

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي نور البشير - البيض
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
ميدان: العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية
الشعبة: علوم التسيير
التخصص: إدارة مالية
بعنوان:

"أثر الذكاء الاقتصادي على ريادة الأعمال في شركة موبليس الجزائر" - دراسة حالة وكالة موبليس ولاية البيض -

تحت إشراف الأستاذ الدكتور :
طالبي صلاح الدين

من إعداد الطالبين:

➤ طاهري بن عامر

➤ قطاف عبد الباسط

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 03-07-2023

| إسم المؤسسة | | الرتبة العلمية | الاسم واللقب |
|----------------|---------------|----------------------|-------------------------|
| المركز الجامعي | رئيسا | أستاذة محاضرة " أ " | د. مجدوبي شهرزاد |
| نور البشير | مشرفا و مقررا | أستاذ التعليم العالي | أ. د . طالبي صلاح الدين |
| البيض | مناقشا | أستاذ محاضر " أ " | د. مساهل عبد الرحمن |

السنة الجامعية: 2023/2022



شكر و عرفان

نحمد الله عز وجل الذي ألهمنا الصبر والثبات وأمدنا بالقوة والعزيمة على مواصلة

مشوارنا الدراسي وتوفيقه لنا في إنجاز هذا العمل، نتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ

الفاضل " **طالي صلاح الدين** " لتفضله بالإشراف على هذا البحث وسعة صدره وعلى حرصه أن

يكون هذا العمل في صورة كاملة لا يشوهه أي نقص، نسال الله أن يجزيه عنا كل خير

قبل الإشراف على هذا العمل البسيط وعلى النصائح والتوجيهات القيمة ... جعل الله ذلك

في ميزان حسناته. كما نتقدم بجزيل الشكر و خالص الإمتنان الى الأستاذة " **خثير نجاة** "

كما نتقدم بجزيل الشكر وخالص لجميع أساتذة وإدارة المعهد

وكل من كان له الفضل من قريب أو بعيد في إتمام هذا العمل

الاهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم و زيننا بالحلم و أمرنا بالتقوى

أهدي هذا العمل الى

الوالدين الكريمين

و الى اخوتي الأعزاء و كل أفراد العائلة

الى كل أصدقائي و زملائي في الجامعة و أساتذتي الكرام

الى كل من ساهم و لو بحرف في حياتي الدراسية

الى من قاسمني هذا العمل زميلي عبد الباسط

الى كل هؤلاء أهدي هذا العمل الذي أسأل الله تعالى أن يتقبله خالصا...

طاهري بن عامر

الاهداء

اهدي هذا العمل الى الوالدين الكريمين

والى كل أفراد الأسرة واصدقاء وزملاء الطلبة

الى أساتذتي في جامعة الى كل من أعاننا في إتمام هذه المذكرة من قريب أو بعيد

الى من شاركني هذا العمل بن عامر

قطاف عبد الباسط

فهرس المحتويات

| الموضوع | الصفحة |
|---|--------|
| الشكر | - |
| إهداء | - |
| الملخص | - |
| الفهرس | - |
| مقدمة | أ-ت |
| الفصل الأول : الذكاء الاقتصادي المفاهيم و الأسس النظرية | 44-5 |
| تمهيد: | 5 |
| المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي | 6 |
| المطلب الأول : مفاهيم حول الذكاء الاقتصادي | 6 |
| المطلب الثاني : التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي | 10 |
| المطلب الثالث : خصائص و ووظائف الذكاء الاقتصادي | 11 |
| المبحث الثاني: أساسيات الذكاء الاقتصادي | 16 |
| المطلب الأول: أعمدة وأبعاد الذكاء الاقتصادي | 16 |
| المطلب الثاني: مراحل الذكاء الاقتصادي | 22 |
| المطلب الثالث : مستويات الذكاء الاقتصادي | 26 |
| المبحث الثالث : أهمية ونماذج الذكاء الاقتصادي | 31 |
| المطلب الأول: أهداف و أهمية الذكاء الاقتصادي | 31 |
| المطلب الثاني : أدوات الذكاء الاقتصادي | 35 |
| المطلب الثالث : نماذج الذكاء الاقتصادي في العالم | 37 |
| خلاصة الفصل: | 44 |

| | |
|--------|---|
| 70-46 | الفصل الثاني : ريادة الأعمال |
| 46 | تمهيد: |
| 47 | المبحث الأول: مفاهيم و أساسيات ريادة الأعمال |
| 47 | المطلب الأول: نشأة وتعريف الريادية |
| 51 | المطلب الثاني: مقدرات وامكانيات ريادة الأعمال |
| 54 | المطلب الثالث: خطوات مشروع الريادة |
| 55 | المبحث الثاني : استراتيجيات الريادة و أبعادها |
| 55 | المطلب الأول: مفهوم استراتيجيات الريادة |
| 58 | المطلب الثاني: أبعاد الريادة |
| 59 | المطلب الثالث: علاقة الذكاء الاقتصادي بريادة الأعمال |
| 60 | المبحث الثالث : مناخ الأعمال في الجزائر |
| 60 | المطلب الأول : تعريف مناخ الأعمال |
| 62 | المطلب الثاني : مؤشرات ممارسة الأعمال |
| 67 | المطلب الثالث: شروط ممارسة أنشطة الأعمال |
| 70 | خلاصة الفصل: |
| 104-72 | الفصل الثالث : دراسة حالة مؤسسة موبيليس - ولاية البيض |
| 72 | المبحث الأول : تقديم مؤسسة موبيليس - ولاية البيض |
| 72 | المطلب الأول : نشأة شركة موبيليس |
| 73 | المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة MOBILIS |
| 75 | المبحث الثاني: أدوات الدراسة |
| 75 | المطلب الأول: أدوات جمع البيانات |

| | |
|---------|---|
| 77 | المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة. |
| 82 | المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة: |
| 83 | المبحث الثالث : النتائج و اختبار الفرضيات |
| 83 | المطلب الأول: صدق وثبات أداة الدراسة. |
| 89 | المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة. |
| 97 | المطلب الثالث : نتائج إختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة. |
| 102 | خلاصة الفصل : |
| 106-104 | الخاتمة العامة |
| | قائمة المصادر والمراجع |

| الصفحة | عنوان الشكل | رقم الشكل |
|--------|---|-----------|
| 14 | وظائف اليقظة الاستراتيجية والذكاء الإقتصادي | 01 |
| 17 | أعمدة الذكاء الإقتصادي | 02 |
| 28 | يبين مستويات الذكاء الاقتصادي | 03 |
| 33 | أهمية الذكاء الإقتصادي في منظمات الأعمال ماذا يجلب الذكاء الإقتصادي لمنظمات الأعمال | 04 |
| 37 | أدوات الذكاء الإقتصادي | 05 |
| 54 | مراحل العملية الريادية | 06 |
| 74 | الهيكل التنظيمي للوكالة موبيليس - ولاية البيض | 07 |
| 78 | التمثيل البياني لخصائص مفردات الدراسة حسب السن. | 08 |
| 79 | التمثيل البياني لخصائص مفردات الدراسة حسب الحالة العائلية: | 09 |
| 81 | التمثيل البياني لخصائص مفردات الدراسة حسب المستوى التعليمي. | 10 |
| 82 | التمثيل البياني لخصائص مفردات الدراسة حسب سنوات خدمة | 11 |

قائمة الجداول

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|---------------|--|--------|
| 01 | المصطلح المستعمل في المؤسسة | 9 |
| 02 | توزيع مفردات الدراسة حسب السن. | 78 |
| 03 | توزيع مفردات الدراسة حسب الحالة العائلية. | 79 |
| 04 | توزيع مفردات الدراسة حسب المستوى التعليمي. | 80 |
| 05 | توزيع مفردات الدراسة الخبرة المهنية | 81 |
| 06 | معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات الذكاء الاقتصادي والدرجة الكلية للمحور. | 85 |
| 07 | معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور "ريادة المؤسسات" والدرجة الكلية للمحور. | 87 |
| 08 | معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الإستثمار والدرجة الكلية للإستثمار. | 88 |
| 09 | نتائج قياس معامل الثبات ألفا كرونباخ. | 89 |
| 10 | يبين مقياس درجة القياس للوسط الحسابي | 90 |
| 11 | المتوسط الحسابي والانحراف المعياري عبارات محور "الذكاء الاقتصادي". | 93 |
| 12 | المتوسط الحسابي والانحراف المعياري على عبارات محور "ريادة المؤسسات". | 96 |
| 13 | نتائج تحليل الإنحدار البسيط | 97 |
| 14 | نتائج تحليل الإنحدار البسيط | 98 |
| 15 | نتائج تحليل الإنحدار البسيط | 99 |
| 16 | نتائج تحليل الإنحدار البسيط | 100 |

الملخص :

تهدف الدراسة الى التعرف على أثر الذكاء الإقتصادي على ريادة الأعمال لشركة موبليس ولاية البيض ، و التي أظهرت مدي تأثير الذكاء الاقتصادي و أهميته الكبيرة في تطور شركة موبليس و ريادتها و ذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف الى جمع الحقائق و البيانات و ابراز مفاهيم مرتبطة بالبحث فهم مكونات الموضوع و إخضاعه للدراسة الدقيقة ، حيث تم توزيع 45 استمارة من أجل وكالة موبليس ولاية البيض ، و استخدم برنامج التحليل الإحصائي SPSS،

و في الاخير توصلنا الى النتائج و الأهداف التالية :

الذكاء الاقتصادي يعطي للشركة قدرة على اتخاذ القرار.

الذكاء الاقتصادي له تأثير على ريادة الأعمال لشركة موبليس ولاية البيض

يمكن لشركة موبليس اعتماد على الذكاء الاقتصادي لفهم استراتيجية الشركة و احتياجات العملاء و التنبؤ بالمستقبل.

الأهداف :

إبراز مكانة و أهمية الذكاء الإقتصادي في مؤسسة موبليس

محاولة تطبيق الذكاء الإقتصادي و تبيان أثره على ريادة الأعمال في مؤسسة موبليس ولاية البيض

الكلمات المفتاحية : الذكاء الإقتصادي ، ريادة الأعمال ، مؤسسة موبليس البيض

Abstract :

The study aims to examine the impact of economic intelligence on entrepreneurship for the company Moblis in the state of El-Bayadh. It demonstrates the extent of the influence and significant importance of economic intelligence in the development and entrepreneurship of Moblis, relying on a descriptive analytical methodology that seeks to gather facts and data and highlight concepts related to the research topic. It aims to understand the components of the subject and subject it to a detailed study.

In conclusion, we have reached the following results and objectives:

1. Economic intelligence provides the company with the ability to make informed decisions.
2. Economic intelligence has an impact on the entrepreneurship of Moblis in the state of El-Bayadh.
3. Moblis can rely on economic intelligence to understand the company's strategy, customer needs, and predict the future.

Objectives:

1. Highlight the significance and importance of economic intelligence in Moblis.
2. Attempt to apply economic intelligence and demonstrate its impact on entrepreneurship in Moblis, El-Bayadh.

Keywords: economic intelligence, entrepreneurship, Moblis company, El-Bayadh.

المقدمة

أبرزت التحولات العالمية توجهات جديدة مست كافة المجالات حيث أبرزت واقعا جديدا وأدخلت مفاهيم وتقنيات حديثة تتسم بملاح ورؤى تتوافق مع طبيعة العالم المعاصر القائم على الحركة والانفتاح، و في ظل تسارع التغيرات الاقتصادية واختلال موازين القوى ومع تزايد حدة المنافسة وفي إطار السوق العالمية، واتساع نفوذ الشركات المتعددة الجنسيات وقيام تحالفات إستراتيجية بين الدول ومؤسسات القطاع الخاص.

وفي بيئة تنافسية تزداد اتساعا وتعقيدا يوما بعد يوما، وفي ظل سيادة اللايقين وتعددت الخيارات وترايط الاقتصاديات والأسواق، فإن إدراك المؤسسة لبيئتها أصبحت من العوامل المحددة لاكتساب المزايا التنافسية الدائمة.

والغني عن البيان قصر النظرة الكلاسيكية للمشكلة الاقتصادية عن إدراك حقيقة وأبعاد التحولات العلمية والتكنولوجية المنبثقة عن الثورة المعلوماتية التي أفرزت مقارنة جديدة تقوم بدل دراسة ندرة الموارد المادية، على إيجاد أفضل السبل والتطبيقات والتحكم في وفرة الموارد اللامادية أساسا في التدفقات السريعة والهائلة للمعلومات، حيث يعتبر إتاحة أكبر قدر من المعلومات والمعارف شرطا أساسيا يجعل التنمية قضية يشارك فيها كافة الأفراد وليس الدولة فقط.

