity, innovation and human capital have been considered golden keys in economic growth, as the world is experiencing the fourth industrial revolution. The United Nations Conference on Trade and Development comes out with “creative goods and services” (exports) (UNCTAD). Creative goods require skills. We can talk about entrepreneurship and economic growth theory (/trade theory). The same thing goes with services, but not the only that. Creative services evoke both digital economy and knowledge economy. In fact, UNCTAD specifies some creative services such as software services, information services and architecture services. In this study, we analyze exports creative services: individual and aggregated data. This is the main variable of our study which covers the period 2010-2020. A lot of countries are in “exports race”, in order to generate more economic growth.

1.1. Problem: The main question of this study can be formulated as follows: **What is the global structure of exports in creative services between 2010 and 2020?**

1.2. Importance of the study: Knowledge economy becomes an actual subject for many reasons. Its emergence is partly attributed to globalization and technological advances, has ushered in a wide ranging debate about the demand for higher levels of competencies (OECD, 2001, p.100). The emerging role of information can be added

to this list, as a source of economic activities, occupying “zero” real space and “n” digital space, resolving problems in a speedier way and ignoring space boundaries because of the development of technology. The world of today is a digital, globalized and technological world. All these complimentary reasons lead us to study indicators about knowledge economy.

1.3. Structure of the study: This work will be structured as follows. First, we will provide an explanation about materials and methods of this study. Second, we will empirically analyze creative services in the world. Third and finally, we conclude.

2. Methods and Materials:

2.1. Data collection and programs:

We exploit one data website, which is the United Nations Conference on Trade and Development Data center (UNCTAD). The data analysis method relies on descriptive analysis. The results are illustrated in figures using Excel program. All raw data are provided in appendices. Besides, exports in creative goods are supplementary data.

2.2. Variables of the study :

The main variable of this study is creative services. They consist of the six (06) following categories: research and development; software; audio-visual services; information services; advertising, market research and architecture services; and cultural, recreational, and heritage services (UNCTAD).

2.3. Data procedure:

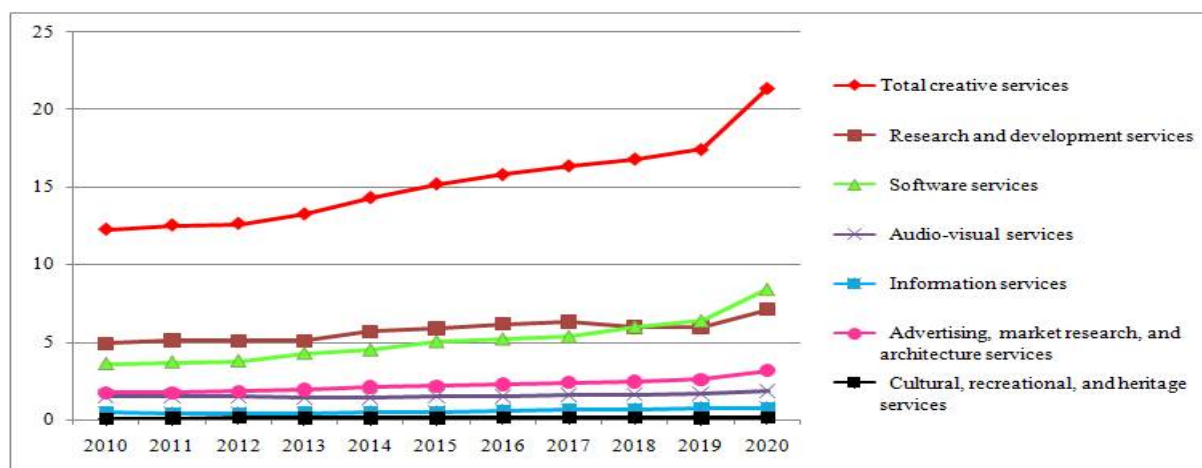
In this study, we analyze exports in creative services, in global, continental and individual levels. We observe the evolution of exports in creative services, in global and continental levels, from 2010 to 2020 (Figures 1 and 2). We calculate the structure of exports in creative services, by continent, in 2020 (Figure 3). We establish a ranking in terms of exports in creative services as a percentage of exports in total exports, for each country in the world for which data are available, in 2020 (Figure 4). Data are available for 101 countries. Data are not available for America for the indicator of the share of exports in creative services in total exports services, but, we consider Northern America as representative area of America. Data for creative services are available for the period 2010-2020.

3. Results and Discussion

3.1. Global structure and evolution of exports in creative services: 2010-2020

As shown above, we have the structure of creative services. We want to evaluate, first, the global process of servuction, in general (creative servuction process, more specifically), and second, determinate the category of creative services the most important.

Figure 1. Exports in creative services/Exports in total exports of services, global structure, % : 2010-2020



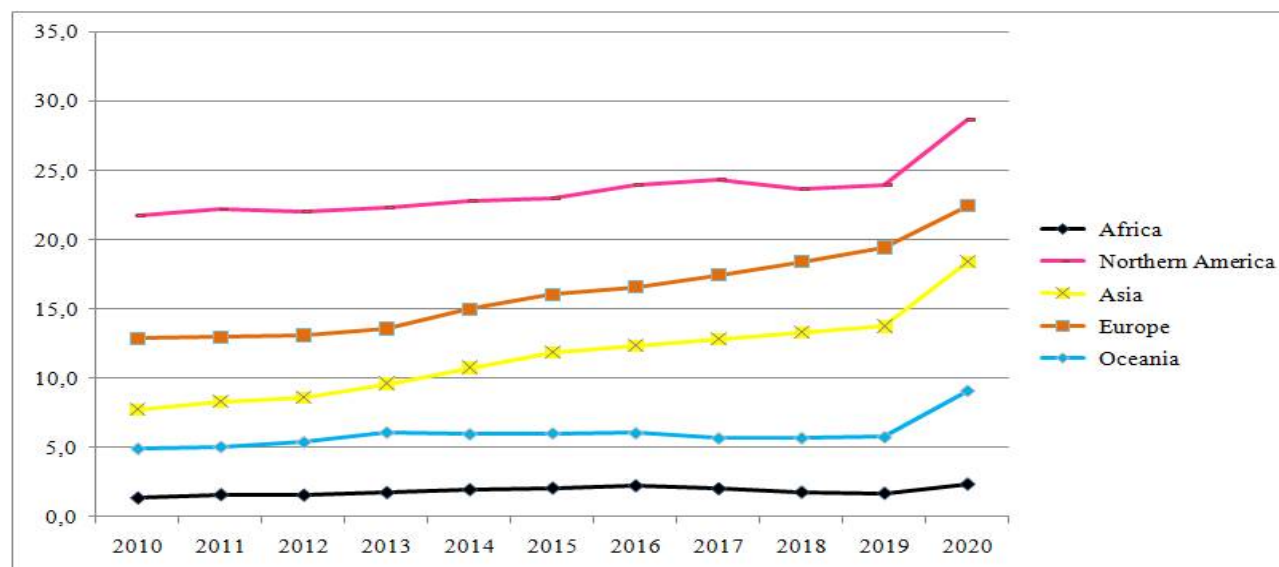
Source: Done by the Author from UNCTAD data.

Total creative services increased of 74.4% in the last decade (2011-2020). Exports in creative services represent 21.4% of global exports in services, in 2020. The huge part of exports in creative services belongs to the software services (8.4% in 2020) then to R&D services (7.1%) (Figure 1).

3.2. Continental structure and evolution of exports in creative services: 2010-2020:

Some continents are improving their exports in creative services. We want to determine the most contributor continent to the global share.

Figure 2. Exports in creative services/ Exports in total services, by continent, %: 2010-2020



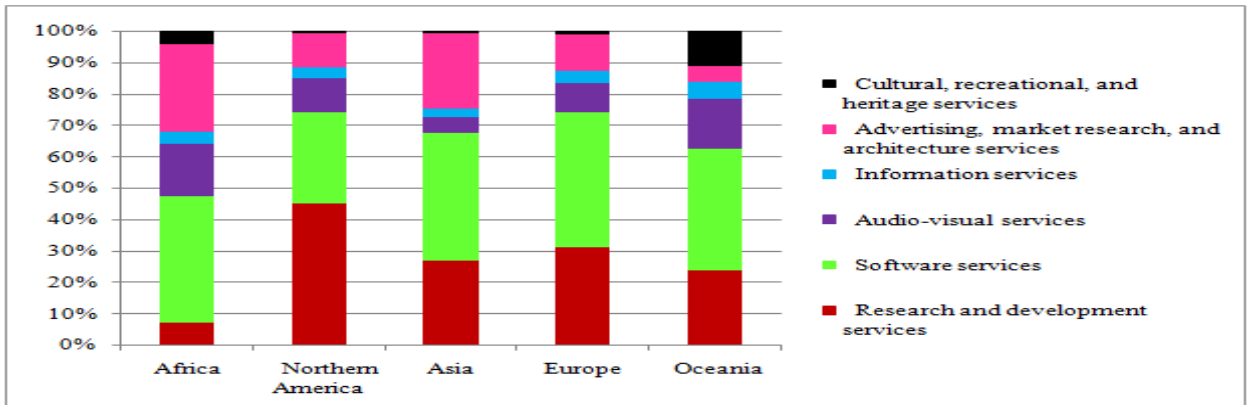
Source: Done by the Author from UNCTAD data.

Three major continents are significantly increasing their shares of exports in creative services: America (28.7%), Europe (22.4%) and Asia (18.4%). Africa is in the bottom of the list with 2.3% as the best value registered in the period 2010-2020 (Figure 2).

3.3. Continental structure of exports in creative services: 2020

We calculate the share of exports in each category of creative services in the total of exports services, by continent.

Figure 3. Structure of exports in creative services, by continent, %: 2020



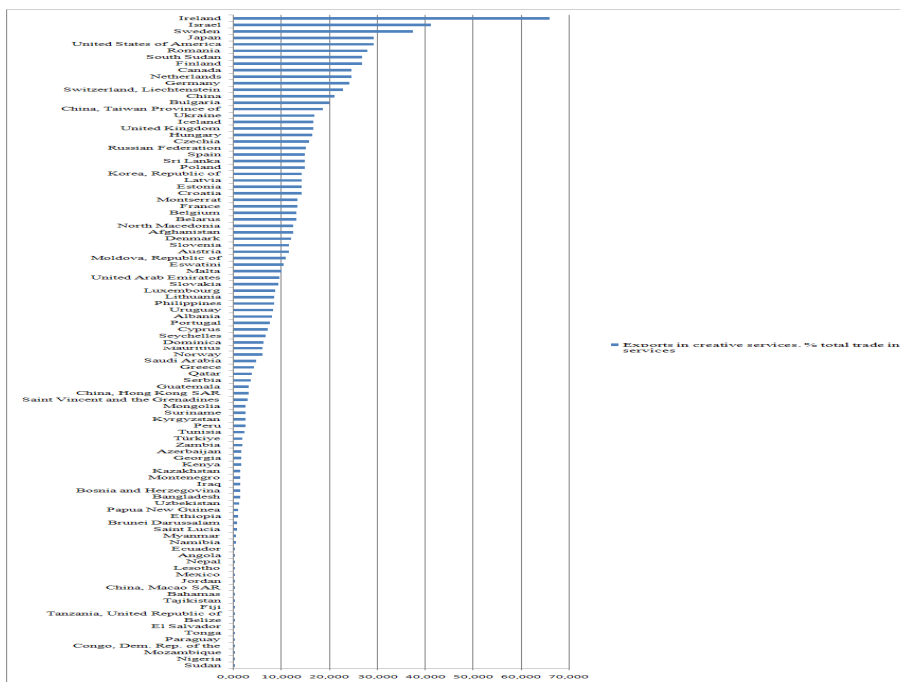
Source: Done by the Author from UNCTAD data.

Three main observations can be drawn: software services head the list of creative services in all the continents, except for Northern America where this value is exceeded by research and development. Second, America is the most investor in R&D services which is the opposite fact for Africa (Figure 3).

3.4. Individual structure of exports in creative services: 2020

We made a ranking for the 101 countries in the descending order of their exports in creative services as a percentage of their total services.

Figure 4. Exports in creative services/Exports in total services, %, by country: 2020



Source: Done by the Author from UNCTAD data

The best five (05) countries in exporting creative services are: Ireland (66.1%), Israel (41.1%), Sweden (37.4%), Japan (29.3%) and United States of America (29.2%). On the contrast, we find the following countries in the bottom of the list: Sudan (0.009%), Nigeria (0.012%), Mozambique (0.015%), Democratic Republic of the Congo (0.049%) and Paraguay (0.049%). Tunisia (65nd) is ranked just before Turkey (Figure 4).

4. Conclusion

Production functions depend on labor and capital; technology can be added to this list of production factors, as exogenous or endogenous source of economic growth. Despite the conceptual differences between technology, innovation and knowledge, links between them can be made. The aims of this study was not to give the theoretical background of these concepts, but to analyze the variable of exports in creative services at individual and aggregated levels during the period 2010-2020.

We have investigated this question using data about this variable given by UNCTAD. Based on the analysis, we have documented the following four (04) main results. First, the world and all the continents are experiencing the servuction process in general, and the creative servuction process, specifically. Second, software services are the most creative services produced in the world. Third, America (Northern America) is the most investor in R&D services on the contrary of Africa. Fourth and finally, the United States of America and Japan are very well ranked in the world.

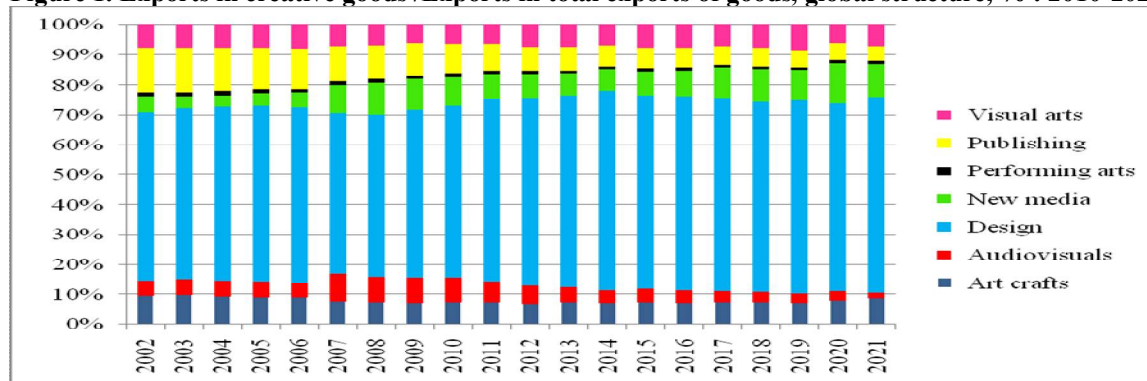
The main limit of this study is missing data for some countries from the world; especially for Algeria (we have only data about Tunisia) and for the structure of creative services in each available country.

5. References

1. Aoudia, N., & Boudjema, R. (23 février 2023). *Entrepreneuriat : signification, caractéristiques et état des lieux en Algérie, Le rôle de l'entrepreneuriat dans l'appui au processus du développement local*, Faculté de Droit et des Sciences Politiques - Université Blida 2, Ali Lounici, Algeria.
2. Arrow, K. J., (1962), *The Economic Implications of Learning by Doing*, *Review of Economic Studies*, 29 (3), Oxford University Press.
3. Barro, R. J., (1990), *Government spending in a simple model of endogenous growth*, *Journal of Political Economy*, 98 (5), University of Chicago Press, United State of America.
4. Lucas, R. E. (1988), *On the Mechanics of Economic Development*, *Journal of Monetary Economics*, 22 (1), Elsevier.
5. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), (2001), *Competences for the knowledge economy*, Chapter four, OECD.
6. Solow, R. M., (1956), *A Contribution to the Theory of Economic Growth*, *The Quarterly Journal of Economics*, 70 (1), Oxford University Press.
7. UNCTAD. (n.d.), Retrieved 05 15, 2023, from UNCTADSTAT: <https://unctadstat.unctad.org>.
8. World Bank, (2007), *Building Knowledge Economies: Advanced Strategies for Development*, World Bank.
9. Romer, P. M. (1986), *Increasing Returns and Long-Run Growth*, *Journal of Political Economy*, 94 (5), University of Chicago Press, United State of America.

6. Appendices

Figure 1. Exports in creative goods /Exports in total exports of goods, global structure, % : 2010-2020



Source: Done by the Author from UNCTAD data.

Table 1. Exports in creative services/Exports in total services, global structure, %: 2010-2020

Creative services / Year	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total creative services	12.3	12.5	12.6	13.2	14.3	15.2	15.8	16.4	16.8	17.4	21.4
Research and development services	4.9	5.1	5.1	5.1	5.7	5.9	6.1	6.3	6.0	6.0	7.1
Software services	3.6	3.7	3.8	4.3	4.5	5.0	5.2	5.4	6.0	6.4	8.4
Audio-visual services	1.5	1.5	1.5	1.4	1.4	1.5	1.5	1.6	1.6	1.7	1.8
Information services	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7
Advertising, market research, and architecture services	1.7	1.7	1.8	1.9	2.1	2.2	2.3	2.4	2.4	2.6	3.2
Cultural, recreational, and heritage services	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1

Source: UNCTAD data.

Table 2. Exports in creative services/Exports in total services, by continent, %: 2010-2020

Creative services / Year	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Africa	1.4	1.6	1.6	1.7	1.9	2.1	2.2	2.0	1.8	1.7	2.3
Northern America	21.7	22.1	22.0	22.3	22.7	23.0	23.9	24.3	23.6	23.9	28.7
Asia	7.7	8.3	8.6	9.6	10.8	11.9	12.4	12.8	13.3	13.7	18.4
Europe	12.9	13.0	13.1	13.6	15.0	16.0	16.6	17.4	18.4	19.4	22.4
Oceania	4.9	5.0	5.4	6.1	5.9	6.0	6.0	5.7	5.7	5.7	9.1

Source: UNCTAD data.

Table 3. Structure of exports in creative services, continental values, %: 2020

	Africa	Northern America	Asia	Europe	Oceania
Research and development services	7.4	45.3	27.0	31.5	23.9
Software services	40.3	29.2	40.6	43.0	38.8
Audio-visual services	16.5	10.8	5.1	9.2	15.8
Information services	4.1	3.6	2.7	3.8	5.4
Advertising, market research, and architecture services	27.9	11.2	24.2	11.9	5.4
Cultural, recreational, and heritage services	3.8	0.0	0.3	0.6	10.7
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: UNCTAD data.

Table 4. Exports in creative services/Exports in of total services, %, by country: 2020

Country	Value	Rank	Country	Value	Rank
Ireland	66.073	1	Russian Federation	15.124	21
Israel	41.123	2	Spain	14.950	22
Sweden	37.357	3	Sri Lanka	14.814	23
Japan	29.327	4	Poland	14.772	24
United States of America	29.182	5	Korea, Republic of	14.234	25
Romania	27.863	6	Latvia	14.172	26
South Sudan	26.832	7	Estonia	14.120	27
Finland	26.749	8	Croatia	14.097	28
Canada	24.562	9	Montserrat	13.320	29
Netherlands	24.505	10	France	13.232	30
Germany	24.093	11	Belgium	13.164	31
Switzerland, Liechtenstein	22.883	12	Belarus	13.039	32
China	20.962	13	North Macedonia	12.373	33
Bulgaria	19.925	14	Afghanistan	12.333	34
China, Taiwan Province of	18.499	15	Denmark	11.854	35
Ukraine	16.751	16	Slovenia	11.500	36
Iceland	16.691	17	Austria	11.417	37
United Kingdom	16.591	18	Moldova, Republic of	10.931	38
Hungary	16.287	19	Eswatini	10.505	39
Czechia	15.721	20	Malta	9.931	40

Source: UNCTAD data.