فقد عرف العالم تطورات واسعة في الفكر الاقتصادي المرتبط بموضوع التنافسية، سواء كان ذلك بين مختلف الدول أو بين مختلف المؤسسات الناشطة في مختلف دول العالم، حيث أصبح مصطلح التنافسية ذات وقع متزايد الأهمية في الوقت الراهن، كما أصبحت المعلومات تنظر في صميم الحياة اليومية، الشخصية والمهنية فبالنسبة للمؤسسات فإن الشيء الذي يحدث الفرق بينها وبين غيرها هو قدرتها على إدماج الأحداث الخارجية والتصدي لها وقدرتها على تلقي الإشارات وتحليلها قبل غيرها، ولهذا تضطر المؤسسات إلى إدماج ما يعرف بالذكاء الاقتصادي في إستراتيجيتها لتتمكن من خلق ميزة تنافسية تمكنها من تحقيق الأسبقية على منافسيها في مجال نشاطها.

وفي عصرنا الحالي تمثل الريادة النشاط الذي يؤسس ويُسيّر المؤسسات حديثة النشأة من أجل استثمار فكرة جديدة تتسم بالابتكار والإبداع وهو ما يعرف بالتوجه الريادي، حيث تُعدّ الزيادة وسيلة حيوية ناجحة تعتمد عليها المؤسسات الرائدة لاكتشاف الفرص واغتنامها بأفضل الطرق، كما تمثل أحد أهم عوامل النجاح الحاسمة لمؤسسة الأعمال.

مقدمة

فالتوجه الزیادی لمؤسسات الأعمال له العديد من الآليات التي تسمح لهذه المؤسسات ببلوغ مراتب تنافسية عالية في مجال نشاطها سواء من خلال استغلال الفرص المنفردة أو وضع أحدث خطط الأعمال تحدّد من خلالها رؤية دقيقة تساهم في تعزيز استدامتها، كما أن للتوجه الزیادی أبعاداً عديدة يمكن القول بأن كل واحد منها يُعدّ منفذاً لتحقيق النجاح، فالتوجه نحو الإبداع، وتحمل المخاطرة، الاستباقية، العدائية التنافسية والمرونة هي أهم المداخل التي تفتح آفاقاً واسعة نحو بلوغ القمة في الأسواق التي تنشط فيها المؤسسات ما يسمح لها بتحقيق أهدافها على المدى الطويل وضمان استدامتها.

مشكلة الدراسة

ومن خلال ما سبق تتجلى مشكلة البحث حول:

ما هو اثر الذكاء الاقتصادي على ريادة الاعمال في مؤسسة موبليس ولاية البيض ؟

وهذا التساؤل يقود إلى طرح جملة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بالذكاء الاقتصادي؟

- ما هي ريادة الأعمال؟ وما هي أبعادها؟

الفرضيات:

الفرضية الرئيسة :

■ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي و ريادة الأعمال بأبعادها الأربعة عند مستوى دلالة 0.05 لوکالة موبليس ولاية البيض

الفرضيات الفرعية :

يستمر اشتقاق أربعة فرضيات من الفرضيات الرئيسة :

■ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الذكاء الاقتصادي و الابتكار عند مستوى دلالة 0.05

■ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الذكاء الاقتصادي و الابتكار عند مستوى دلالة 0.05

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الذكاء الاقتصادي و الاستباقية عند مستوى دلالة 0.05
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الذكاء الاقتصادي و تحمل المخاطرة عند مستوى دلالة 0.05

أهداف البحث:

ويهدف هذا البحث إلى إبراز ما يلي:

- تسليط الضوء على أهمية الذكاء الاقتصادي و اثره على ريادة الأعمال
- الوقوف على ماهية ريادة الأعمال وأبعادها
- التعرف على الدور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في مناخ الاعمال في الجزائر.

أسباب اختيار الموضوع:

ويعود اختيار الموضوع لأسباب ودوافع أهمها:

- التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي فرضتها العولمة الاقتصادية والتي تحتم على المؤسسات تحديد أساليبها وآلياتها لمواكبة التغيرات الاقتصادية الراهنة.
- الواقع الصعب التي تعيشه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نتيجة نقص فعالية السياسات والإستراتيجيات المناسبة.
- محاولة تقريب بين الجانب النظري لموضوع الذكاء الاقتصادي وواقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

منهج الدراسة:

وللإجابة على مشكلة البحث ومحاولة إثبات صحة الفرضيات المطروحة أعلاه من عدمها تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات وإبراز المفاهيم المرتبطة بالبحث وفهم مكونات الموضوع وإخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده و الروابط المختلفة بين المفاهيم.

حدود الدراسة :

الاطار المكاني : مؤسسة موبليس فرع ولاية البيض

الاطار الزمني : الفترة الممتدة من 2023-04-24 الى 2023-05-10

صعوبات الدراسة :

- صعوبة الحصول على المعلومات في الدراسة الميدانية

الدراسات السابقة :

1/ أحمد ميلي سمية ، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة ، المجلد 05 ، العدد 2020/02

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، حيث أن التحكم في التطور الحاصل على مستوى البحث والتطوير، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال يدفع بالمؤسسات إلى تطوير تنظيماتها من خلال التقنيات والمهارات البشرية لخلق الوضعيات التنافسية المناسبة والاستراتيجيات التي تسمح بالحصول على المعلومات الدقيقة على مستوى الأسواق المحلية والدولية. هذا ويلعب الذكاء الاقتصادي الدور الأهم في عملية التنمية بفضل تقديم الاستراتيجيات التي تسمح بالإستغلال الأمثل لقدراته وتوفير المعلومات الضرورية للمشاركين في العملية الاقتصادية، كما أنه يقوم بجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة هذا ما يدفع بالدول إلى السعي لتوفير البيئة الملائمة من توفير المعلومات، الهياكل القاعدية، والسياسات التنظيمية واستعمالها اتخاذ القرار الأمثل في المؤسسة. وتعاني المؤسسات الجزائرية من تأخر كبير مقارنة بالمؤسسات العاملة بمجال المعلومات والأنظمة المعلوماتية (الذكاء الاقتصادي)، ولكن رغم هذا التأخر لا يمكن القول أنه ليس هناك اهتمام بمثل هذه الأنظمة، بل هناك جهود معتبرة تقوم الدولة بها من أجل دعم الذكاء الاقتصادي .

في الأخير توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية :

- تعتبر المعلومة الاستراتيجية المورد الأساسي في عملية الذكاء والمورد الاستراتيجي في دعم الاستراتيجية العامة للمؤسسة؛

- الذكاء الاقتصادي يعطي المؤسسة القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة في ظروف مضطربة ويجعلها قادرة على الهجوم والدفاع في نفس الوقت؛
 - تطبيق اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي على مستوى المؤسسات الجزائرية ليس ظاهرا للعيان، فهو إما تلقائي غير منظم، أو يندرج تحت أحد الوظائف الأخرى كالتسويق.
- 2/دراسة مغمولي نسرين (2016) دور الذكاء الإقتصادي في الرفع من التنافسية الدولية للمؤسسات الإقتصادية الجزائرية (دراسة حالة مؤسسة – Ferialعنابة) – رسالة دكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2016/2015.

حيث هدفت الدراسة إلى التركيز على مبادئ الذكاء الإقتصادي الذي أصبح يشكل أحد الخيارات الضرورية في دعم تنافسية المؤسسات الإقتصادية الجزائرية في خضم المستجدات الراهنة باللجوء إلى إحدى الآليات الحديثة النشأة والمتمثلة في نظام الذكاء الإقتصادي الذي يعد المفتاح الأساسي لتعزيز الموقف التنافسي للوحدة الإقتصادية عبر تطوير المنتجات والخدمات، حيث توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إرتباط قوية جدا قدرت ب 0,98 وعلاقة تأثيرية بسيطة ومتعددة بين معايير نظام الذكاء الإقتصادي (يقظة إستراتيجية، حماية الإرث المعلوماتي ونشاط الضغط والتأثير) ا وتنافسية المؤسسة دولي.

- 3/نبيلة عباس كامل الشال ، أميرة أحمد الزهيري ، سمية يوسف محمد، أثر ريادة الأعمال في الأداء الابتكار للعاملين بالتطبيق على المشروعات الصغيرة و الكبيرة و المتوسطة في مصر ، المجلة العلمية للبحوث و الدراسات التجارية ، المجلد 36 العدد 2022.

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر ريادة الأعمال بمفهومها الواسع الذي يشمل الابتكار والتجديد وتأسيس الأعمال الجديدة في الأداء الابتكاري داخل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر. وتم تصميم قائمة استقصاء لجمع البيانات الأولية، من عينة قوامها (483) من العاملين، تم التأكد من صدقها وثباتها. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: توافر أبعاد ريادة الأعمال، وأن بعد الابتكار في العمليات أو التكنولوجيا هو الأعلى تأييدا من وجهة نظر العاملين ، و اتجاها إيجابيا نحو الأداء الابتكاري. ووجود فروق معنوية في اتجاهات العاملين نحو أبعاد ريادة الأعمال وفق للنوع، ومدة تأسيس المشروع (بعد تأسيس أعمال جديدة)، ونوع النشاط (بعد الابتكار في المنتجات/الخدمات). ووجود فروق معنوية في اتجاهات العاملين نحو الاداء

الابتكاري وفقاً للنوع و النشاط. وكذلك وجود تأثير معنوي لكل من أبعاداً ريادة الأعمال والمتمثلة في الابتكار في العمليات أو التكنولوجيا، ابتكارية العاملين ، تأسيس الأعمال الجديدة) في الأداء الابتكاري.

هيكل البحث:

تم تقسيم موضوع الدراسة الى ثلاثة فصول ، حاولنا من خلالها التطرق الى مختلف الجوانب التي يمكن عن طريقها تحقيق اهداف الدراسة والاجابة على اشكالياتها، وكذلك معرفة مدى صحة الفرضيات التي انطلقنا منها.

حيث تناولنا في الفصل الاول الذكاء الاقتصادي المفاهيم و الأسس النظرية وذلك من خلال التطرق الى المفاهيم الاساسية للذكاء الإقتصادي، (ماهيته، مكوناته، خصائصه)، اما الفصل الثاني فخصص لريادة الأعمال (الأسس النظرية) ، بالنسبة للفصل الثالث تناولنا فيه (دراسة حالة مؤسسة موبليس – ولاية البيض) الدراسة الميدانية من خلال توضيح الاجراءات المنهجية للدراسة، وكذلك خصائص عينة الدراسة، لنصل الى تحليل نتائج الدراسة الميدانية، وفي الاخير تم عرض نتائج الدراسة والاقتراحات والتوصيات.

الفصل الأول :

الذكاء الاقتصادي المفاهيم

و الأسس النظرية

تمهيد:

يعتبر مفهوم الذكاء الاقتصادي من بين أهم مفاهيم الاقتصاد الحديث والمعاصر مرادفا للتحكم في المعلومات واستعمالها كأداة لخلق الميزة التنافسية. اقتصاد المعرفة. كما يعد الذكاء الاقتصادي شكلا من أشكال التطور الاقتصادي باعتباره ثمرة من ثمار اقتصاد المعرفة.

شملت التغيرات التي حدثت على مستوى المؤسسة مختلف أقسامها ووظائفها، وفي مقدمتها عملية اتخاذ القرار بهدف زيادة التنافسية.

وانطلاقا من هذه التغيرات، نحاول في هذا الفصل التعرض لمختلف الجوانب التي تخص الذكاء الاقتصادي من خلال المباحث التالية:

- المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي
- المبحث الثاني: أساسيات الذكاء الاقتصادي
- المبحث الثالث : أهمية ونماذج الذكاء الاقتصادي

المبحث الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي

يعد الذكاء الاقتصادي من بين أهم وسائل الإقتصاد المفتوح الذي يشهد حاليا تغييرات جذرية من خلال تطور تكنولوجيات المعلومات و الاتصالات وخصوصا مع زيادة حدة المنافسة.

المطلب الأول : مفاهيم حول الذكاء الاقتصادي

1- تعريف الذكاء الاقتصادي:

نشأ مفهوم الذكاء الإقتصادي فيما وراء الأطلسي في منتصف الثمانينات ، حيث شهد أهم تطوراته . و تفضل الأدبيات الأمريكية إستعمال مفردات الذكاء التسويقي " Marketing Intelligence " و الذكاء الاقتصادي "Economic Intelligence" عن إستعمال مصطلح ذكاء المنافس "competitor Intelligence" الذي يعد مفهوما ضيقا¹.

أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي ظهر سنة 1994، من طرف مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط بفرنسا، حيث تم تعريفه على أنه "مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث، معالجة و بث المعلومة المفيدة للأعوان و المتدخلين الاقتصاديين لصياغة استراتيجياتهم"². فالذكاء الاقتصادي يعمل على إيجاد المعلومة المفيدة بأفضل تكلفة، محللها و يضعها تحت تصرف المقررين في المنظمة في الوقت المناسب، و بالتالي فهو عامل أساسي للمنافسة.³

وفي الوقت الحالي ومن خلال التجارب التاريخية لمختلف الدول أصبح تنفيذ الذكاء الإقتصادي ضروري للدولة الجزائرية ومؤسساتها ، " حيث أنه تم تقديم تعريف للذكاء في المجلس الذي انعقد سنة 2006 في الجزائر تحت

¹ عبد الرازق خليل وأحلام بوعبدلي، الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الأعمال، المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، الأردن، 28 / 27 أبريل، 2005، ص2.

² - Alain Bloch, l'intelligence économique, 2ème édition, economica, 1999, Paris, p3.

³ -عبد الرازق خليل وأحلام بوعبدلي، مرجع سابق، ص2.

رئاسة رئيس الحكومة، يحدد أن الذكاء الإقتصادي هو: جمع واستخدام ونشر المعلومات المفيدة التي تساهم في إنتاج المعرفة الضرورية لصنع القرار وإدارة المؤسسات وتطوير المعرفة السياقية لاتخاذ القرار. ⁴

الذكاء الاقتصادي بصفته البحث عن المعلومات واستغلالها لتحقيق هدف اقتصادي موجود منذ القدم، ففي التاريخ ارتبط هذا المفهوم بالاكشافات وبالتجارة وبالمعلومات التي يأتي بها الرحالة والتجار وقد شكلت كتابات الرحالة مصادر مهمة للمعلومات للدول وللمؤسسات . الرؤية الحالية للذكاء الاقتصادي تعطي تصور هام مقارنة بعملية الاستعلام الكلاسيكية وهذا يرجع لظهور وتطور الانترنت الويب والرسائل الالكترونية الاكسترنات هذا التطور أدى إلى تضاعف المرسلين والمستقبلين حيث أن الأنترنت يشكل اليوم قوة تأثير مهمة.

" HAROLD WILENSKY " " حيث يعرف في كتابه " الذكاء التنظيمي " الذكاء الاقتصادي على

أنه " نشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمنظمة، بحيث يكون قد تم تجميعها ونتاجها في إطار قانوني ومن مصادر معروفة.

أول تعريف عملي للذكاء الاقتصادي ظهر سنة 1994 ، من طرف مجموعة العمل في المحافظة العامة للتخطيط ، حيث تم تعريفه على أنه "مجموعة الأعمال المرتبطة بالبحث ، معالجة و بث المعلومة المفيدة للأعوان و المتدخلين الاقتصاديين لصياغة إستراتيجياتهم " .

و نظرا لضرورة اعتماد مدير المنظمة لإستراتيجية تطوير منتج جديد ، الإستثمار في سوق جديد ، تحسين المردودية ، معرفة منافسيه ، أخذ القرار الصائب في الوقت المناسب ... الخ ، فإن الأمر يتطلب فهم المحيط الذي يتسع و يتعقد باستمرار . ففي هذا الإطار تعتبر المعلومة مادة أولية أساسية للإدارة الجيدة للمنظمة .

فالذكاء الاقتصادي إذن يعمل على إيجاد المعلومة المفيدة بأفضل تكلفة، يحللها و يضعها تحت تصرف

المقررين في المنظمة في الوقت المناسب ، و بالتالي فهو عامل أساسي للمنافسة¹.

و لقد تم إختيار مصطلح الذكاء لأنه يحمل معاني أكثر من مصطلح اليقظة ، فهو يعنى القدرة على

التأقلم مع المحيط .

فهذا التعريف يركز على الأفكار الأساسية التالية :

- فكرة إنتاج المعلومة ؛
- فكرة دوران و معالجة المعلومة ، حيازة ، معالجة ، بث المعلومة ؛
- فكرة المعلومة المفيدة و الملائمة.

و لقد نشأ مفهوم الذكاء الإقتصادي فيما وراء الأطلسي في منتصف الثمانينات ، حيث شهد أهم

تطوراته . و تفضل الأدبيات الأمريكية إستعمال مفردات الذكاء التسويقي " Marketing Intelligence

" و الذكاء الاقتصادي "Economic Intelligence" عن إستعمال مصطلح ذكاء المنافس

" competitor " Intelligence" الذي يعد مفهوما ضيقا³.و هناك العديد من المصطلحات المستعملة في

منظمات الأعمال حسب ما أوضحتته دراسة إحصائية أجريت في فرنسا سنة 1999 على 1200 منظمة .و

لقد أجريت من قبل المعهد العالي لدراسات الدفاع الوطني L'I H E D N. كما هو مبين في الجدول التالي :

جدول رقم (1-1): المصطلح المستعمل في المؤسسة

| مؤسسة في طور تطبيق الذكاء الاقتصادي و الاستراتيجي n2 | مؤسسة تطبق الذكاء الاقتصادي و الاستراتيجي n 1 | % |
|--|---|--------------------------------|
| 13,1 | 9,8 | الذكاء الاقتصادي |
| 45,8 | 54,5 | الذكاء التنافسي الاستراتيجي |
| 41,1 | 35,9 | اليقظة |
| 100 | 100 | المجموع |

المصدر : F.Bournois,P.J.Romani op.cit.,p.62

حيث : n1:مؤسسات ذات 200-500 أجير=473 منظمة.

n : مؤسسات ذات 500-1000 أجير=175 منظمة.

فمن خلال الجدول نلاحظ أن المصطلح المفضل استعماله في المنظمات هو مصطلح الذكاء التنافسي و

ذلك ب 54.5 % أو الذكاء الاستراتيجي.

فالذكاء الاقتصادي و التنافسي ظهر منذ زمن ، لكن الجديد في ذلك هو أنه في مرحلة عدم التأكد هذه

، أصبح ضروري جدا للمنظمات :

- بالنسبة للمنظمات الكبيرة ، لأن المحيط يتغير و يجب أن تتكيف و تتعايش معه ؛
- بالنسبة للمنظمات الصغيرة ، و هي دائما مهددة من طرف منافسيها ؛
- بالنسبة للمنظمات المتوسطة ، و التي تطمح أن تصبح قوية ، و لذلك عليها أخذ الأحسن .

المطلب الثاني : التطور التاريخي للذكاء الاقتصادي :

إن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة و لاسيما ظهور اقتصاد السوق و قد أوضح Fernand Braudel في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن 15 إلى 18. أن المنافسة بين المدن في شمال إيطاليا و المدن في فنلندا كانت بداية الهجومات التجارية و التجسس الاقتصادي و حتى التزوير.

كما ظهر مصطلح الذكاء الاقتصادي في الفكر العسكري الذي يعتمد على تحصيل المعلومة ثم تحليلها، فبريطانيا في الفترة الاستعمارية لها كانت تحصل على المعلومات عن منطقة البحر المتوسط وغير ذلك من أسراها من البندقية⁵.

- أول تعريف للذكاء الاقتصادي كان في عام 1967 من طرف Harold Wilensky ، من خلال كتاب بعنوان "l'intelligence organisationnelle" ، فهو يعرف : "الذكاء الاقتصادي كنشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية و الإستراتيجية للمنطقة ، خزنت و أنتجت في إطار قانوني من مصادر مفتوحة."
- في عام 1950 طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية و الصناعة (MITI) و منظمة التجارة الخارجية اليابانية (JITRO) لإنعاش اقتصادها.
- في 1980 و مع عوامة الأسواق و التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية ، اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات و كان لميشال بورتير ، أستاذ في جامعة هارفارد دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي.

⁵ سهام عبد الكريم، سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، بحث مقدم في المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن، 23-26 أبريل 2012، ص 668

- في 1990 كانت بداية ظهوره في فرنسا.
- في 1992 انشأت فرنسا وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) و التي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية و حماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية.
- في 1994 نشر Martre تقرير بعنوان:

“l’intelligence économique et stratégie des entreprise”.

- في 2002 ادمج Minefi مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.

المطلب الثالث : خصائص ووظائف الذكاء الاقتصادي

أولا : خصائص الذكاء الاقتصادي: ومن بين الخصائص الرئيسية للذكاء الاقتصادي نذكر ما يلي :⁶

- الاستخدام الاستراتيجي للمعلومة ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات .
- وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين.
- وجود علاقات قوية بين المؤسسات و الجامعات و الإدارات المركزية والمحلية.
- تشكيل جماعات الضغط والتأثير.
- إدماج المعارف العلمية، التقنية، الاقتصادية، القانونية والجيوسياسية. السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية.

⁶ - سهام عبد الكريم، مرجع سابق، ص668.

ثانيا: وظائف الذكاء الإقتصادي

بالنسبة لوظائف الذكاء الإقتصادي فقد تناولها الكتاب حسب العمليات التي يقوم عليها هذا الأخير وكذا حسب

أهدافه:

أولا: وظائف الذكاء الاقتصادي حسب Bruno Martinet et Yves –Michel Marti

التي يمكن حصرها فيما يلي:⁷

1-وظيفة اليقظة (La Veille) أو السهر (La Vigilance) من أجل الحماية من المخاطر وريح

الفرص، وذلك بإعتبار أن البيئة معقدة ومتغيرة باستمرار وبسرعة كبيرة؛

2-وظيفة فهم البيئة الخاصة بالمؤسسة: حيث عند فهم المؤسسة لبيئتها وكيفية تغييرها وتطورها، ومنه العمل

على التأقلم معها يمكنها من تحقيق الذات والإستمرار؛

3-وظيفة المعرفة (Reconnaissance) أو الإستعلام (Renseignement): حيث يتم

مراجعة وفحص إذا ما كانت النتائج صحيحة ومرضية لتحقيق الأهداف المنتظرة.

-Bruno Martinet ,Yves Michel Marti (1995); « l'intelligence économique :les yeux et oreille 7 de

l'entreprise » ;édition organisation ,Paris; P15 .

ثانيا: وظائف الذكاء الإقتصادي حسب Corin Cohen

لقد قام Corin Cohen بتقسيم أحر لوظائف الذكاء التي تضم الوظائف مشتركة بين اليقظة والذكاء كما هو موضح في الشكل التالي.

الشكل رقم(1-1): وظائف اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي

| | الوظائف |
|---------------------|--|
| الذكاء الاقتصادي | Proactive (1&2) أكثر نشاط |
| | Coordinatrice التنسيق |
| | Sécuritaire(الحماية (الأمن |
| اليقظة الإستراتيجية | Protectrice الحماية |
| | Connaitre les التعرف على الحاجات من المعلومات besoins |
| | Animation et Communication التنشيط والإتصال |
| | Analytique et Synthétique التحليل والتركيب |
| | Informative الإعلامية |
| | Anticipative التوقعية |

المصدر : Bruno martinet . yves Michel intelligence economic : les yeux

et Oreille de l'entreprise marti 1995 p15

من خلال الشكل الذي يبين وظائف كل من اليقظة الإستراتيجية والذكاء الإقتصادي، نلاحظ أنه توجد وظائف مشتركة بينهما، غير أن وظائف الذكاء الإقتصادي بإعتباره أشمل من اليقظة وفيما يلي عرض لهذه الوظائف:

1- الوظيفة التوقعية (Anticipative): عن طريق الإلتباه الجيد لما يجري في بيئة المؤسسة وبالتالي توقع

التهديدات

(المنافسة، التشريعات، تطورات الأسواق...) والفرص (التحالفات المحتملة، تصور منتج جديد، التمتع في سوق خارجي...) وكشف الوضعيات المستقبلية.

2- الوظيفة الإعلامية (Informative): تعد وظيفة قاعدية من وظائف الذكاء الإقتصادي، فيما أن

أساس اليقظة والذكاء هو التزود بالمعلومات فإن هذه الوظيفة تقوم بإشباع الحاجات المعلوماتية.

3- الوظيفة التحليلية التركيبية (Analytique et Syntetique): والتي تقوم على تحليل المعلومات

المجمعة بوسائل عدة من أجل إستنتاج قيمتها المضافة وتركيبها في شكل عناصر مهمة من أجل تسهيل عملية إتخاذ القرار.

4- وظيفة التنشيط والاتصال (Animation et Communication): الإتصال مع أحسن

مستلم للمعلومات المجمعة والمحللة والمركبة من أجل إعطائها أكبر قيمة وإستغلالها أحسن إستغلال وتنشيط شبكة التأثير لتسهيل تدفق المعلومات.

5- وظيفة التعرف على الحاجات من المعلومات (Connaitre les Besoins): من أجل تسهيل

عملية البحث وترتيب الأفكار وسرعة إتخاذ القرار.

6-وظيفة الحماية لليقظة والذكاء (Protectrice): متمثلة في حماية الإرث العلمي للمعارف

والممتلكات التكنولوجية والصناعية.