Table 4 (continued). Exports in creative services/Exports in of total services, %, by country: 2020

Country	Value	Rank	Country	Value	Rank
United Arab Emirates	9.563	41	Montenegro	1.393	72
Slovakia	9.223	42	Iraq	1.378	73
Luxembourg	8.683	43	Bosnia and Herzegovina	1.321	74
Lithuania	8.502	44	Bangladesh	1.297	75
Philippines	8.437	45	Uzbekistan	1.158	76
Uruguay	8.092	46	Papua New Guinea	0.862	77
Albania	7.886	47	Ethiopia	0.858	78
Portugal	7.469	48	Brunei Darussalam	0.718	79
Cyprus	7.067	49	Saint Lucia	0.631	80
Seychelles	6.692	50	Myanmar	0.517	81
Dominica	6.188	51	Namibia	0.479	82
Mauritius	6.041	52	Ecuador	0.316	83
Norway	5.927	53	Angola	0.297	84
Saudi Arabia	4.637	54	Nepal	0.252	85
Greece	4.138	55	Lesotho	0.233	86
Qatar	3.738	56	Mexico	0.214	87
Serbia	3.464	57	Jordan	0.188	88
Guatemala	3.181	58	China, Macao SAR	0.176	89
China, Hong Kong SAR	3.026	59	Bahamas	0.153	90
Saint Vincent and the Grenadines	2.876	60	Tajikistan	0.143	91
Mongolia	2.533	61	Fiji	0.108	92
Suriname	2.444	62	Tanzania, United Republic of	0.074	93
Kyrgyzstan	2.406	63	Belize	0.062	94
Peru	2.361	64	El Salvador	0.061	95
Tunisia	2.243	65	Tonga	0.057	96
Türkiye	1.803	66	Paraguay	0.049	97
Zambia	1.768	67	Congo, Dem. Rep. of the	0.049	98
Azerbaijan	1.629	68	Mozambique	0.015	99
Georgia	1.588	69	Nigeria	0.012	100
Kenya	1.470	70	Sudan	0.009	101
Kazakhstan	1.431	71			

Source: Done by the Author from UNCTAD data.

La perception de futurs diplômés dans la création de startup lors d'un exercice de simulation d'entreprise au niveau de l'Ecole Supérieure de commerce/ Koléa une sorte de processus d'incubation-

The perception of future graduates in the creation of start-ups during a business simulation exercise at the level of the
Higher School of Commerce /Koléa -a Kind of incubation process-

BAKACHE Khayra¹, BERREZIGA Amina²

¹ École Supérieure de Commerce- Koléa (Algérie)

² École Supérieure de Commerce- Koléa (Algérie)

RESUME: Les structures d'accompagnement entrepreneurial suscitent de plus en plus d'intérêt de la part des décideurs, en vue de leur qualité de déterminant clé du développement des startups. Parmi ces structures, les incubateurs qui jouent un rôle particulier dans la promotion de l'esprit entrepreneurial et le soutien aux porteurs de projet qui nous tenterons d'identifier et d'analyser dans notre étude. En utilisant une étude quantitative, un outil d'investigation (questionnaire) vise les futurs diplômés en dernière année d'étude à l'école supérieure de commerce au pôle universitaire de koléa lors d'un exercice de simulation d'entreprise (une sorte de processus d'incubation), intégrant leur intention entrepreneuriale et leur approche vis-à-vis des structures d'accompagnement entrepreneurial (notamment les incubateurs). Les principaux résultats obtenus de cette étude empirique, nous avez permis de connaître le rôle de l'incubateur qui présente un avantage pour le devenir du porteur de projet, ainsi un soutien nécessaire qui leur permettra d'être mieux outillés pour mieux appréhender l'environnement économique dans toute sa complexité.

Mots clés: Structure d'accompagnement entrepreneurial, Incubateurs, Esprit entrepreneurial, Porteurs de projet, Start-up.

ABSTARCT: Entrepreneurial support structures are attracting increasing interest from decision-makers, in view of their status as a key determinant in the development of startups. Among these structures, incubators play a particular role in promoting the entrepreneurial spirit and supporting project leaders, which we will attempt to identify and analyze in our study. Using a quantitative study, an investigative tool (questionnaire) targets future graduates in their final year of study at the Higher School of Commerce/Koléa approach to entrepreneurial support structures (notably incubators). The main results obtained from this empirical study enabled us to identify the role of the incubator as an advantage for the future of the project leader, as well as a necessary support that will enable them to be better equipped to better apprehend the economic environment in all its complexity.

Keywords: Entrepreneurial support structures, Incubators, Entrepreneurial spirit, Project leaders, Start-up.

1. Introduction:

L'entrepreneuriat est considéré comme un levier important pour faire face à un nouveau contexte concurrentiel. Elle est devenue une priorité d'évolution et de développement économique pour de nombreux pays. D'après le rapport de GEM 2000⁽¹⁾ (REYNOLDS P.D, 2000) qui indique que divers pays industrialisés où l'entrepreneuriat est actif, des études montrent clairement que les jeunes entreprises participent à la croissance et à la compétitivité des économies. L'entrepreneuriat, est un processus qui consiste à repérer, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires. L'exploitation d'opportunités conduit le plus souvent à la création d'une nouvelle entreprise. Cependant, ce processus ne se résume pas à la création de l'entreprise. De nombreuses entreprises continuent de repérer et d'exploiter de nouvelles opportunités, ce qui leur permet de se maintenir sur le marché, de croître et prospérer. L'esprit d'entreprendre traduit une orientation forte vers la recherche d'opportunités, la prise de risques et les initiatives créatrices de valeur. Il vise avant tout une question de mentalité, d'état d'esprit, un ensemble d'idées, une façon de penser et une capacité à repérer, explorer et exploiter ce que représente une opportunité.

Selon Verstraet T et Saporta B « La création d'entreprise proprement dit attire de plus en plus l'attention, au point que ses statistiques sont interprétées comme un des indices les plus marquant du dynamisme économique d'une région ou d'un pays » ⁽²⁾ (B, 2006). Plusieurs études soulignent et reconnaissent le rôle de la création des petites entreprises en ce que concerne la génération d'emplois, la croissance et vitalité de l'économie et le développement social d'un pays (Commission européenne, livre vert : esprit entrepreneurial en Europe, Bruxelles, 2003). L'appui à la création d'entreprise s'est diversifié afin de répondre aux différents besoins des entrepreneurs de l'amont à l'aval de l'acte entrepreneurial. Avec l'objectif d'encourager l'entrepreneuriat local pour favoriser l'émergence des start-up et d'amener les entreprises existantes à s'adapter aux nouvelles conditions imposées par la demande et les nouvelles technologies, plusieurs organismes et dispositifs ont été créés pour soutenir la création d'entreprise dans plusieurs pays développés et émergents.

Parmi ces organismes, les incubateurs d'entreprises sont apparus comme des structures d'accompagnement et des moyens commodes d'accueillir, conseiller et faire se rencontrer les jeunes entreprises. Ils réunissent des ressources spécialisés dédiées à l'accompagnement et l'assistance des entrepreneurs avant même la création de leur organisation et les soutiennent aussi après la création. L'objectif principal d'un incubateur d'entreprises est de produire des entreprises prospères qui vont quitter la structure en étant entièrement autonomes et il s'impose et vise à faire partie intégrante du secteur de création de business et d'emplois. Fournissent aux jeunes entreprises une structure adaptée à leur épanouissement professionnel.

Le choix de ce sujet est justifié par le fait que les étudiants universitaires sont plus motivés et habilités à créer leur propre entreprise. D'autre part, l'université peut constituer un bassin importants d'entrepreneurs

potentiels puisqu'elle peut éveiller l'intérêt à l'égard de la création et du développement d'entreprise, transmettre les compétences, les attitudes et les comportements qui caractérisent les entrepreneurs à travers d'une synthèse empirique visant les futurs diplômés en dernière année d'étude à l'école supérieure de commerce au pôle universitaire de Koléa lors d'un exercice de simulation d'entreprise, intégrant leur intention entrepreneuriale.

Des réflexions stratégiques sur la mise en place de pratiques d'accompagnement des startups amène à la promotion d'activités d'accompagnement entre autres celle des incubateurs. De plus, si l'activité d'accompagnement ne cesse de s'accélérer et de se densifier, la question de la création de nouvelles start-ups se verra ralentie. Ainsi c'est sur ce constat que nous proposons de construire notre question de recherche qui est la suivante: « **Comment les incubateurs accompagnent les futurs diplômés dans la gestion de leurs projets ?** »

2. REVUE DE LA LITTÉRATURE:

L'objectif de ce point porte sur des bases théoriques qui ont pour but d'éclairer les différents concepts de l'entrepreneuriat, de définir la notion de l'accompagnement entrepreneuriale, en passant par l'incubateur et puis en parlerons sur l'appui à l'entrepreneuriat, les outils et les mécanismes de l'appui, et en finissant par l'enseignement de l'entrepreneuriat.

2.1. Définition du concept de l'entrepreneuriat:

L'entrepreneuriat, dont la création d'entreprise est l'expression la plus connue, est devenu une priorité d'évolution et de développement économique soit local, régional et même national. Cependant, le concept reste difficile, trop complexe et hétérogène pour se limiter à une définition, vu qu'il existe une variété dans le mot même. S'agit-il d'entrepreneuriat d'une part, ou d'entreprenariat d'autre part. La réponse reste complexe et non trouvée. Ceci peut être attribué à la langue. En effet, La langue française semble n'avoir pas de terme approprié pour désigner le signifié du mot anglais entrepreneurship. En revanche du côté anglo-saxon, le problème ne se pose pas puisque le terme unique utilisé et répandu est entrepreneurship. Verstraete et Fayolle ⁽³⁾ (A, 2005) soulignent que l'entrepreneuriat est un domaine trop compliqué et hétérogène pour se limiter à une définition. Ils proposent alors de classer les différentes définitions, avancées par les différents auteurs, selon quatre paradigmes⁽⁴⁾ (FAOLLE, 2005):

- **Le paradigme de l'opportunité d'affaires** : Shane et Venkataraman ⁽⁵⁾ (S, 2000) qui sont les plus cités définissent l'entrepreneuriat comme étant la capacité à créer ou à repérer des opportunités et à les exploiter. Elle s'intéresse aux sources des opportunités, au processus de découverte, d'évaluation et d'exploitation de celle-ci, ainsi qu'aux individus qui les découvrent les évaluent et les exploitent. Pour Timmons «entreprendre suppose un état cognitif conduisant une personne à agir conformément au type d'action qu'appelle l'acte

correspondant, à partir d'une idée et de la détection ou de la construction d'opportunités d'affaires »⁽⁶⁾ (T, 2003).

- **Le paradigme de la création d'une organisation:** qui définit l'entrepreneuriat comme la création d'une organisation par une ou plusieurs personnes. Selon Verstraete. T « l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion »⁽⁷⁾ (T, PROPOSITION D'UN CADRE THEORIQUE POUR LA RECHERCHE EN ENTREPRENEURIAT, 2003).
- **Le paradigme de la création de valeur :** qui définit l'entrepreneuriat comme un phénomène ou un processus créant de la valeur qu'elle soit individuelle, économique ou social. Les travaux portant sur le lien entre l'entrepreneuriat et la croissance économique peuvent être rattaché à ce paradigme. Pour Bruyat. C⁽⁸⁾ (C, 1993).
- **Le paradigme de l'innovation :** dans la lignée des travaux de Schumpeter, ce courant accorde une importance capitale à l'innovation dans la définition de l'entrepreneuriat. L'innovation peut prendre de nombreuses formes mais c'est elle qui constituerait le fondement de l'entrepreneuriat. Julien et Marchesnay affirment que « l'innovation constitue le fondement de l'entrepreneuriat, puisque celui-ci suppose des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services ou, pour réorganiser l'entreprise »⁽⁹⁾ (M, 1996).