تُعتبر هذه الوظائف سابقة الذكر مشتركة بين الذكاء واليقظة، غير أن الذكاء يشتمل على وظائف أخرى وهي تتمثل فيما يلي:

-وظيفة التنسيق (Coordinatrice): تعمل على التنسيق بين الإستراتيجيات من أجل الإختيار الأمثل

بينها.

-وظيفة أكثر نشاط (Proactive): التي تقوم على توريد المعلومات المتشعبة أي المعالجة القيمة وهذا يعني

تحويل الأنشطة للوصول إلى فائدة وقيمة أكثر للمعلومات.

المبحث الثاني: أساسيات الذكاء الاقتصادي

بعد التطرق لأهم المراحل التاريخية التي مرّ الذكاء الإقتصادي، والتعرف على أهم التعاريف والخصائص

والأهداف التي تتعلق بهذا المصطلح التسييري، سوف نحاول من خلال هذا المبحث تسليط الضوء على بعض

العناصر الأساسية التي تشكّله من خلال تقسيمه إلى ثلاث مطالب أساسية، حيث سوف نخصص الأول

لأعمدة وأبعاد الذكاء الإقتصادي، والثاني لمراحله والثالث لمستوياته.

المطلب الأول: أعمدة وأبعاد الإقتصادي

يُعطي الذكاء الإقتصادي أنشطة ترصد البيئة الداخلية والخارجية بغية تشخيص نقاط القوة والضعف، وكشف

التحديات وإستغلال الفرص وإستباق التغيرات والتطورات الحاصلة، وكذا حماية الإرث المعلوماتي وخاصة في

المجالات العلمية والتكنولوجية، إضافة إلى ممارسة أنشطة الضغط والتأثير لصالح الجهات الخاصة أو العامة، وهو ما

يمثل مقارنة متعددة الأبعاد والتخصصات سواء تكنولوجيًا، إقتصاديًا وقانونيًا حيث يقتصر على المعلومات التي تم الحصول عليها ضمن الأطر القانونية ذات الصلة.

أولاً: أعمدة الذكاء الإقتصادي

إن نطاق الذكاء الإقتصادي يشمل مجموعة من العلوم والمتمثلة في: الأمن الإقتصادي، اليقظة، الإستعلام، اللوبي (جماعات الضغط)..إلخ. لكن يبقى مصطلح الذكاء الإقتصادي يتمتع بنوع من الإستقلالية. ويركّز على ثلاثة دعائم مهمة وعناصر أساسية والشكل التالي يوضح أهمها:⁸

الشكل رقم(1-2) : أعمدة الذكاء الإقتصادي



Source : M.Boudjemia. (2008) : « Intelligence économique: concept, définition et mode opératoire », Op.Cit, P:09.

⁸ Boudjema.M (2008); « Intelligence Economique: concept ,définition et mode opératoire » 8 ,séminaire des sensibilisation a l'IE et la veille stratégique ;Alger-Hôtel El Aourassi ;le 23/12/2008 ;P8

1- الحماية La Protection: أو إدارة المخاطر المعلوماتية يتم إستخدام عنصر الحماية لحماية المعلومات التي بحوزة المؤسسة أو التي تصدرها، بما في ذلك ملكيتها من قبل المنافسين. حيث تُحافظ إدارة المخاطر المعلوماتية على تباين المعلومات لصالح المؤسسة التي تدير هذه المخاطر، وذلك لضمان سلامة وأمن المعلومات في المؤسسة. كذلك إدارة براءات الإختراع التي تعد جزءا من الترسنة الدفاعية للمؤسسة. ويمكن تحديد أهداف الحماية كالتالي:⁹

◆ حماية الأصول غير الملموسة للمؤسسة؛

◆ تحديد المبادئ، التوجيهات العامة والأولويات؛

◆ وضع وتنفيذ وصيانة مستودع حماية المعلومات (السياسات، الأدوار، المسؤوليات... إلخ)؛

◆ رفع الوعي وتنقيف الإدارة والموظفين في جميع المستويات؛

◆ تحديد ومعالجة نقاط الضعف ذات الأولوية؛

◆ ضمان الإمتثال والرقابة.

2- اليقظة La Veille: وهي من بين أعمدة الذكاء الإقتصادي الذي يتركز عليها أساسًا تعد كأسلوب وعملية منظمة في الإدارة الإستراتيجية للمؤسسة، تساعد في دعم القرارات من أجل تنمية، تطوير المؤسسة، ضمان بقائها وتحسين تنافسيتها من خلال جمع، معالجة المعلومات ونشر المعرفة المفيدة للتحكم في المحيط الخارجي، فهي [دفع] لمراقبة وتحليل البيئة التنافسية وإكتشاف الإشارات الضعيفة وتبيان التوجهات الناشئة، كما يتم إستخدامها لإستباق التهديدات والفرص، وهذا يعني الحد من عدم اليقين. ويمكن للمؤسسة أن تُمارس اليقظة بمعنى دقيق

9 Club Informatique des Grandes Entreprises Françaises CIGREF. (2008) : « Protection de l'information : Enjeux, gouvernance et bonnes pratiques », Rapport de CIGREF, France, P :

للكلمة (تحويل المعلومات إلى معرفة)، فمن خلال هذه العملية تسعى المؤسسة إلى أن تكون الأكثر دراية بالبيئة من منافسيها، وأن تكون على علم أنها.

3-التأثير L'Influence: إنّ إستراتيجية التأثير تشمل الأنشطة التي تنفذ بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من قبل الأفراد والمنظمات والمجتمعات المحلية والدول لتوجيه القرارات في الإتجاه المطلوب¹⁰، وهي العملية التي تنفذ عمليات الإتصال عن طريق العامل الإجتماعي، السياسي والإقتصادي من أجل التوصل إلى هيكلية الأعمال والممارسات من الجهات الفاعلة المستهدفة. فعملية التأثير على البيئة تكون من خلال وسائل الضغط المعلوماتية، وأعمال الضغط تعتبر تطبيق للتأثير بالشكل الكلاسيكي التي تمارسه المؤسسات، فالضغط هو حالة خاصة من التأثير العلمي لأنه يركز على البعد السياسي لإستراتيجية المؤسسة، ولكن هناك غيرها من السياسات التي يمكن تصنيفها إلى فئتين هما:¹¹

3-1 التنسيق: المؤسسات تُرسل إشارات التنسيق عندما تريد تجنب الإصطدم المباشر مع المؤسسات المتنافسة (تجنب)، أو مع المؤسسات الشريكة (الإتفاق).

3-2 إحباط (تشبيط) المؤسسات المتنافسة: ويتضمن تشويش نظامها الإستعلامي للتحريض على الأخطاء أو شلها.

ومما سبق نستخلص أن الذكاء الإقتصادي مفهوم إداري يتعلق بالتسيير الإستراتيجي لمعلومات، حيث يعتبر توليفة لوظائف الإستعلام، حماية للمعلومات والتأثير على البيئة، فهو نظام يتكون من ثلاث أعمدة مترابطة

_ Ben Arfa Hajer et Zeribi Benslimane. (2010) « L'Intelligence Economique en action au 10 sein de laboratoires pharmaceutiques : une investigation à travers ses fonctions », article soumis à la Revue officielle de l'Association Internationale de Management Stratégique AMIS, P : 06.

_ Larivet Sophie (2004) « Les manifestations de L'Intelligence Economique dans les PME 11 » OpCit, P : 04.

ومتكاملة وهي اليقظة، الحماية والتأثير وهذه المكونات تُعتبر ركائز الذكاء الاقتصادي، حيث أنّ اليقظة تُعدّ كمسار معلوماتي يساعد المؤسسة على الإصغاء المسبق لمحيطها الخارجي وتحليله لإلتقاط التهديدات والفرص التطويرية، كما أنّ الذكاء الاقتصادي يعمل على حماية المعلومات الخاصة بالمؤسسة ضد المخاطر الخارجية (السرقية والرشوة وقرصنة مواقع الانترنت والمراقبة الغير شرعية..) وحماية للإرث المعرفي، ويعمل على إستغلال المعلومة بطريقة تمكّن المؤسسة من التأثير على بيئتها لجعلها أكثر ملائمة لتحقيق أهدافها الإستراتيجية من خلال عمليات الضغط والتأثير.

ثانيا: أبعاد الذكاء الاقتصادي

يقوم الذكاء الاقتصادي على مقارنة ديناميكية تحترم القانون، وتشمل جميع الأنشطة المتعلقة بإدارة المعلومات، وحمايتها وتقاسمها وإستغلالها في إتخاذ القرارات الإستراتيجية، دعماً لتنافسية المؤسسة ولنموذ الدول والحكومات، حيث يُرقى إلى سياسة عامة تهدف إلى دعم القرارات الاقتصادية الوطنية بفضل التحكم الجماعي في المعلومات، ويمكن حصر مفهوم الذكاء الاقتصادي في كونه سياسة عامة تحددها الدولة بمشاركة باقي المتدخلين والمتعاملين، لها محتواها ومجال تطبيقها، وتتبنى عملية الذكاء الاقتصادي على العناصر التالية:¹²

1- **سياسة التنافسية:** تعتمد هذه السياسة على عمليات البحث والتطوير وتسمح بمسايرة المؤسسات في تعقب الفرص والحصول على الأسواق في العالم. وتتم هذه المسايرة عن طريق التعرف المشترك على الرهانات الإستراتيجية وتجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة، وتهدف التنافسية إلى تشجيع المنافسة وخلق البيئة المناسبة للتنافسية في الأسواق المحلية والعالمية وذلك من خلال تعزيز مستوى المنافسة السوقية وتحقيق الفاعلية في توظيف الموارد وعدالة الدخول إلى الأسواق والخروج منها إضافة إلى حماية المستهلك من الإحتكار.

_Clerc Philippe. (2003): « Intelligence Economique: enjeux et perspectives Débats Et 12 Tendances », Université Panthéon-Assas paris II, P.P 324-337.

2- سياسة الأمن الاقتصادي: تقوم سياسة الأمن الاقتصادي على توفير البيئة المناسبة للإستثمار والتنمية وتوسيع فرص العمل وتيسير سبل التقدم والرفاهية وتقليص الإنكشاف ومنع التهديد الاقتصادي وتعظيم التنافسية وتعزيز القدرة الاقتصادية للمجتمع، والسيطرة على معدل وإتجاه التنمية الاقتصادية ومقاومة وتحدي التدايعات السلبية للأزمات الاقتصادية. وأصبح التحدي الرئيسي للأمن الاقتصادي يتمثل في حماية المصالح الأساسية للدول أي ترتيب العناصر الأساسية للطاقت الاقتصادية والعلمية للدول، وأصبحت الدول تعترف وتقر بأنها ليست الوحيدة المسؤولة عن الأمن الجماعي، فالمؤسسات هي أيضًا يجب أن تشارك بصفقتها عنصرا أساسيا في الأمن الاقتصادي في حماية ومتابعة مصالحها الخاصة المشروعة. ويمكن الحصول على حقوق أمن المعلومات من خلال: الملكية الصناعية (براءات الإختراع، العلامات التجارية، الرسومات والنماذج وحقوق الطبع والنشر (البرمجيات) والسرية بواسطة تنفيذ وسائل الأمن التقني ومراقبة الدخول وتحديد الهوية، والتشفير المسموح به) وتطوير ثقافة الحذر في معظم الأحيان يتم تحديدها بالمؤسسات الكبرى وذلك بالتعاون مع الجهات المختصة في هذا المجال¹³.

3- سياسة الضغط: تركز على ممارسة الضغط للتأثير على القرار، من خلال تقديم تحاليل مفتوحة عن المشاكل الرئيسية، ولو كانت تحمل دلالات سلبية في بعض الأحيان. وهي سياسة تدير الحياة الاقتصادية عن طريق العمل الضغطي Lobbying من خلال مستوى الهيئات المعروفة بإعدادها للنظم والمعايير، حيث أن العمل الضغطي يقوم بالتأثير على القرار السياسي والاقتصادي بشرح ضرورة وإيجابية قانون ما أو خطورته، حيث قامت اللجنة الأوروبية بجعله ضروريا في العملية الديمقراطية (البرلمان الأوروبي). فساهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي الآخرين وتحديداً الحكم السياسي.

_ Bressy Gilles & Konkuyut Christian. (2006): « Economie d'entreprise », 8ème édition, 13
Édition DallozSirey, Paris P : 126.

وتبرز هذه السياسة في الأسواق التي تعتبر مصدراً للقيمة المضافة، بل ويتعدى الأمر لأن تكون مصدراً للتأثير والضغط. ومن أمثلة ذلك: مشاريع الطيران والفضاء، التسلح، الطاقة، صناعة الأدوية، الجينات، الشبكات الإتصالية، تكنولوجيا المعلومات والإتصال والأمن، ذلك أن هذه المشاريع لا تحكمها قاعدة السعر ونوعية المنتج والخدمات التابعة، لكن يتجاوز الأمر ذلك لأن تكون الموافقة والمساندة السياسية للدولة العامل في الحصول عليها.

المطلب الثاني: مراحل الذكاء الاقتصادي

إن أول مرحلة لنشاط الذكاء الاقتصادي هي تحديد الحاجة للمعلومة ، حيازة المعلومة ، معالجتها ، بثها ، واستعمالها.

و يمكننا عرض أهم مراحل الذكاء الاقتصادي فيما يلي :

1. تحديد الحاجة للمعلومة:

و هو أمر ليس صعب في أغلب الحالات، فليس من الضروري توفير الوسائل الحديثة ، وإنما يكفي في أغلب الحالات أن نطلب بمهارة : ما هي المعلومات التي نرغب في الحصول عليها ؟.

و هو ما يتطلب من المتخصصين في الذكاء الاقتصادي معرفة جيدة بتنظيم المنظمة

2. جمع المعلومة:

بمجرد تحديد الحاجة للمعلومة ، يتم اختيار أشكال للبحث عن هذه المعلومة ، و فيما يلي نذكر أهم

مصادر المعلومة:

- مصادر رسمية : و تحتوي أساسا على :
- الصحافة ؛
- الكتب ؛

- وسائل الإعلام ؛
- بنوك المعطيات و الأقراص المضغوطة (CD ROM) ؛
- مصادر معلومات الرسمية.
- مصادر غير رسمية:

إن أهم ما يميز هذه المصادر أن المعلومات التي تقدمها تتطلب مجهود شخصي من الفرد الذي يريد جمع المعلومة ، يجب أن يبقى على اتصال ، أن ينتقل ، يضيع الوقت ،... إلخ حتى يحصل على ذلك ، و تتنوع هذه المصادر من بينها ما يلي:

- المنافسين في حد ذاتهم ؛
- الموردين ؛
- مهمات وأسفار الدراسة ؛
- المعارض ؛
- الطلبة المتمرنين ؛
- المصادر الداخلية للمنظمة

ويقصد بمصادر المعلومات المفتوحة مجموعة المنشورات الإحصائية الرسمية و الصحف و البرامج الإذاعية و

المنشورات التجارية، أما المصادر المغلقة للمعلومات فتمثل التقارير و البرقيات من السفارات و

القنصليات...، والمعلومات السوداء (السرية) والتي يتم الحصول عليها من دون موافقة من حكومات أجنبية تأتي

من الأقمار الصناعية، من أسرار سرقت من قبل أحد الرعايا الأجانب.

-يقال أنه عادة ما تكون المعلومات المتحصل عليها و التي تتم معالجتها في إطار نشاطات الذكاء الاقتصادي لا

تطرح أي إشكال قانوني خاص لأن الأمر يتعلق بمعلومات مفتوحة إلا أن هذه النظرة للموضوع تعد ناقصة لأنه

يجب الأخذ بعين الاعتبار حرية استعمال المعلومة (تعارض المعلومة المفتوحة مع المعلومة المغلقة أي السرية). لكن يجب الأخذ بعين الاعتبار حرية استعمال المعلومة، فمن وجهة النظر هذه توجد معلومات مفتوحة (بمعنى الدخول إليها غير محدودة) و التي من خلالها يمتلك منتجها وأصحابها حقوق خاصة (الحماية عن طريق حقوق التأليف، الملكية الصناعية، الحماية التعاقدية بنود السرية) أو التي بعض استعمالاتها يمكن أن تكون محل عقوبات عن طريق تدابير قضائية خاصة ومن ثم فإن المعالجة غير المسموحة لأي معلومة مفتوحة يمكن عددها مساسا بإرث المؤسسة.

— إن تطوير ممارسة الذكاء الاقتصادي يفرض على كل المؤسسات مضاعفة تدابير الحذر فيما يخص حماية إرثها المعلوماتي عن طريق معرفة و استعمال كل المصادر القانونية المتاحة لهذا الغرض و تسخير كل الوسائل البشرية، المعلوماتية و التنظيمية.

3. معالجة المعلومة:

إن معالجة المعلومة هي أساس الذكاء الاقتصادي ، فهذا الإجراء يعتمد أساسا على قيمة المعلومة بالنسبة للمستعمل . و تعني المعالجة بجميع كل المعطيات المحصل عليها من أجل تحليلها بشكل متجانس . و تعتبر ترجمة المعلومة خطوة أساسية لإجراء المعالجة . فهي تعطي صورة تحليلية ، غنية لكل المعلومات التي تكون محتفية دائما في سطور الوثائق.

و نعلم أن ما يواجه أفراد المنظمة اليوم ليس نقص المعلومة و إنما كثرتها لذلك يجب معالجة المعلومة ، و هو ما يتطلب العمليات التالية:

- التقييم ؛
- فرز المفيد منها من غير المفيد ؛
- تحليل ؛

• تحويلها إلى شكل مناسب

4. بث المعلومة من أجل اتخاذ القرار:

إن الخطوة الموالية للخطوات الثلاث السابقة هي إعطاء قيمة لهذه المعلومة بثها داخل المنظمة حتى تساهم في خلق قيمة مضافة.

إن كل العمليات السابقة ، تحديد ، جميع ، و معالجة المعلومة ، يكون بدون فائدة ، إذ لم يتم بث هذه المعلومة و إيصالها لمتخذي القرار بالمنظمة . فالمعلومة لا تكون ذات قيمة إلا إذا جاءت في الوقت المناسب و بالشكل المراد ، للشخص الذي يستخدمها ،

تكلف المعلومة كثيرا ، لذلك يجب توفيرها للذين يحتاجون لها من أجل استخدامها.

إن بث المعلومة إذا يشكل خطوة أساسية لإجراء الذكاء الاقتصادي ، بشرط أن تستخدم بذكاء و حذر.

و يعتبر بث المعلومة غير كافي ، بل يجب أيضا تحويل هذه المعلومات إلى فعل حتى تحقق قيمة مضافة

فالمتخصصين في الذكاء الاقتصادي يجب أن يكونوا قادرين على إقناع الآخرين بالعملية ، و على تركيب التقنيات التي تسمح بتطبيقها في المنظمة.

- فإذا لم نفهم ما هي احتياجات طالب المعلومة ، فإننا نكون قد أضعنا أهم عنصر في الذكاء الاقتصادي.

- إن لم يكن لدينا مصدر موثوق ، فلا داعي للمواصلة ، فالمصادر رديئة النوعية تؤدي إلى تشوش في المعلومات ،

وهو ما يعقد عمل التحليل ، أما إذا كانت المصادر موثوقة فهي تسهل أكثر عمل التحليل.

- التحليل يجعل المعلومة التي نحتاجها قابلة للاستعمال.

- المعلومة التي لا يتم بثها و إعلانها لا تفيد في شيء ، و التغذية الراجعة تبين لنا ما إذا كانت المعلومة قد أدت

إلى تلبية رغبة المستعمل أم لا.

- يجب الاحتفاظ ببعض المعلومات السرية و الإستراتيجية و حمايتها.

المطلب الثالث : مستويات الذكاء الإقتصادي

يمثل الذكاء الإقتصادي مفهومًا جديدًا نشأ في ظل الإقتصاد القائم على المعرفة، يشمل كافة العمليات المرتبطة بإدارة المعلومات والمعارف، أيا كان مجالها، والإستفادة منها كأسلحة إستراتيجية في مواجهة تحديات البيئة التي تعيش فيها المؤسسة الإقتصادية. فهو يطبق على المستوى الكلي (الدولة) أو على المستوى الجزئي (المؤسسة)، وفيما يلي سيتم التطرق إلى هذين المستويين:¹⁴

أولاً: المستوى الكلي (الدولة)

يسمح إستعمال الذكاء الإقتصادي في السياسة العامة بتطوير سوق الشغل في المستقبل وخلق التنافس في ميدان البحث والتطوير، والحث على النباهة بالإعتماد على الذكاء الإقتصادي يكون من خلال ممارسة اليقظة التكنولوجية ومراقبة وحراسة المنافس بتحسيس إطارات المؤسسات بالحذر من تسرب وسرقة المعلومات الخطيرة والهامة، لأن العوامة لا تعني الصراعات الإقتصادية بين الدول، بل هي تسابق مستمر وحاد للحصول على الموارد الطبيعية والتحكم فيها كمصادر الطاقة للوصول إلى الأسواق الإستراتيجية، ومراقبتها، والتحكم في التكنولوجيات المتطورة، وسد الطريق في وجه المنافسين الجدد في كل القطاعات¹⁵.

كما يسمح تطبيق الذكاء الإقتصادي على المستوى الكلي إلى تحقيق ما يلي:¹⁶

_Chell Amine. (2003) : « L'intelligence économique au service de L'identification 14 d'opportunités

entrepreneuriales », communication soumise au XIIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique(AMIS), Les Côtes de Carthage, Tunisie, les 3, 4, 5 et 6 juin 2003, P : 04.

¹⁵ مسعود ديلمي (2008)، الذكاء الإقتصادي والعمل الضغطي: الحروب الخفية، جريدة القدس العربي، السنة العشرون، العدد 6061، 18. ص 2008/11/72

¹⁶ تير رضا، "دور ال ذكاء الاقتصادي في ارساء أليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير: واقعه وأفاقه في الجزائر" ص-18 20

◆ معرفة وفهم الإشكاليات المتعلقة بالعملة ومجتمع المعلومات، والتحكم في طرق التحليل الجيوسياسي والجيو

إقتصادي المساعدة على إتخاذ القرارات في المؤسسات العمومية والخاصة؛

◆ التحكم في حلقة الإستعلام؛

◆ التعرف والتعبير على إحتياجات المؤسسة في مجال المعلومات؛

◆ إقامة وتنشيط وقيادة نظام جمع وإستغلال ونشر المعلومات وفق سلم إتخاذ القرارات؛

◆ إقامة نظام تخزين وإستثمار المعارف المتوصل إليها؛

◆ التعرف والتحكم في الرهانات والمخاطر المتعلقة بالمعلومات؛

◆ تجديد وتنفيذ السياسة الأمنية داخل المؤسسات العامة والخاصة؛

◆ إقامة وتنفيذ خلية لإدارة الأزمات؛

ثانيا: على المستوى الجزئي (المؤسسة)

الذكاء الإقتصادي عملية تتجاوز إطار المؤسسة فهو قادر على أن يغطي البعد المحلي، الوطني أو الدولي، إذ أن

المؤسسة تمثل المجال الطبيعي لتطبيق الذكاء الإقتصادي، لأنه قبل كل شيء يعد منهجًا يعمل على تحديد

التحديات والفرص التي تواجهها، عبر توريد المعلومة الإستراتيجية والمفيدة لمتخذي القرار فيها، وفقًا لمقاربتين

لتسيير المعلومة، إحداها دفاعية والمتعلقة

بحماية الإرث المعلوماتي والثانية هجومية تهدف إلى دعم المركز التنافسي¹⁷. وبالتالي يسمح تطبيق الذكاء

الإقتصادي على المستوى الجزئي إلى تحقيق ما يلي:

17 _منصب مقاوب (2009)، الذكاء الإقتصادي ودور أنظمة المعلومات في إتخاذ القرار: مقارنة جديدة لقرار ذكي، مجلة العلوم الإجتماعية

والإنسانية، العدد 21، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ديسمبر 2009، ص351.

- ◆ تفعيل نظام المعلومات؛
- ◆ إلغاء حواجز مرور المعلومة؛
- ◆ بث ثقافة تبادل المعلومات والذكاء الإقتصادي داخل المؤسسة؛
- ◆ تخفيض مستويات الهيكل التنظيمي من أجل تسريع الإتصال؛
- ◆ تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية وتحقيق الحماية والتأثير؛ بالنسبة لمستويات الذكاء الاقتصادي فقد تناولها الكاتب F.Jakobiak في خمس مستويات لخصها في الشكل التالي

الشكل رقم(1-3): يبين مستويات الذكاء الاقتصادي



Source :F. Jakobiak, (2001) : « L'intelligence économique en pratique avec l'apport d'interne et des NTIC : comment bâtir son propre système d'intelligence économique », édition d'organisation, 2^{ème} édition, paris, P : 13.

من خلال الشكل يتضح أن السلطات العمومية تضطلع لإرساء منظومة وطنية للذكاء الإقتصادي، من خلال وضع الإستراتيجيات الكفيلة بإختراق الأسواق الخارجية بجمي مع الوسائل المشروعة والممكنة، إقتصادية

كانت أو سياسية أو إعلامية أو ثقافية، وذلك من خلال التنسيق وتبادل المعلومات بين المراكز العليا للقرار، مع ضمان التواصل بين فروع المؤسسات الكبرى ومراكز البحث والخبراء وغرف التجارة والصناعة.