2.2. L'approche éco systémique entrepreneuriale :

L'écosystème est un milieu déterminé et un espace évolutif et interactif relationnel, comprenant différents acteurs composant un tissu complexe. Selon le modèle d'ISENBERG (2011) l'écosystème entrepreneurial comprend six domaines : la politique, le financement, les marchés, la culture, le capital humain et les supports (Khalife et al. 2021). Notant que l'environnement peut être aussi analysé et évalué auprès des structures d'aide à la création d'entreprise (études micros). Ainsi l'environnement peut correspondre aux différents services d'assistance et de soutien facilitant le processus de démarrage. Beaucoup d'études démontrent que l'environnement extérieur est plus utile dans la compréhension du phénomène entrepreneurial⁽¹⁰⁾ (H, 2017).

2.3. Accompagnement entrepreneuriale: Aujourd'hui, l'accompagnement entrepreneurial est devenu un marché complexe où se côtoient de nombreux acteurs : incubateurs, pépinières, chambres consulaires, experts comptables, consultants. L'écosystème de l'accompagnement entrepreneurial est un sous-système de l'écosystème entrepreneurial, représenté par « l'ensemble des politiques publiques, les structures d'accompagnement généralistes ou spécialistes, les experts (comptables, avocats, consultants etc.), les organismes de recherche et de financement ainsi que les clubs d'entrepreneurs et des événements pour sensibiliser et renforcer l'entrepreneuriat ». Selon LABEX (2016) Les phases de sensibilisation, d'accueil/information font partie du processus ainsi que l'accompagnement post-crétion. Selon Messeghem et al (2013) Une multitude de structures dédiées à l'accompagnement (pépinières, incubateurs, couveuses, etc...),

mais aussi des programmes d'accompagnement de créateurs ou repreneurs organisés par des fondations, des associations ou des réseaux se sont organisés en dehors de structures d'hébergement⁽¹¹⁾ (H S , 2021).

2.4. L'incubateur: Il n'y a pas de définition universellement acceptée en ce que concerne l'incubateur. Plusieurs tentatives pour définir ce dernier a été mis en avant par les chercheurs et les praticiens. En effet, le terme incubateur ne présente pas de définitions homogènes et similaires, ce terme peut être défini suivant différents angles, selon ses moyens et missions.

- Selon la NBIA⁽¹²⁾ (association)(National Business Incubation Association), « l'incubation d'entreprises est un processus dynamique de développement des entreprises. Les incubateurs nourrissent les jeunes entreprises les aidants à survivre et à se développer pendant la période de démarrage, moment où elles sont les plus vulnérables. Il les offre une assistance pratique de gestion, l'accès au financement et l'exposition orchestrée aux affaires critiques ou services de soutien technique.
- Selon la norme AFNOR X50.770 (Octobre 2003), incubateur d'entreprise est défini comme « une structure d'accueil, d'hébergement, d'accompagnement et d'appui aux porteurs de projets, créateurs d'entreprises ou bien aux chefs d'entreprises d'une entreprise de moins de cinq ans d'existence ».

2.5. L'appui à l'entrepreneuriat: La majorité des économistes conviennent maintenant de l'existence de liens directs entre le niveau de création d'entreprises et d'innovation et la croissance économique. Cependant, les performances de la création d'entreprises dépendent de multiples facteurs sociologiques, économiques, financiers, technologiques, fiscaux, législatifs et institutionnels. C'est pourquoi les pouvoirs publics de la plupart des pays industrialisés et de certains pays émergents leur accordent maintenant une attention accrue, car, ils font de l'entrepreneuriat une priorité de la politique économique.

L'intérêt accru des pouvoirs publics pour le développement des nouvelles entreprises, gage de progrès économique et social, est à la base de la mobilisation des recherches sur la thématique des mécanismes et aux organismes d'appui à la création d'entreprise ex-nihilo principalement. Les résultats de ces recherches démontrent que ces vingt dernières années, les systèmes d'appui à l'entrepreneuriat se sont progressivement imposés pour faire face, d'une part, aux enjeux collectifs en termes d'emplois, de renouvellement des tissus économiques et, d'autre part, aux enjeux individuels des nouveaux entrepreneurs⁽¹³⁾ (ALBERT P, 1994).

2.6. Les outils et mécanismes d'appui à l'entrepreneuriat: Le chercheur Masmoudi Raef⁽¹⁴⁾ (MOHAMED, 2007) nous a clarifié que les outils d'appui sont généralement du ressort des structures et des organismes privés et publics. Ces outils définissent généralement les objets de l'organisme ou de la structure d'appui alors que les mécanismes sont généralement du ressort des pouvoirs publics et sont d'ordre politique comme les mécanismes d'appui financier (dons, subventions, crédits, primes d'aménagement), réglementaire (garanties, guichet unique, assouplissement des procédures), social (exonération de charges sociales), fiscal (dégrèvement, exonération

fiscale, zone franche), logistique (construction d'hôtels d'entreprises publiques, constructions de pépinières d'entreprises publiques, construction de pôles technologiques et de centres d'incubation).

2.6.1. La sensibilisation: L'auteur Chelly Amine à décrire que la sensibilisation à l'entrepreneuriat a la vocation d'agir sur les acquis d'une personne pour favoriser l'acte d'entreprendre. Elle a donc pour objet d'agir sur l'intention entrepreneuriale des personnes visées⁽¹⁵⁾ (AMINE, 2006). Plus précisément les étudiant universitaire et c'est la première fonction des maisons de l'entrepreneuriat au niveau des universités à travers des programmes de sensibilisation et de diffusion de la culture entrepreneuriale. Elle aide les étudiants à mieux se situer et à cerner leur potentiel entrepreneurial et cela à partir des manifestations entrepreneuriales par des journées d'études, actions pédagogique « cours, modules » et des séminaires sur l'entrepreneuriat en invitant des témoins du milieu de l'entrepreneuriat pour apporter une vision sur les opportunités de création d'entreprises.

2.6.2. Accompagnement et conseil: L'accompagnement se présente comme une pratique d'aide à la création d'entreprise fondée sur une relation qui s'établit dans la durée entre un entrepreneur et un tiers. Cet appui permet de dresser les étudiants universitaires à franchir leurs idées vers la création de leur propre entreprise à travers des dispositifs comme l'ANADE, l'ANSEJ. Ces deux se sont des canaux principaux par lequel passent les étudiants universitaires avant de se lancer dans l'entrepreneuriat. Néanmoins, le décret exécutif no20-329 du 22 Novembre 2020 portant changement de dénomination et réorganisation de l'Ansej devient officiellement l'Anade (Agence Nationale d'appui et de développement de l'entrepreneuriat). Selon les statistiques de l'Anade⁽¹⁶⁾ (ANSEJ):

- Depuis sa création en **31/12/2010** au **31/12/2016** le taux d'inscription de diplômés universitaires évolués du **10%** au **18%** ;
- **87** Maison d'entrepreneuriat installées au sein des pôles universitaires et grande école couvrant tout le territoire national ;
- Grace à une mise en œuvre du plan annuel a permis la réalisation de **1623** activités durant la période « **2013- le 1^{er} semestre du 2017** » ;
- Le taux de création de micro-entreprises par des diplômés universitaire est passé de « **6% en 2013** » « à **13% en 2015** » et « **18% en 2016** ».

2.6.3. La formation: La formation entrepreneuriale est aujourd'hui reconnue comme étant primordiale pour la bonne conduite des nouveaux projets entrepreneuriaux et pour améliorer les compétences des étudiants. La formation cherche à développer les capacités associées à l'esprit d'entreprendre. L'objet de formation en deux sens, le premier, en avale de former les étudiants et de les préparer à des situations professionnelles futures à travers la mise en place d'enseignement spécifiques dans le domaine et le deuxième, post création qui concernent les entrepreneurs déjà établis qui ont pour objectif de répondre à des besoins pratiques spécifiques en gestion, en stratégie, en comptabilité, en marketing, etc.

3. L'ENSEIGNEMENT DE L'ENTREPRENEURIAT EN ALGERIE:

Le développement économique et social de notre pays dépend de sa capacité à créer et à développer des produits et services nouveaux. La création d'activité et la création d'entreprise participent ainsi pleinement à ce processus, et il est indéniable que les diplômés de l'enseignement supérieure soient associés dans cette nouvelle dynamique de culture entrepreneuriale notamment dans l'accompagnement et le suivi des porteurs de projets. Pour développer l'esprit entrepreneurial, les formations à l'entrepreneuriat jouent un rôle primordial dans la mesure où elles visent la promotion de la créativité et l'innovation. L'Algérie consciente du rôle de l'enseignement supérieure dans la promotion de l'entrepreneuriat afin d'aider les étudiants à trouver leur aventure dans le monde de l'entrepreneuriat et notamment la nécessité d'ancrer une culture entrepreneuriale en milieu universitaire par des mesures à savoir:

- L'intégration de l'enseignement de l'entrepreneuriat dans les programmes d'études universitaire ;
- La création des Maisons de l'entrepreneuriat au sein des établissements universitaires en partenariat avec l'ANADE ;
- L'implantation des incubateurs à travers des organismes tels que l'Agence Nationale de promotion et de développement des Parcs Technologiques « ANTP » et de l'Agence Nationale de Valorisation des Résultats de la Recherche et du développement Technologique « ANVREDET ».

4. METHODOLOGIE:

Dans notre étude, nous avons adopté une méthodologie descriptive analytique en se basant sur une démarche hypothético-déductive.

4.1. Approche hypothético-déductive: Cette approche consiste à émettre des hypothèses, à recueillir des données, puis à tester les résultats obtenues pour réfuter ou appuyer les hypothèses.

4.2. Construction de la problématique:

❖ **Elaboration de l'hypothèse:** La revue de la littérature nous a permis d'émettre les hypothèses suivantes :

- **La première hypothèse :** L'incubateur intervient à l'aide des porteurs de projets notamment les futurs diplômés tout au long de processus de création d'entreprises « avant, pendant et post création », en lui répondant à tous ses besoins ;
- **La deuxième :** Les incubateurs jouent un rôle particulier dans la promotion de l'esprit entrepreneurial et le soutien aux porteurs de projet (notamment les futurs diplômés).