هذا التجاوز للنشاطات التقليدية للمؤسسة ناتج عن الإرادة أو النية الإستراتيجية والتكتيكية التي يجب أن تأخذ الصدارة عند القيام بتنفيذ النشاطات الجزئية، وكذا عن التفاعل بين كل مستويات النشاط المعنية بمهام الذكاء الإقتصادي بداية من القاعدة (المستوى الداخلي للمؤسسة) مروراً بالمستويات الوسيطة وصولاً إلى المستويات الوطنية (الإستراتيجيات المتفق عليها من بين مختلف مستويات القرار) ثم المستويات المتعددة الجنسيات (المجتمعات المتعددة الجنسيات) أو الدولية (إستراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة)؛

ثالثاً: دور الدولة في مساعدة المؤسسات بمجال الذكاء الإقتصادي

إنّ الذكاء الإقتصادي ليس حكراً على الدولة أو على المؤسسة بل هو مفهوم يخص كلا الطرفين، إلا أن الدولة تستخدمه من خلال رؤية عامة، في حين تستخدمه المؤسسة من خلال رؤية خاصة، وبالتالي فإن الأهداف والوسائل تختلف، بدون تناسي أن نتائج المؤسسات لها تأثير على الدولة ونشاطات هذه الأخيرة تؤثر على المؤسسات، وبالتالي فإن دور الدولة يتمثل في توجيه سياسة الذكاء الإقتصادي وتوفير الوسائل الضرورية للمؤسسات من أجل تطبيقه وهذا عن طريق:¹⁸

- ◆ تهيئة الجو والظروف الملائمتين لمساعدة المؤسسات على تخطي العقبات التي تتخبط فيها.
- ◆ التقليل من الالايقين، معتمدة في ذلك على وزن القطاع العمومي في الإقتصاد المحلي وأهمية هياكله في الميدان (أجهزة الإحصاء، السفارات، غرف التجارة... إلخ)
- ◆ تعريف المحاور الأولية في التنمية؛

18 _ بن عنتر عبد الرحمان، " دور الدولة في تفعيل إستراتيجية الذكاء الإقتصادي في الجزائر"، المؤتمر العربي الخامس للمعلومات الصناعية والشبكات، الرباط، المملكة المغربية، 02-22 ديسمبر 2011، ص ص (3-4).

◆ إبراز النشاطات الفعلية للذكاء الإقتصادي؛

◆ تثبيت المصطلح في الميدان، حيث يعتبر أول عقدة بالنسبة لإنطلاقة المؤسسات؛

◆ التعريف بالنشاطات ذات الأولوية الحالية من خلال التوجيهات الإستراتيجية التي تنشيء نظرة واضحة حول

الموضوع؛

◆ توفير المعلومات الموثوقة والمصدقة من خلال إنشاء منظمة مركزية مرتبطة مباشرة بالحكومة، أو طرح ممثلين

لدى الوزارات المهمة، ومنظمات أخرى مثل: الجمارك، مركز الإحصائيات... إلخ

هذه بصفة عامة مختلف الأدوار التي يمكن أن تساعد الدولة من خلالها المؤسسة على تطبيق نظام الذكاء

الإقتصادي.

المبحث الثالث : أهمية ونماذج الذكاء الاقتصادي

مع ظهور العولمة، وإنتشار المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بكيفية جمع المعلومات وإستغلالها، وقع الكثير من

الخلط بين هذه المصطلحات، لهذا كان من الضروري إبراز أهداف وأهمية الذكاء الإقتصادي من أجل تفرقة عن

غيره. وكذا أهم نماذجه

المطلب الأول: أهداف و أهمية الذكاء الاقتصادي

أولا أهداف الذكاء الإقتصادي

لقد تعددت أهداف الذكاء الإقتصادي حسب آراء الكتّاب ويمكن ذكر ما يلي منها:

حسب Jakobiak فإن أهداف الذكاء الاقتصادي هي عبارة عن أجوبة للسؤال لماذا؟ والإجابة على هذا السؤال، يكون إستعراض لأهداف الذكاء الاقتصادي عند تطبيقه على مجم وعة من الأهداف وهذه الأخيرة تتمثل في:¹⁹

- ◆ جلب وخلق معارف تتوافق مع العولة واستراتيجيات التطور للبلدان؛
- ◆ تطوير أكثر للعمليات والتعليمات من أجل فهم أحسن وتسيير بيئتها بشكل أفضل؛
- ◆ إنتاج معلومات بقيمة مضافة أكثر وتقليص عدم التأكد في القرارات؛ كما هناك أهداف أخرى للذكاء

الإقتصادي نذكر منها ما يلي:²⁰

- ◆ التحكم في المعارف وما يجب عمله؛
- ◆ فهم ومعرفة الفرص والتهديدات؛
- ◆ التنسيق بين مختلف الأعوان (إعداد والتحكم في شبكة أو شبكات داخلية وخارجية)؛
- ◆ إعداد إستراتيجيات للتأثير؛

أما Alain Juillet يحدد أهداف الذكاء الاقتصادي كالتالي:²¹

-
- _Khalifi Amal ;l'intelligence économique au service de développement économique 19 perspective d'une application en Algérie ;thèse de docteur en sciences économiques option planification F.S.G université Alger 2007-2008 ;P121 .
- Pierre Achard (2005); « la dimension humain de l'intelligence économique » ;édition la 20 voisier; Paris ;P.P (151-152)
- Jean Pierre Legendre (2006) « L'intelligence économique » Guide pratique pour les PME, 21 Rapport 2006 du CIE (le Cercle d'Intelligence Economique) du MEDEF Paris, Novembre 2006, P5

◆ التحكم في المعلومة والمعرفة والحفاظ عليها نظرا لأهميتها في تطوير وترقية المؤسسة.

◆ التعرف على كيفية تسيير المعلومة وإنتقاء الأهم منها للخروج بما هو ضروري لفائدة المؤسسة لاسيما في مجال

إتخاذ قراراتها الحاسمة؛

وفي صيغة أخرى له يقول: "هدف الذكاء الإقتصادي هو المنافسة على مستوى السلطات العليا".

بالإضافة لكل ما سبق فإن Oliver Guitton عبّر عن أهداف الذكاء الإقتصادي حسب الزمن وقسمها

إلى طويلة الأجل، متوسطة الأجل، قصيرة الأجل كما يلي:²²

1-أهداف طويلة الأجل: حيث يعمل الذكاء الإقتصادي على توقع الإشارات الضعيفة من البيئة (حول

وضعية المنافسين وتغير قوى السوق....) والعمل على بناء التصورات الممكنة للمستقبل؛

2-أهداف متوسطة الأجل: توافق المبادئ والقوانين مع تطور البيئة الذي يسمح بتكيف المؤسسة مع البيئة؛

3-أهداف قصيرة الأجل: العمل ورد الفعل للإشارات القوية التي تنشّط وتحذر وهذا يتم من خلال الإعتماد

على الأساليب التسييرية في إتخاذ القرارات وخطط الأعمال.

ثانيا: أهمية الذكاء الإقتصادي

في ظل المناخ الإقتصادي الحالي، يجلب الذكاء الإقتصادي العديد من المزايا للمؤسسات والدول، لمساهمته في

تسهيل التحكم في أعمالها، سوقها وبيئتها، مساعدتها في توقع الإتجاهات الرئيسية والفرص والتهديدات القادمة

وتنبئها ضد مخاطر فقدان القدرة التنافسية أو المعلوماتية، يمكن التعبير عن الأهمية والفائدة التي يجلبها الذكاء

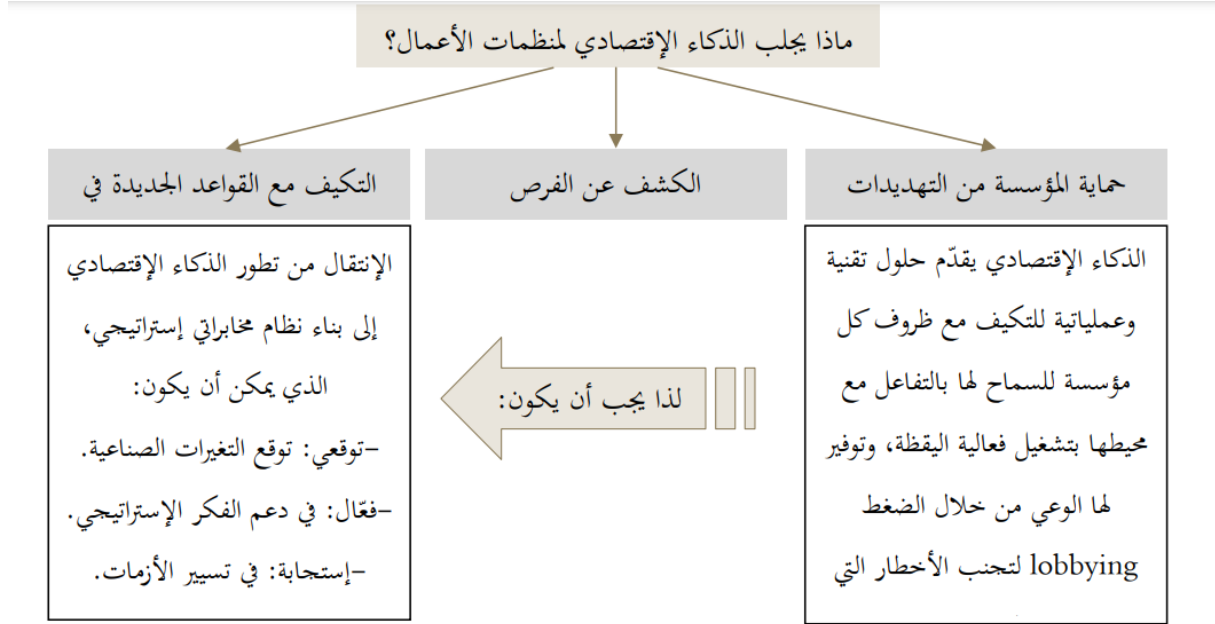
الإقتصادي من خلال الشكل التالي.

-B.Bernard & P.J.Claude (2001), « Du Renseignement a l'Intelligence économique », 2^{em} 22

édition,dumond,

Paris; P7

الشكل رقم (1-4): أهمية الذكاء الاقتصادي في منظمات الأعمال ماذا يجلب الذكاء الاقتصادي لمنظمات الأعمال؟



حيث من خلال الشكل يمكن أن نحصر أهداف الذكاء الاقتصادي في ثلاث محاور أساسية وهي:

1-مراقبة المنافسة: تجلب عولمة التجارة منافسين جدد، ما يتيح للذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية

إكتشاف وتوقع وصولهم للسوق، وبما أنه لا يمكن محاربة المنافسة دون مراقبة وأن الإستراتيجيات التنافسية

تستدعي إستثمارات مكلفة للمؤسسات الاقتصادية. فالذكاء الاقتصادي يمثل الأداة المفيدة في ذلك. لأنه ناتج

عن الإندماج بين أنظمة اليقظة والتقنيات العسكرية لجمع المعلومات، وبالتالي فهو أداة التنافسية التي توفر

أفضل توافق للنائية (السعر/الجودة) بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية. فالذكاء الاقتصادي هو أفضل وسيلة

للموازنة بين محدودية الموارد من حيث الوقت والمال من جهة والجهد المضي والمكلف لجمع البيانات من جهة

أخرى. هذا هو النهج الأول لبناء التحالفات التي يمكن أن تكون مفيدة لإستدامة المؤسسة. ويتعلق الأمر هنا

بجمع المعلومات بوسائل قانونية، معلومات شبه سرية أي رمادية من خلال تحليلها وضبط التداخل بينها، ويمكن

إستخلاص الدروس من ما يفعله المنافسين في السوق من خلال متابعة الصحف، إستكشاف الانترنت وجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات ذات الصلة بالسوق بما في ذلك العملاء.

2- كشف الفرص: يمكّن الذكاء الإقتصادي مختلف الأعوان الإقتصاديين من كشف الفرص التي يمكن أن تؤدي إلى الابتكار والإستحواذ على حصص في السوق، والرفع من الإنتاجية وعقد شراكات. فهو يساعد على توفير مزايا تطوير قدراتها التنافسية وفي المقابل يسمح بالكشف عن [ديدات المنافسين (شن هجوم تجاري من خلال إدخال منتوجات جديدة، تقدم تكنولوجي، عمليات دمج أو تملك... إلخ) في البيئة (التطورات التنظيمية والقانونية... إلخ) وكل ذلك لإتخاذ الإجراءات المناسبة وفي أقرب وقت ممكن. فضمان الكشف عن الفرص المتاحة والتهديدات، يزيد من سرعة التفاعل والقدرة على التنبؤ والتكيف.