4.3. Recueil de données: Comme le questionnaire est l'outil le plus puissant dans la collecte des informations désirées, qu'elles soient qualitatives ou quantitatives, nous avons opté à cet outil afin de bien tester les hypothèses pour atteindre l'objectif fixé.

4.4. Enquête documentaire: L'enquête documentaire nous a permis de définir le concept de l'entrepreneuriat, de déterminer les déférents appuis et mécanismes de l'entrepreneuriat et puis l'enseignement de l'entrepreneuriat dans l'université Algérienne. Nous avons développé notre étude empirique par une enquête quantitative.

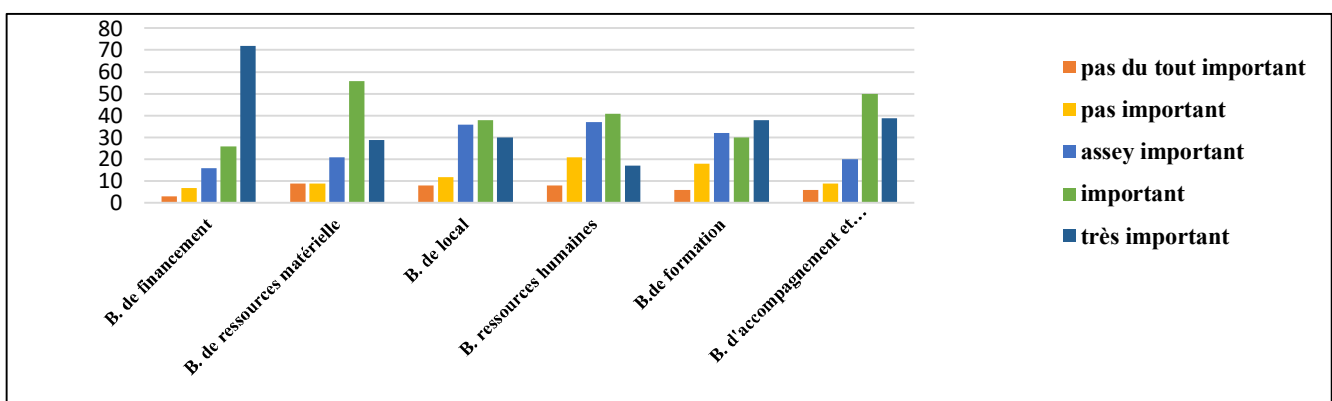
4.5. Enquête quantitative: Concernant l'étude quantitative, la collecte de données s'est faite en ligne à travers google forms avec des questions à choix uniques, des questions à choix multiples et les besoins avant création avec l'échelle de Likert à 5 mesures d'importance allant de « pas du tout important » à « très important ». Les interroger sont les futurs diplômés d'un échantillon de 124 étudiants de déférentes spécialités au niveau de l'Ecole Supérieure de Commerce sur leur approche entrepreneurial, les difficultés auxquelles ils ont fait fasse lors de l'exercice de simulation de créations d'entreprise et enfin leur connaissance appris de l'incubation. Notre but final est de mettre à jour la relation entre l'aboutissement de projets entrepreneuriaux que ce soit dans un contexte de simulation académique ou dans la réalité avec des startups bien établis avec des produit/services commercialisés et la nécessité d'accompagnement notamment celui des incubateurs.

5. RESULTAT:

Après la collecte des données nécessaires, l'analyse s'est faite à l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) en se référant à l'état de l'art pour l'analyse des résultats. Après le traitement des données collectées, nous allons, dans ce qui suit, présenter les résultats obtenus:

- Rubrique 01 : Avant Création

Figure N° 1 : Les besoins d'accompagnement



Source: Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique.

D'après la figure, on peut conclure que les besoins avant la création d'entreprise sont très importants pour les futurs porteurs de projets, en particulier parmi les étudiants de l'École Supérieure de Commerce. Les principaux besoins identifiés sont les suivants:

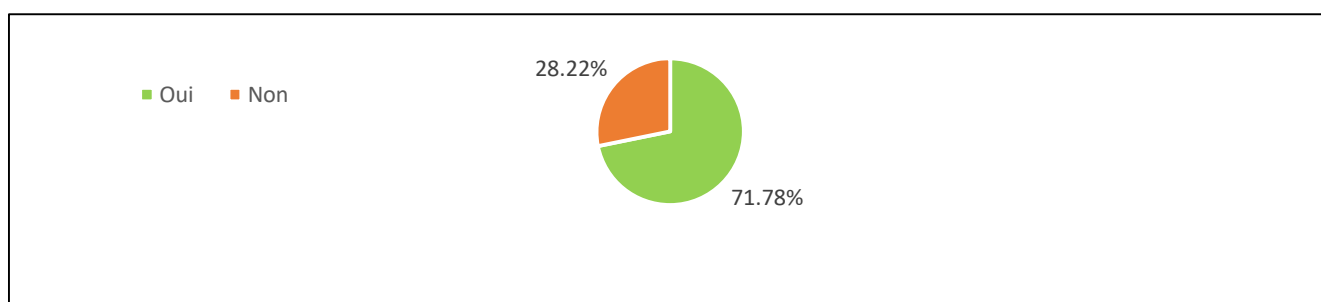
Besoin de financement: Ce besoin est considéré comme le plus important par la majorité des répondants. Il s'agit de disposer des ressources financières nécessaires pour démarrer une entreprise, couvrir les dépenses initiales, investir dans les infrastructures, le marketing, etc , par suite le besoin en formation est également jugé

très important par les futurs porteurs de projets. Cela implique d'acquérir les compétences et les connaissances nécessaires pour gérer une entreprise, comprendre les aspects financiers, marketing, juridiques, etc.

Tandis que pour les besoin en ressources matérielles les répondants considèrent que l'accès aux ressources matérielles, telles que les équipements, les technologies, les locaux, est un besoin important pour la création d'entreprise quant aux besoins d'accompagnement et de conseil les futurs porteurs de projets estiment qu'il est crucial d'avoir accès à un accompagnement et à des conseils d'experts. Cela peut inclure le soutien de mentors, de consultants ou d'organismes spécialisés qui peuvent guider les entrepreneurs dans leurs décisions et leurs actions.

Pour besoin de local la majorité des répondants considèrent que le besoin d'un local approprié pour leur entreprise est important. Cela peut inclure un espace de travail adapté, un emplacement stratégique, etc. Et enfin les besoins en ressources humaines, une partie des répondants a identifié le besoin en ressources humaines comme important. Cela implique de constituer une équipe compétente et motivée pour soutenir le développement et la croissance de l'entreprise. La classification des besoins effectuée par les futurs porteurs de projets justifie leur orientation vers la création de leurs startups avec le besoin de soutien de l'ANAD (Agence Nationale de Développement de l'Entrepreneuriat). Cela souligne l'importance de fournir un soutien adéquat aux entrepreneurs, en particulier dans les domaines du financement, de la formation, des ressources matérielles, de l'accompagnement et du conseil, de l'accès à un local et des ressources humaines.

Figure N°2 : La concrétisation de l'idée de projet



Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique.

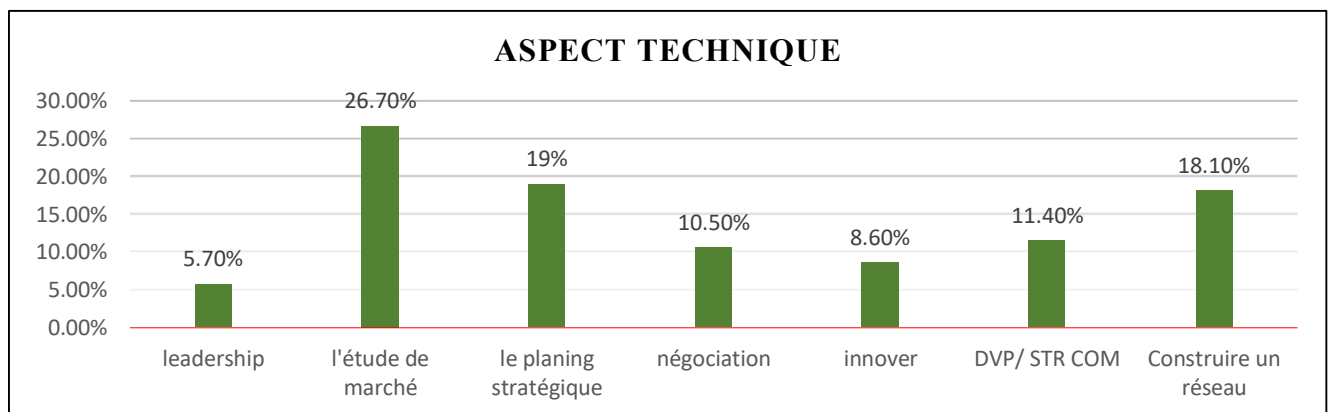
Sur un échantillon de 124 étudiants de troisième année de l'École Supérieure de Commerce, il a été constaté que 71,8% d'entre eux rencontrent des difficultés pour concrétiser leurs idées dans la réalité. Ces difficultés sont principalement attribuées à deux facteurs : le manque d'orientation d'un côté et la peur du manque de soutien et d'appui, notamment de la part de l'État. Il est intéressant de noter que 28,2% des étudiants interrogés ne rencontrent aucune difficulté à concrétiser leurs idées entrepreneuriales. Cela suggère qu'il y a une partie de l'échantillon qui se sent suffisamment préparée et soutenue pour mener à bien leurs projets.

Le manque d'orientation peut se référer à l'absence de conseils, de ressources ou de directives claires sur la manière de transformer leurs idées en projets concrets. Cela peut créer une incertitude quant aux étapes à suivre

et aux ressources disponibles pour les aider. Quant à la peur du manque de soutien et d'appui, il est possible que les étudiants aient des doutes quant à la disponibilité de ressources financières, de structures d'accompagnement, de programmes de mentorat ou de politiques de soutien de la part de l'État ou d'autres acteurs clés. Cette crainte peut constituer un frein à l'entrepreneuriat et à la concrétisation des idées d'entreprise. Ces résultats soulignent l'importance de fournir une orientation adéquate aux étudiants en matière d'entrepreneuriat et de renforcer le soutien et l'appui disponibles, en particulier de la part de l'État, pour encourager et faciliter la concrétisation des idées entrepreneuriales.