3- التحكم في المخاطر المعلوماتية: يؤمّن الذكاء الإقتصادي السيطرة على المخاطر المعلوماتية، سواء تعلق الأمر بالتقاط أو تحويل معلومات إستراتيجية ولكن هناك احتمال بأن تكون هذه المعلومات مؤكدة أو لا ما يؤدي إلى تغيير أو التأثير على صورة، سلوك وإستراتيجية الفاعلين الاقتصاديين. وبالتالي فإن الذكاء الإقتصادي يضع من جهة، إستراتيجية أمن المعلومات (الجوانب الإنسانية والتنظيمية، أمن نظم المعلومات وإستخدام الحق في الإختيار بين الشركاء والموردين من هم محل للثقة والتحكم في الإفصاح عن البيانات الخاصة بها من خلال المواقع والوثائق والعلاقات مع الشركاء... إلخ)، ومن جهة أخرى اعتماد منهج إعلامي دفاعي نشط (إدارة السمعة، مقاومة التضليل... إلخ). كما يسمح الذكاء الإقتصادي بالتأثير على مجرى الأحداث الخارجية من خلال إجراءات إتصالية مُتحكم فيها والضغط على مختلف المستويات وطنيا وإقليميا أو حتى دوليًا بعقد إتفاقيات، لوائح، معايير أو موثيق.... إلخ

ولكن لا ينبغي الخلط بين الذكاء الإقتصادي والمخابرات، فهي من صلاحيات الدولة والتي تمثل هيئات متخصصة حتى ولو كان يستخدم بطبيعة الحال لخدمة المصالح الإقتصادية الوطنية.

المطلب الثاني : أدوات الذكاء الاقتصادي

لقد هيأت تكنولوجيا الإعلام والاتصال كافة الظروف لنمو عمليات الذكاء الاقتصادي في العالم، حيث أدى التزايد السريع في عدد الحواسب الآلية وطرق جمع المعلومات والتحليل إلى تبني الذكاء الاقتصادي من قبل مختلف المؤسسة والهيئات العامة والخاصة، ومن بين المؤسسات التي عملت على إيجاد نماذج للذكاء الاقتصادي نذكر نموذج فولد (1995) ، يضم هذا النموذج خمس أدوات وهي على التوالي:

أولا : ملمح نوايا وقدرات المسيرين

يسمح بالتنبؤ بقرارات هؤلاء وتحديد العوامل التي تؤثر على اجراءات اتخاذ القرار لديهم، ويجب الاخذ بعين الاعتبار سبعة محددات هي : أنماط القيادة المسارات المهنية الكفاءات، التوجيهات، الميولات والتقارير السابقة.

ثانيا: البانشمار كينغ

يقصد بها العملات الأخرى لتحسين الانجاز والأداء في الشركة نفسها ، وهذا بأقل تكلفة ووافر في الوقت، وتجنب الأخطاء التي وقعت فيها تلك الشركات أو المنظمات.

ثالثا: تحليل الإستراتيجية المستقبلية

ويقصد من ذلك محاولة معرفة مختلف نقاط القوة و الضعف وكذا الفرص و التهديدات التي تحيط بالمؤسسة.

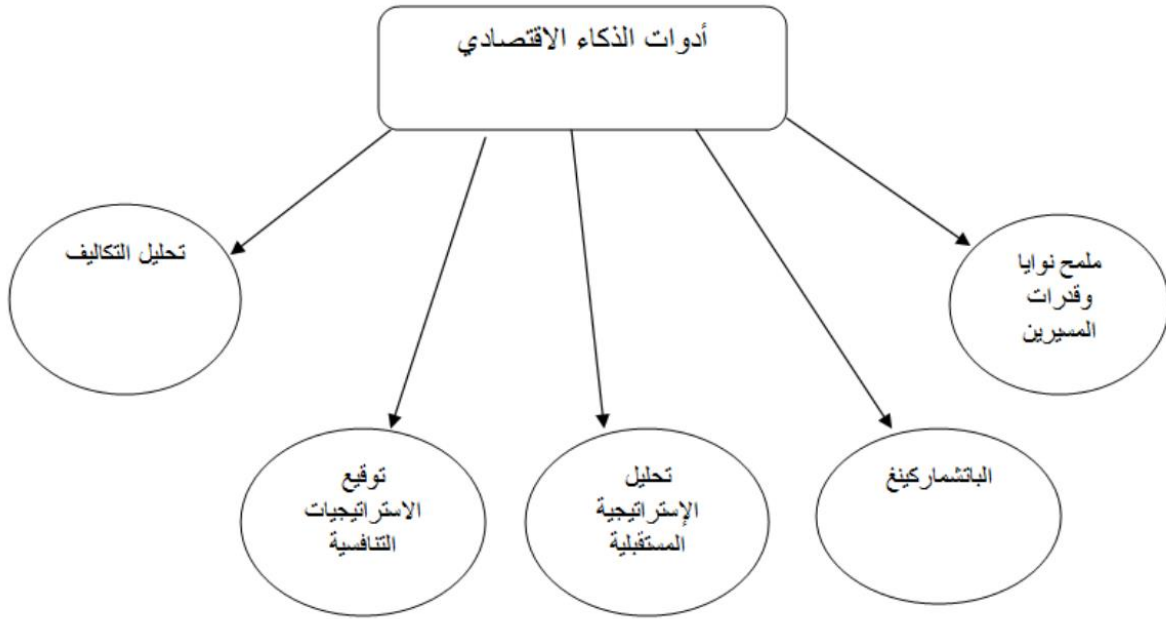
رابعا : توقيع الإستراتيجية التنافسية

يقترح نموذج فولد تحليل القوى المحيطة الأربيع للمؤسسة وهي على التوالي: اللوائح والتنظيمات التكنولوجية، التغيرات في قطاع النشاط (عمليات الضم والدعم) وأخير الزبائن (نمو عائدات الاستهلاك).

خامسا: تحليل تكاليف

يعتمد المحلل أساس على الميزانية كأداة تحليلية، ويتمثل العنصر الأساسي لهذه المقارنة في التركيز على العوامل الحرجة كإجراء المعدات البنائيات والتجهيزات والتكاليف الإدارية.²³

الشكل رقم (1-5): أدوات الذكاء الاقتصادي



المطلب الثالث : نماذج الذكاء الاقتصادي في العالم:

تعتبر هذه النماذج نظام لجمع المعلومات الاقتصادية، الصناعية و التكنولوجية ومن بين النماذج المعروفة الرائدة في هذا المجال نذكر أهمها :

²³ معروف جيلالي، مرجع سابق، ص ص1011.

1- وسائل الذكاء الاقتصادي "نموذج فولد Fuld" 24:

لقد هيأت تكنولوجيا الإعلام والاتصال كافة الظروف لنمو عمليات الذكاء الاقتصادي في العالم. حيث أدى التزايد السريع في عدد الحواسيب الالية وطرق جمع المعلومات و التحليل إلى تبني الذكاء الاقتصادي من قبل مختلف المؤسسات و الهيأت عامة أو خاصة. ومن بين المؤسسات التي عملت على إيجاد نماذج للذكاء الاقتصادي، نذكر نموذج فولد (Fuld 1995)، يضم هذا النموذج ست أدوات وهي على التوالي:

2-1- ملامح نوايا و قدرات المسيرين: يسمح بالتنبؤ بقرارات هؤلاء وتحديد العوامل التي تؤثر على إجراءات

إتخاذ القرار لديهم. و لاعداد الملمح النفسي لصاحب القرار، يجب الأخذ بعين الإعتبار سبعة محددات هي: أنماط القيادة، الثقافات، المسارات المهنية، الكفاءات، التوجهات، الميولات والقرارات السابقة. كما يتم تحليل هذه المحددات في ظل مناخ المؤسسة الحالي والمستقبلي، من وجهة نظر التكاليف و التكنولوجيا المتاحة، الإدارة و العمليات.

2-2- الباناشماركينغ (Benchmarking) يقصد بها عملية دراسة و تبني الممارسات الأفضل من بين الممارسات التي تتبعها المنظمات (الشركات) الأخرى لتحسين الانجاز و الأداء في الشركة نفسها. و هذا أقل تكلفة و أوفر في الوقت و يجنب الأخطاء التي وقعت فيها تلك الشركات أو المنظمات، و بالتالي عدم اختراع طريقة اخترعها الآخرون و جربوها.

2-3- تحليل الإستراتيجية المستقبلية: ويقصد من ذلك محاولة معرفة مختلف نقاط القوة والضعف وكذا الفرص و

التحديات التي تحيط بالمؤسسة. وهو نفس النموذج المعروف في مجال التحليل الاستراتيجي باسم SWOT. وتسمح نتائج هذا التحليل بتحديد توجه استراتيجي و محاور أولية للتدخل.

²⁴ تير رضا، مرجع سابق.

2-4- توقع الاستراتيجيات التنافسية: يقترح نموذج Fuld تحليل القوى المحيطية الأربع للمؤسسة وهي على

التوالي: اللوائح والتنظيمات، التكنولوجيا، التغيرات في قطاع النشاط (عمليات الضم و الدعم) و أخيرا الزبائن (نمو

عائدات الاستهلاك). وهناك طرق أخرى في هذا المجال منها: القوى الخمسة لبورتر، نموذج الاستجابة للمنافسة

الذي يقضي بتقييم مختلف الاستجابات للمنافسة باستعمال عدة تقنيات منها الطرق التقليدية لتحليل

المنافسة، المماثلة، النماذج الرياضية والطرق النوعية (مقابلات الأخصائيين، الملاحظون).

2-5- توقع إدخال منتج جديد: يقترح Fuld في هذا الإطار ما يسمى ب Timelining، ويقصد بذلك

متابعة النشاطات العملية للمؤسسات و التعرف على المعلومات الناتجة وتحليلها.

2-6- تحليل التكاليف: ويعتمد المحلل أساسا على الميزانية كأداة تحليلية. ويتمثل العنصر الأساسي لهذه المقاربة

في التركيز على العوامل الحرجة كمشراء المعدات، البنايات والتجهيزات و التكاليف الإدارية.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن كل نوع من المؤسسات و الهيأت تطور طرق خاصة بها في هذا المجال وذلك تماشيا مع

طبيعة نشاطاتها ومجالات تدخلها.

2-النظام الياباني :

انتقل اليابانيون في كثير من القطاعات الصناعية من عملية التقليد إلى الابتكار عن طريق التكامل بين الذكاء

الاقتصادي و المنافسة في مجال البحث و التطوير ، و فتح حصص في السوق الخارجي .

إن نظام الذكاء الاقتصادي الياباني يتسم بالاهتمام الكبير بالمعلومة كأداة إستراتيجية التي تتحقق من خلال حجم

الاستثمارات في هذا القطاع ، حيث حوالي 1,5 % من رقم أعمال المؤسسات يستثمر في مجال الذكاء

الاقتصادي و يستغرق 3 إلى 4 % من وقتها في هذا المجال . و تعتمد المؤسسات اليابانية على الجامعات اليابانية

(Sogo Shoshas) لإمدادها بالمعلومات ، و هذا ما يفسر الاستثمار المنظم للمنشورات و قواعد البيانات ، و التزام اليابان بالمعارض التجارية و الاجتماعات و البعثات 25.

إن الذكاء الاقتصادي في النظام الياباني:

- يتمركز في وزارة التجارة الدولية و الصناعة (MITI) و التي يتمثل دورها الأساسي في مساعدة المؤسسات اليابانية و توجيهها و إعلامها ، كما يرتبط بهذه الوزارة كل من الجامعات اليابانية ، الشركات التجارية العظمى التي تمول مراكز البحث و التطوير ، المنظمات المهنية و الهيئات الإدارية ذات الطابع البحثي و العلمي . و قد اعد هذا النظام لفائدة المؤسسات وفقا لقاعدة أن الإدارة الجيدة للموارد التي تسمح بخلق القيمة تتبنى سياسة متكاملة لإيفاد المتربصين و المتدربين اليابانيين إلى الخارج ، و استقبال المتدربين الأجانب و مطالبة هؤلاء بإعداد تقارير حول مهامهم 26.

و يحظى عنصر الثقافة بأهمية كبيرة باعتبارها محرك لأداء النظام الذي يفسر نجاح اليابان التي تميل إلى الثقافة الجماعية .

إن إجراءات يقظة المؤسسات اليابانية تتمثل في ثلاث مميزات أساسية هي :

تدفقات أفقية للمعلومات التي تعكس عدم مركزية الإبداع .

البحث عن الزيادة (redondance) في جمع المعلومة .

استثمارات مهمة مخصصة لجمع المعلومات و نشرها .

Halshs.archive-ouvertes.fr/docs/00/06/25/92/PDF /sic-00001384.PDF²⁵

²⁶ تير رضا ، مرجع سابق .