Figures N°3 : les freins qui empêchent la concrétisation de l'idée de projet

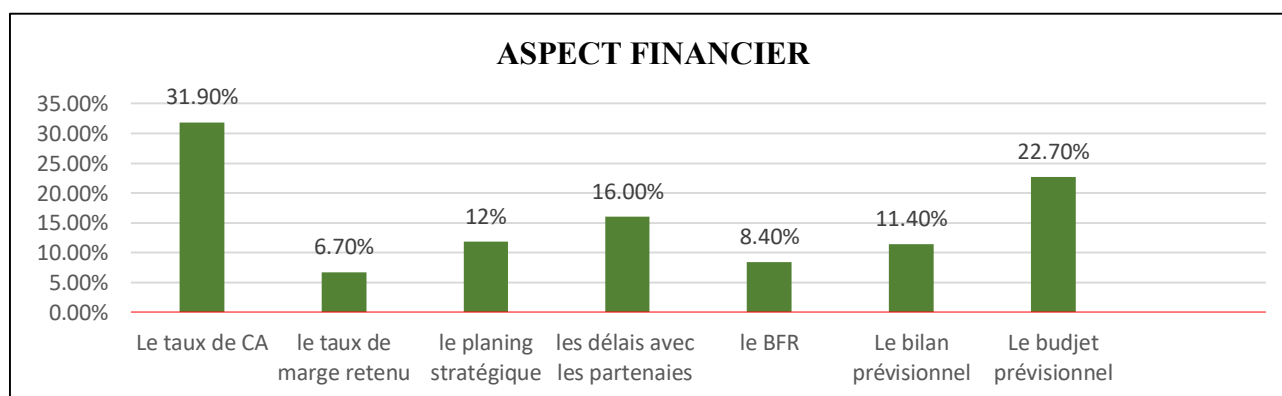
❖ **L'aspect technique:**



Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique.

Les résultats de l'étude indiquent que, selon 71,8% des étudiants interrogés, les futurs porteurs de projets rencontrent des obstacles lorsqu'ils essaient de concrétiser leurs projets. Ces obstacles peuvent être regroupés en trois aspects principaux. Parmi les étudiants interrogés, 105 d'entre eux ont identifié des obstacles d'ordre technique dans la réalisation de leurs projets, ce qui représente 26,7% de l'échantillon total. L'étude de marché a été mentionnée comme l'obstacle le plus fréquent, avec 19% des étudiants le considérant comme un défi majeur. Ensuite, 18,1% des étudiants ont souligné la difficulté de construire un réseau de contacts comme un obstacle important à la concrétisation de leurs projets.

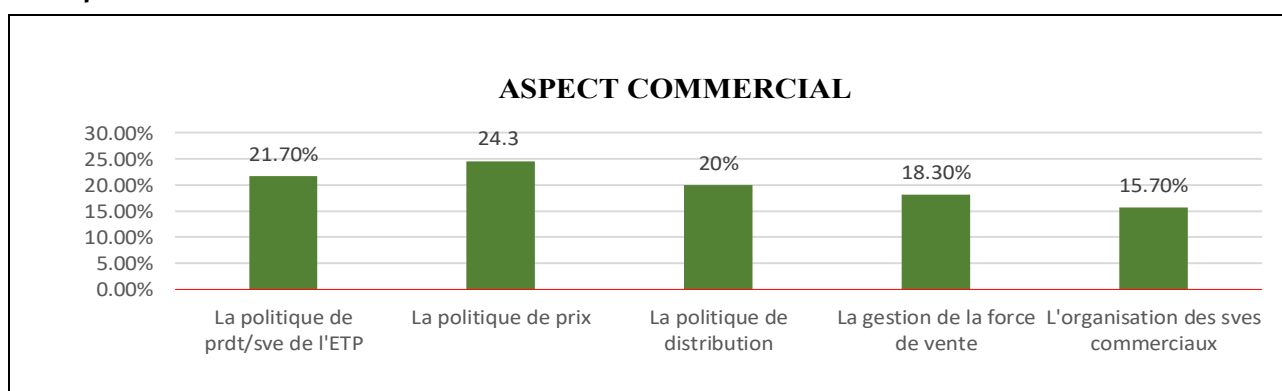
D'autres obstacles ont également été mentionnés, mais avec des degrés d'importance relativement moindres. Par exemple, 11,4% des étudiants ont identifié le développement d'une stratégie commerciale comme un obstacle, tandis que 10,5% ont cité la négociation comme un défi à surmonter. Ces résultats mettent en évidence les différents défis auxquels sont confrontés les futurs porteurs de projets, en mettant en évidence l'étude de marché, la planification stratégique, la construction du réseau et d'autres aspects liés à la stratégie commerciale et à la négociation. Ces informations peuvent être utiles pour mieux comprendre les domaines dans lesquels les entrepreneurs novices ont besoin de soutien et de renforcement de compétences pour réussir dans leurs projets.

❖ **L'aspect financier :**

Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique.

D'après les résultats, il a été constaté que dans l'aspect financier, les futurs porteurs de projets considèrent que la valeur du chiffre d'affaires est le principal frein à la concrétisation de leurs idées en réalité, avec un taux de 31,9%. Cela suggère que les étudiants perçoivent le niveau de revenus générés par leur projet comme un défi majeur, peut-être en raison des attentes élevées en termes de rentabilité et de viabilité financière, ensuite, 22,7% des étudiants interrogés ont identifié le budget prévisionnel comme une entrave à leurs projets. Cela indique que l'établissement d'un budget réaliste et la gestion des ressources financières nécessaires peuvent représenter des défis importants pour les futurs porteurs de projets.

En ce qui concerne les autres propositions, telles que le besoin en fonds de roulement (BFR), le coût de rémunération personnelle et les délais avec les partenaires, ils ne sont pas considérés comme des obstacles majeurs à la concrétisation des idées entrepreneuriales, selon les étudiants interrogés. Cela suggère que ces aspects financiers sont perçus comme moins critiques ou moins préoccupants dans le processus de réalisation des projets. Ces résultats mettent en évidence l'importance de la gestion financière dans le processus entrepreneurial, en particulier en ce qui concerne la génération de revenus et l'établissement de budgets prévisionnels réalistes. Ils soulignent également la nécessité de sensibiliser les futurs porteurs de projets à ces aspects financiers et de les aider à acquérir les compétences nécessaires pour gérer efficacement les ressources financières de leurs projets.

❖ **L'aspect commercial:**

Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique.

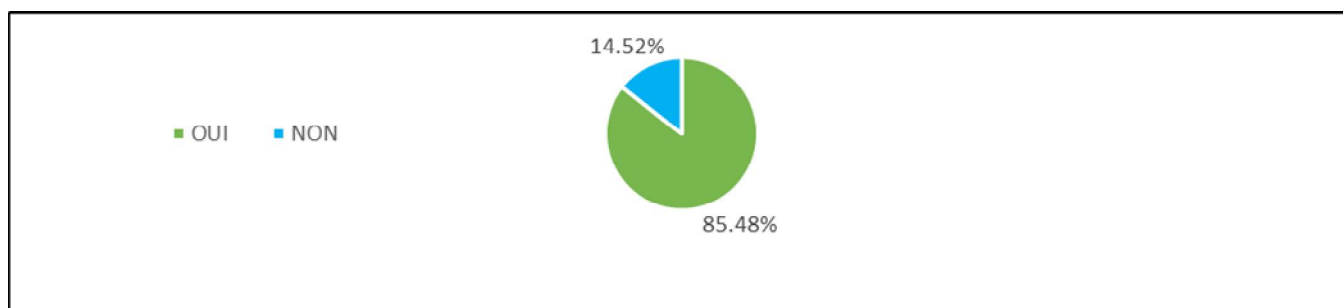
D'après les résultats, il ressort que dans l'aspect commercial, une grande majorité (92,74%) des futurs porteurs de projets rencontrent des obstacles pour créer leurs projets. Parmi ces obstacles, certains aspects de la politique commerciale sont particulièrement mentionnés : 24,3% des étudiants identifient la politique de prix comme un obstacle majeur. Cela suggère que les futurs porteurs de projets ont des difficultés à déterminer une stratégie de fixation des prix qui soit à la fois compétitive sur le marché et rentable pour leur entreprise. 21,7% des étudiants considèrent que la politique de produit de l'entreprise représente un défi important. Cela peut refléter des lacunes dans la conception, le développement ou la gestion des produits, ainsi que des difficultés à identifier les besoins du marché et à proposer des produits répondant à ces besoins de manière efficace et 20% des étudiants citent la politique de distribution comme un obstacle à la concrétisation de leurs projets. Cela met en évidence les difficultés rencontrées pour mettre en place des canaux de distribution efficaces, assurer la disponibilité des produits sur le marché et atteindre les clients cibles de manière optimale.

Enfin, 18,3% et 15,7% des étudiants mentionnent respectivement la gestion de la force de vente et l'organisation des services commerciaux successifs comme des obstacles. Cela peut indiquer des problèmes dans la gestion et la coordination des équipes de vente, ainsi que des difficultés à fournir des services commerciaux de qualité à leurs clients.

Ces résultats soulignent l'importance du marketing et de la politique commerciale dans la réussite des projets entrepreneuriaux. Ils mettent en évidence les lacunes des étudiants dans ces domaines et soulignent la nécessité de renforcer leurs compétences en marketing, en conception de produit, en gestion de la distribution et en gestion de la force de vente. Une formation et un accompagnement appropriés dans ces domaines peuvent aider les futurs porteurs de projets à surmonter ces obstacles et à développer des stratégies commerciales solides pour leurs projets.

- **Rubrique 02 : Pendant l'incubation**

Figure N°4 : Le rôle de coaching



Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique

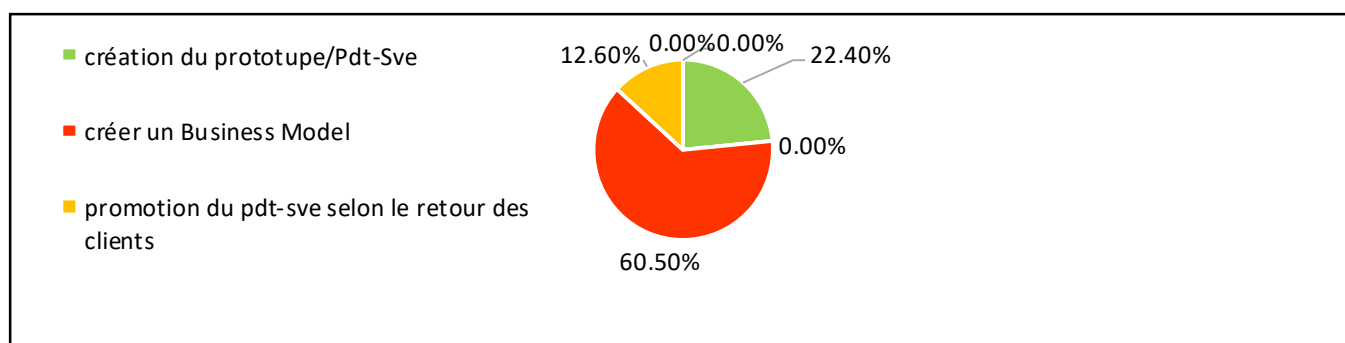
D'après l'analyse de la figure, il est constaté que la majorité des étudiants futurs porteurs de projets (86,1%) considèrent que le coaching est nécessaire et bénéfique pendant la phase d'incubation de leurs projets. Le coaching, dans ce contexte, fait référence à l'accompagnement personnalisé et au soutien fournis par des experts, des mentors ou des professionnels expérimentés dans le domaine de l'entrepreneuriat. Il vise à aider les

porteurs de projets à développer leurs compétences, à acquérir des connaissances pratiques et à surmonter les obstacles rencontrés tout au long du processus de création d'entreprise.

Le fait que la grande majorité des étudiants reconnaissent l'importance du coaching souligne leur volonté de bénéficier d'un soutien supplémentaire et d'une expertise externe pour maximiser leurs chances de succès. Ils reconnaissent que le coaching peut les guider dans la prise de décisions stratégiques, les aider à développer leur vision, à affiner leur modèle d'affaires et à acquérir les compétences nécessaires pour gérer efficacement leur entreprise.

Ces résultats mettent en évidence l'importance d'inclure des programmes de coaching et d'accompagnement dans les offres d'incubation et de soutien aux entrepreneurs. Ils soulignent également la nécessité de développer des partenariats avec des experts et des professionnels du domaine de l'entrepreneuriat afin de fournir aux futurs porteurs de projets les ressources et le soutien nécessaires pour transformer leurs idées en entreprises prospères.

Figure N°5 : Le type de formation



Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique.

D'après les préférences exprimées par les futurs porteurs de projets, il ressort que la majorité d'entre eux (60,5%) souhaitent recevoir une formation dans la création d'un Business Model. Cela indique leur volonté de développer leurs compétences en matière de conception de modèles d'affaires solides et durables, qui définissent la proposition de valeur, les sources de revenus, les canaux de distribution et les partenariats clés de leur entreprise, ensuite, 22,4% des étudiants expriment leur désir de recevoir une formation dans la modélisation d'un prototype de produit ou de service. Cela souligne leur intérêt à acquérir des compétences pratiques dans la création et la visualisation de prototypes, ce qui peut être crucial pour tester et valider leurs idées avant de les concrétiser.

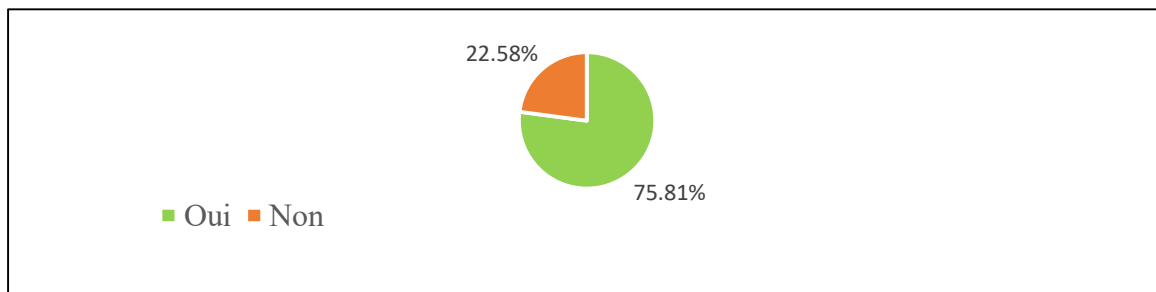
Parmi les autres préférences mentionnées, on retrouve des formations en data science, qui peuvent aider les futurs porteurs de projets à comprendre et à analyser des données pour prendre des décisions éclairées. De plus, certains étudiants souhaitent recevoir des formations spécifiques dans leur domaine d'activité, ce qui leur permettrait de développer une expertise approfondie dans leur secteur d'activité particulier. Il est intéressant de noter que la promotion du produit et du service selon le retour des clients n'a été mentionnée que par un faible

pourcentage d'étudiants. Cela pourrait indiquer que certains étudiants considèrent cette compétence comme moins prioritaire ou qu'ils n'ont pas encore conscience de son importance dans le processus de développement commercial.

Ces résultats soulignent l'importance pour les futurs porteurs de projets d'acquérir des connaissances et des compétences spécifiques pour concrétiser leurs idées et projets. Ils mettent en évidence le besoin de formations adaptées dans des domaines tels que la création d'un Business Model, la modélisation de prototypes, la data science et les aspects spécifiques au domaine d'activité. Ces formations peuvent jouer un rôle essentiel dans la préparation des futurs entrepreneurs et dans leur capacité à transformer leurs idées en entreprises viables et prospères.

- **Rubrique 03 : Post incubation**

Figure N°6 : La notoriété des structures d'accompagnements « les incubateurs »



Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique.

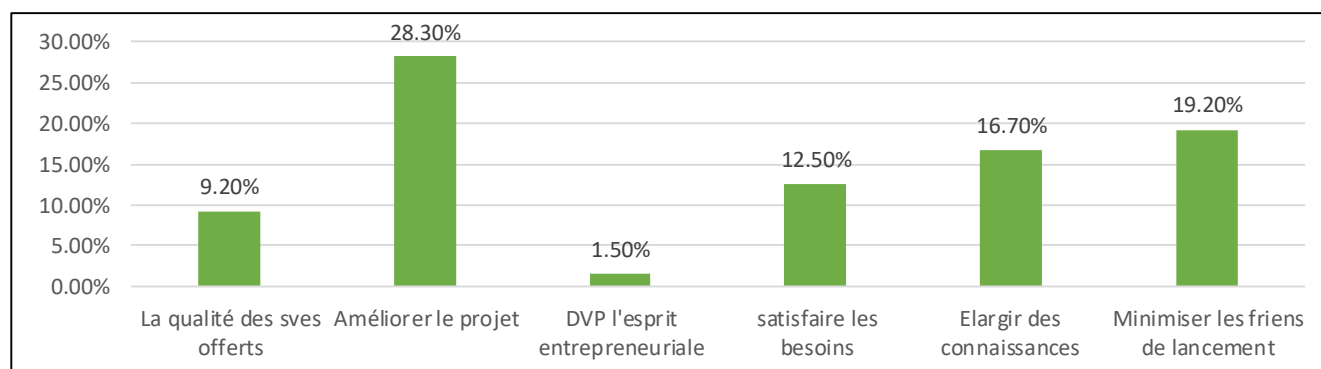
C'est encourageant de constater que la majorité des étudiants ont une connaissance des structures d'accompagnement entrepreneurial, telles que les incubateurs. Cela démontre l'importance de ces structures dans l'environnement entrepreneurial et la reconnaissance de leur rôle dans le développement de projets. Le fait que les étudiants aient une vision critique sur le développement du projet et sur la pertinence des actions d'un bon accompagnement témoigne de leur compréhension de l'importance d'un soutien adéquat tout au long du processus entrepreneurial. Les incubateurs fournissent souvent un accompagnement personnalisé, des conseils et des ressources aux porteurs de projets, ce qui peut contribuer à renforcer leur parcours professionnel et à favoriser la réussite de leurs projets.

De plus, le rôle des incubateurs dans la valorisation de l'expérience et du parcours professionnel des porteurs de projets est également souligné. Ces structures offrent souvent des opportunités d'apprentissage, de réseautage et de développement de compétences, ce qui peut être extrêmement précieux pour les entrepreneurs en herbe. Ils permettent aux porteurs de projets d'acquérir une expérience pratique, de bénéficier de conseils d'experts et de créer des connexions avec d'autres acteurs de l'écosystème entrepreneurial.

Dans l'ensemble, ces résultats indiquent que les étudiants reconnaissent l'importance des structures d'accompagnement entrepreneurial, comme les incubateurs, et apprécient leur rôle dans le développement de

projets et dans la progression professionnelle des porteurs de projets. Cela souligne également l'importance de promouvoir et de soutenir ces structures pour favoriser l'entrepreneuriat et la réussite des projets.

Figure N°7 : Le choix de l'incubateur



Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique

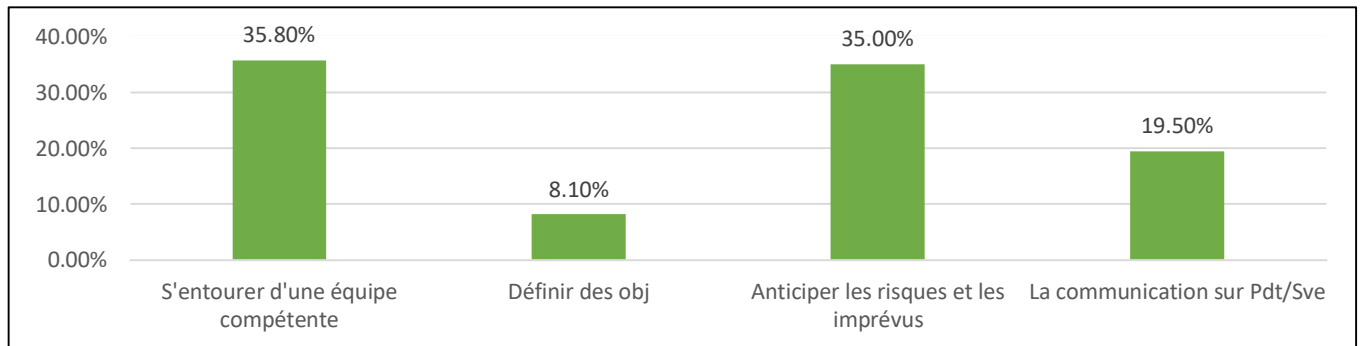
Les résultats de la figure montrent que les étudiants futurs porteurs de projets ont mentionné plusieurs raisons pour choisir l'accompagnement par un incubateur. Voici un résumé des principales raisons mentionnées: Améliorer leurs projets: 28,3% des répondants ont cité cette raison. Cela indique que les étudiants reconnaissent que l'accompagnement par un incubateur peut contribuer à améliorer la qualité et la viabilité de leurs projets. Ils sont conscients de l'importance d'obtenir des conseils, des retours et des ressources supplémentaires pour développer leurs idées et les concrétiser de manière plus solide suite par le raison de minimiser les frais de lancement d'un pourcentage de 19,2% des répondants ont mentionné cette raison. Cela est probablement lié au fait que les projets innovants peuvent nécessiter des ressources financières importantes pour leur développement. En optant pour l'accompagnement par un incubateur, les étudiants espèrent bénéficier d'un soutien financier, de subventions ou de services partagés qui peuvent contribuer à réduire les coûts de lancement de leur entreprise.

Quant au raisin d'élargir les connaissances entrepreneuriales : 16,7% des répondants ont indiqué cette raison. Cela suggère que les étudiants reconnaissent le potentiel d'apprentissage et de développement de compétences offert par un incubateur. Ils souhaitent acquérir des connaissances approfondies dans le domaine entrepreneurial, comprendre les principes de gestion d'entreprise et développer les compétences nécessaires pour réussir en tant qu'entrepreneur et on finalise par développer leur esprit d'entreprise et satisfaire leurs besoins : 12,5% des répondants ont mentionné cette raison. Cela montre que certains étudiants recherchent un environnement propice à l'esprit d'entreprise, où ils peuvent se sentir soutenus et encouragés dans leurs aspirations entrepreneuriales. Ils souhaitent également bénéficier de services et de ressources qui répondent à leurs besoins spécifiques en tant que porteurs de projets.

Ces résultats soulignent les motivations diverses des étudiants futurs porteurs de projets dans le choix de l'accompagnement par un incubateur. Ils mettent en évidence l'importance perçue de l'amélioration des projets,

de la réduction des coûts, de l'acquisition de connaissances entrepreneuriales et du développement personnel. Ces facteurs peuvent jouer un rôle clé dans la décision des étudiants de s'engager avec un incubateur pour soutenir leurs projets entrepreneuriaux.

Figure N°8 : Les défis post création



Source : Figure établie d'après les résultats statistiques de l'étude empirique.

Les résultats de la figure montrent les besoins des étudiants futurs porteurs de projets en ce qui concerne la rubrique post-crédation de leurs projets. Voici un résumé des principales observations: S'entourer d'une équipe compétente : 35,8% des répondants ont indiqué cette préférence. Cela suggère que les étudiants reconnaissent l'importance de constituer une équipe compétente et complémentaire pour améliorer leurs idées innovantes. Ils comprennent que le travail d'équipe et la collaboration sont essentiels pour faire évoluer leurs projets et les amener à un niveau supérieur. Pour anticiper les risques et les imprévus : 35% des répondants ont cité cet aspect comme leur principal défi post-crédation. Cela souligne la prise de conscience de l'existence de risques et d'incertitudes après la création d'une entreprise. Les étudiants reconnaissent la nécessité de développer des compétences en gestion des risques et en planification stratégique pour faire face aux défis potentiels et pour assurer la pérennité de leurs projets.

Quant à la Communication sur le produit : 19,5% des répondants ont mentionné la communication sur le produit comme un défi important. Cela met en évidence la reconnaissance de l'importance de la communication et du marketing pour promouvoir et commercialiser leurs produits ou services. Les étudiants comprennent qu'une communication efficace est essentielle pour atteindre leurs clients potentiels et pour assurer le succès de leur entreprise. Enfin pour la définition des objectifs : 8,1% des répondants ont souligné la nécessité de définir des objectifs clairs. Cela indique que certains étudiants considèrent la définition d'objectifs précis comme un défi post-crédation. Ils comprennent l'importance de fixer des objectifs stratégiques et mesurables pour orienter leurs actions et évaluer leur progression.

En résumé, les résultats mettent en évidence les besoins des étudiants futurs porteurs de projets dans la période post-crédation de leurs projets. Ces besoins comprennent la constitution d'une équipe compétente, l'anticipation des risques et des imprévus, la communication sur le produit et la définition d'objectifs clairs. Ces

résultats soulignent les défis auxquels sont confrontés les entrepreneurs après la création de leur entreprise et la nécessité de développer des compétences spécifiques pour les relever avec succès.

6. CONCLUSION:

L'entrepreneuriat vise à la création de la richesse à travers la création d'entreprises. C'est une force motrice pour la création de l'emploi, l'innovation, la croissance économique et la cohésion sociale. L'université Algérienne, comme toute autre université étrangères souciant du contexte entrepreneuriale, a déployé des formations en entrepreneuriat pour les étudiants universitaire, dans le but d'améliorer leur approche entrepreneuriale, par la mise en place des programmes de soutien à l'entrepreneuriat et à l'innovation.

A ce titre, l'incubation apporte aux jeunes entrepreneurs les futurs diplômés le soutien nécessaire qui leur permettra d'être mieux outillés pour mieux appréhender l'environnement économique dans toute sa complexité. En effet, cet accompagnement pour le porteur de projet pendant sa démarche de création de son entreprise, est un grand avantage pour son devenir. L'étude pratique a été menée sur terrain au sein de l'école supérieure de commerce. À l'aide d'un questionnaire, nous avons abouti à tirer plusieurs résultats, afin de tester les hypothèses proposées en amont:

En effet notre première hypothèse qui stipule que l'incubateur intervient à l'aide des porteurs de projets tout au long de processus de création d'entreprises « avant, pendant et post création », en lui répondant à tous ses besoins, est totalement vérifiée. Au long de cette enquête, nous avons confirmé que l'incubateur intervient à l'aide de porteur de projet durant tout son parcours de création, de phase de l'initiation, pour l'accompagner dans la conception et préparation de passage à l'acte, jusqu'au démarrage du projet.

Concernant, la deuxième hypothèse qui précise que les incubateurs jouent un rôle particulier dans la promotion de l'esprit entrepreneurial et le soutien aux porteurs de projet (notamment les futurs diplômés), est totalement confirmé, puisque ils offrent un accompagnement personnalisé aux porteurs de projet. Cela peut inclure des conseils stratégiques, des compétences techniques, du mentorat, des formations et des ressources spécifiques pour les aider à développer et à concrétiser leurs idées d'entreprise. Cet accompagnement joue un rôle clé dans la réussite des entrepreneurs en leur fournissant un soutien adapté à leurs besoins individuels, facilitent les réseaux et les collaborations, aident à la validation des idées et fournissent des ressources et des financements nécessaires et stimulent et favorisent l'esprit entrepreneurial au sein de la communauté étudiante et universitaire. Ils encouragent les étudiants à considérer la création d'entreprise comme une option viable et attrayante, en mettant en valeur les avantages de l'entrepreneuriat et en sensibilisant à ses opportunités.

Dans notre article, nous avons pu tirer les remarques suivantes :

- L'importance de l'incubateur et son implication dans cette nouvelle voie entrepreneuriale ;
- L'incubateur joue un rôle primordial dans l'accompagnement entrepreneurial des porteurs de projets. ;

- Créer une industrie du capital-risque ex nihilo grâce à une initiative gouvernementale. L'État investi dans la création de sociétés de Venture Capital dans lesquelles il prend un pourcentage et confier une partie à des professionnels privés chargés de gérer les activités, et revendre avec profit les parts étatiques⁽¹⁷⁾ (C L. J., 2013);
- Prendre un modèle sur le programme « Start-up Chile » qui donne un permis de séjour à toute personne qui s'installe dans le pays avec pour but de développer une entreprise innovante⁽¹⁸⁾ (JARNION, 2013).

7. LISTE BIBLIOGRAPHIE :

1. REYNOLDS P. D., HAY M. et coll « Global Entrepreneurship Monitor, 2000 Exécutive Report », Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation, 2000, p. 16 ;
2. VERSTRAETE T. et SAPORTA B., « création d'entreprise et entrepreneuriat », édition de l'ADREG ; janvier 2006 ; p.12 ;
3. VERSTRAETE T. et FAYOLLE A., « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005, p. 34-43 ;
4. Verstraete T. et Fayolle A. dans « Paradigmes et entrepreneuriat », Revue de l'entrepreneuriat, vol 4, n° 1, 2005, p. 33 ;
5. Shane, S. et Venkataraman, S. « The promise of entrepreneurship is a field of research », Academy of Management Review, vol.25, N°1, 2000, p218 in Loué C et Laviolette E.M, « les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel », 8^{ème} conférence de l'association internationale de la recherche en entrepreneuriat et PME (AIREPME), Fribourg 24-27 Octobre 2006, p4 ;
6. Verstraete. T(2003) « proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat », éditions de l'ADREG ;
7. Ibid., p126
8. Bruyat .C.«création d'entreprise : contributions épistémologique et modélisation », thèse de doctorat en science de gestion, université Pierre Mendès, (Grenoble II), ESA, 1993 ;
9. Julien .P-A et Marchesnay, M, l'entrepreneuriat. Economica, Collection Gestion Poche. 1996, p35 ;
10. Mohamed, H., & HASSANI, H. (2017). Une analyse multidimensionnelle de l'entrepreneuriat féminin en Algérie. *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*, 4(6), 13-26 ;
11. SABEHA, H. (2021). ECOSYSTEME D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIALEN ALGERIE : ETAT DES LIEUX. *أبعاد اقتصادية*, 17(1), 391-418 ;
12. Site internet www.inbia.org (consulté le 02/11/2022) ;
13. ALBERT P., FAYOLLE A. et MARION S., « L'évolution des systèmes d'appui à la création d'entreprises », Revue Française de Gestion, n°101,1994, p. 100-112 ;
14. MASMOUDI Mohamed R., «Etude exploratoire des processus et modèles d'incubation en entrepreneuriat : cas des pépinières tunisiennes », thèse pour l'obtention du doctorat en Business administration, Université du Sud Toulon-Var, 2007. France, p.58 ;
15. CHELLY A., « Les processus de génération d'opportunités entrepreneuriales : une recherche exploratoire auprès d'entrepreneur tunisien. », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, université du Sud Toulon-Var, Juillet, 2006 ;
16. Site internet <http://www.ansej.org.dz/index.php/fr/nos-statistiques>(consulté 12/11/2022) ;
17. Léger-Jarniou, C. (2013). «Le grand livre de l'entrepreneuriat » p 386 ;
18. Ibidem.

منشورات مخبر إدارة أعمال المؤسسات الاقتصادية المستدامة



الطبعة 2023-2024



ISBN: 978-9931-864-14-1