من الشكل رقم 1 نستنتج أن هذا النظام يقوم على الوزارة الأولى و الوزارات الاقتصادية و عالم الأعمال الذي يساهم في تحديد الإستراتيجية العامة و الشاملة للبلاد ، و أخيرا هيئات التفكير (Think Tanks) التي تساهم في تطوير البحث و إدماج التطوير و الإبداع عن طريق الدراسة المقارنة و التكنولوجية .

3-النظام الأمريكي:

لقد عرف المشهد الأمريكي في مجال الذكاء الاقتصادي تحولا كبيرا في عقد التسعينات من القرن السابق تبعا للعديد من التحولات الدولية من بينها حجم التنمية الاقتصادية التي حققها كل من اليابان و أوروبا باعتبارهما منافسين رئيسيين للولايات المتحدة . و على سبيل المثال واجهت شركة "بوينغ" الأمريكية منافسة شديدة من طرف "أيرباص" ، و الإدارة الأمريكية للطيران و الفضاء (NASA) من قبل محطة "أريان" للفضاء و بهذا عمل الأمريكيون على إيجاد سوق رائجة للمعلومات و التي أصبحت رائدة فيما بعد. إذ تضم هذه السوق أنواعا عديدة من متعاملي المعلومات كالسماسرة ، الجامعات ، هيئات البحث و التفكير ، المكتبات ، هيئات الأمن الخاصة . أما الهدف الأساسي لعملية الذكاء الاقتصادي في الولايات المتحدة فيتمثل في دعم التأثير و عمل جماعات الضغط لتحقيق أهداف المصلحة العامة في الداخل كما في الخارج. بالإضافة إلى ذلك ، تشترك كافة الهيئات و المؤسسات في إعداد الإستراتيجية الوطنية ذات الأولوية بالنسبة للبلد ، و التخطيط لتنفيذها وفقا لآليات عمل محكمة الدقة:

و ضمن هذا الإطار تندرج أهداف فرعية منها :

- تسهيل عملية الحصول على المعلومات ذات القيمة الاقتصادية و الإستراتيجية للجميع.
- دعم و تحسين التلاحم الوطني.
- تقليص هدر الموارد بغرض التحكم في تكنولوجيا المعلومات.
- إعادة التفكير في حماية الشبكة الوطنية للمعلومات

و لتحقيق هذه الأهداف تعمل المؤسسات في أمريكا حول المركز الرئيسي لهذا النظام و هو البيت الأبيض و المجلس الأمن القومي حيث يتم تشكيل ما يسمى بغرفة الحرب (war room) خاصة بكل سوق يتم اعتبارها إستراتيجية و ذلك لجمع و تركيز و توزيع المعلومات الخاصة بها بين الأعوان الاقتصاديين العموميين و الخواص . و ما يمكن ملاحظته على هذا النظام تبنيه لنشاط الوكالات الخاصة للاستعلامات مثل Pinkerton و Kroll . كما توجد هيئات مركزية أخرى كالمجلس الاقتصادي الوطني الذي أسس سنة 1993 و الذي يعتبر تأسيسه ثورة في مجال تقديم الدعم و الاستشارة لمختلف الهيئات . و تتميز شركات الذكاء الاقتصادي الأمريكية بحجمها الضخم و الممتد إلى كافة أنحاء العالم، و تستخدم طاقات و بشرية هائلة. و مثال ذلك مؤسسة Kroll International التي توظف ما بين 5000-6000 أجير موزعين على 60 مكتب حول العالم ، و تحقق رقم أعمال يقدر بحوالي 10 مليار دولار سنويا. تعمل هذه المؤسسة على تحليل الخطر الاقتصادي والتجاري بناء على العوامل الستة التالية: الاستعلامات ، الأعمال و التحقيقات ،التحقق من السوابق المهنية ، خدمات الأمن و الحماية ،امن شبكات المعلومات ، المساعدة القضائية و التحليل الاستراتيجي و التنافسي .

4-النظام الفرنسي :

على عكس النظامين السابقين ، يتميز النظام الفرنسي بوجود دور قوي للحكومة في ميدان الذكاء الاقتصادي إلى جانب المؤسسات العمومية الكبرى كما أن المبادرات العمومية في فرنسا تتغلب على كل ما هو خاص ، بالإضافة إلى ذلك يبقى النموذج الفرنسي رهين عائقين أساسيين هما :

- العائق الدستوري : بحكم و جود ثنائية الحكم في الجهاز التنفيذي (رئيس الجمهورية – وزير أول) خاصة في مرحلة التعايش السياسي . كما يؤخذ على تركيبة الوزارات ضعفها في تجسيد آليات اليقظة و الذكاء الاقتصادي و حتى في إبراز الإرادة في التغيير

- العائق الثقافي : و قد نتج عن ظواهر الانتماء الحزبي و المرجعيات الثقافية و الفكرية لمختلف أسلاك الموظفين و ظاهرة إخفاء المعلومات و التحفظ عليها كما إن ثقافة الدبلومات الممنوحة في مختلف المدارس العليا و الجامعات في فرنسا تركز نوعا من عدم التجانس في الثقافات الإدارية ، و بالتالي ضعف الثقافة المشتركة و الرغبة في التحديث و التطوير ضف إلى ذلك عدم قدرة ما يسما بالهيئات (Fondations) على جلب الذكاء البشري الخارجي و استخدامه في إقامة آليات الذكاء الاقتصادي و الاستفادة منه على نحو ما هو جاري العمل به في مؤسسات و هيئات التفكير في الولايات المتحدة أو اليابان .
- على سبيل المثال ، توجد بفرنسا 473 هيئة لا تتلقى إلا 0,09 % من الناتج الداخلي الخام ، في حين توجد 1200 هيئة من هذا النوع تتلقى 1, 2 % منه في أمريكا و 3000 هيئة في بريطانيا و 2000 في ألمانيا. و قد تعالت الأصوات لإصلاح نظام الذكاء الاقتصادي في فرنسا انطلاقا من سنة 1995 عند نشر تقرير Carayon، ومن بعدها تقرير نائب Mertere. لقد اقترح Carayon نظام للذكاء الاقتصادي وفقا للخصوصيات الفرنسية .
- يتضح أن المؤسستين الهامتين في هذا النظام هما على التوالي الأمانة العامة للتنسيق بين الوزارات (SGCI) و الأمانة العامة للدفاع القومي (SGDN) و كلاهما تحت سلطة الوزير الأول .
- كما اقترح التقرير تطوير الذكاء الاقتصادي و عمليات البحث و التطوير على المستوى الإقليمي (الجماعات المحلية) و القطاع الخاص. تم ذلك بإنشاء وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) وهي مؤسسة عمومية كما تم استحداث شركة خاصة تسمى الشركة الأوروبية للذكاء الاستراتيجي (CEIS) و التي تقدم خدماتها لمؤسسات صناعية فرنسية و أوروبية .
- كم ألع تقرير Martre على دعم تعليم الذكاء الاقتصادي مما أتاح الفرصة لبعض المدارس العليا للتجارة بفرنسا لتقديم دروس في الذكاء الاقتصادي على غرار مجموعة الدراسات التجارية العليا (HEC) .

- و مما يلفت النظر هو تبني فكرة دعم الذكاء الاقتصادي إقليميا بضمان تدخل أحسن للجماعات المحلية (الدوائر الإدارية و البلديات) و ذلك لصالح المؤسسات الكبيرة و الصغيرة التي تنشط في هذه الأقاليم. و الهدف المتوخى من ذلك هو تحويل مهارات مؤسسات الذكاء الاقتصادي في هذه المؤسسات و مساعدتها على تجاوز العوائق لتحسين الإنتاج و دعم التنافسية و التصدير .

خلاصة الفصل:

يمثل الذكاء الاقتصادي Economic Intelligence من مجالا معرفيا حديثا كان وما يزال محور العديد (الدراسات والأبحاث ومنها هذه الدراسة والتي تناولت أثر الذكاء الاقتصادي في ريادة الأعمال، فالذكاء الاقتصادي يعتمد على المعلومة الجيدة بالدرجة الأولى والاهتمام المتزايد بتطبيق نظام الذكاء الاقتصادي في مجال تكنولوجيا المعلومات.

وفي هذا الفصل تطرقنا الى مفهوم الذكاء الاقتصادي وخصائصه، وكذا أهميته أهدافه بالإضافة إلى مراحل الأساسية و أدوات تطبيقه.

الفصل الثاني :

ريادة الأعمال

تمهيد:

يعد النشاط الريادي على المستوى الفردي أو التنظيمي من العناصر الأساسية في انتعاش الوضع الاقتصادي في أي دولة ترغب في التطور والنهوض، بحيث ينظر إلى الريادية على أنها عملية ديناميكية ذات رؤية تقوم بالتغيير والتطوير الإيجابي، وعليه لا بد من تطوير الريادية في المنظمة والمجتمع بشكل يسمح بتنمية روح الريادية والإبداع، فالروح الريادية تشكل عاملاً مهماً لدى الشباب في إنشاء مشاريع جديدة. ولذلك أصبحت كل الحكومات والباحثين والجامعيين والمجتمع بشكل عام يهتمون بتطوير رائدي الأعمال ومؤسساتهم، وقدرتهم على البقاء والنمو، ويمكن تفسير هذا الاهتمام المتزايد في كونه حجر الزاوية في الديناميكية الاقتصادية، فهو يمتلك من الاستعدادات ما يجعله مؤهلاً لتحمل المخاطر والمبادرة لإنشاء مؤسسة خاصة، وكذلك قدرة ريادة الأعمال على الرفع في مستويات الإنتاج وزيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الناشئة.

إن النجاح الكبير الذي حققته المؤسسات الناشئة في السنوات الأخيرة في الدولة المتقدمة، جعل من العالم ينظر إليها كحل أمثل للانتقال إلى اقتصاد قائم على المعرفة؛ حيث تعتبر المؤسسات الناشئة مشاريع ريادية ابتكارية تعمل كقوة دافعة لتحريك الاقتصاد وتقديم حلول مبدعة للمشاكل المجتمعية في شكل منتجات وخدمات مبتكرة جديدة.

المبحث الأول: مفاهيم و أساسيات ريادة الأعمال

اتجه كثير من الشباب في العوام الخيرة إلى ريادة الأعمال بوصفها حلا لمواجهة البطالة وتدني الرواتب أو لتحقيق طموحاتهم واستقلاليتهم واثبات رؤيتهم في السوق في مختلف المجالات.

المطلب الأول: نشأة وتعريف الريادية

ظهر مصطلح ريادة الأعمال (الريادية) لأول مرة في القاموس الفرنسي عام 1732، وهي مشتقة من الكلمة *Entreprendre* والتي تعني التعهد أو متابعة الفرص فكيف يتم تطوير هذا المفهوم عبر العصور وما هو تعريف اهم الباحثين له؟

أولاً: نشأة الريادية

ارتبطت ريادة الأعمال بإدارة الأعمال منذ العصور الاولى للإنسانية، وتمتد جذور ريادة الأعمال حيثما وجدت التجارة والأعمال والابتكار منذ أمد العصور، وإن لم يكن المصطلح حاضراً حينها، فمن جانب الابتكار، فقد أحدثت الابتكارات الإنسانية نقلة في الحضارة وازدهاراً في الاقتصاد منذ ابتكار العجلة والصخور الدائرية التي غيرت مجرى الحركة والنقل، وكانت أساساً الكثير من الابتكارات الإنسانية فيما بعد، ومن جانب آخر كان العمل الحر والتجارة وإتقان المهن والاعتماد على النفس ظاهرة أسهمت في تبادل السلع وانتشار التجارة ونقل المؤن والعتاد والأدوات من بلد إلى آخر، وقدمت الحضارات القديمة المتلاحقة أمثلة حية في الاختراع والابتكار والعمل الحر، وتحور المهن، والتصنيع واغتنام الفرص وبناء الكيانات التجارية والمشروعات الإبداعية.¹

¹ احمد بن عبد الرحمن الشميمري، وفاء بنت ناصر المبيريك: (ريادة الأعمال)، شركة العبيكان للتعليم، فهرس مكتبة الملك فهد الوطنية الرياض، 2019، ص-ص 16-17.

وفي الحضارة الإسلامية، فقد أسهم التراث الإسلامي في تطور الأعمال الريادية وتقديم الاختراعات والابتكارات في شتى المجالات، والحث على طلب الرزق والترحال في التجارة وتلاقح الحضارة وتبادل الأفكار، ونقل المواد والأجهزة والمنتجات الجديدة بل والمعرفة من بلد إلى آخر، كمرحلة الشتاء والصيف، وحث الإسلام على العمل وفضيلة كسب الرزق وعمل الإنسان من كسب يده.¹

أما في العصر الحديث الذي شهد كثي من التغيرات والتطورات سواء في مجال الفكر الإنساني، أو التقدم الصناعي والتقني فقد انعكس ذلك على شتى المجالات، ومنها ريادة الأعمال، فمنذ كتابات عالم الاقتصاد الفيلسوف الاسكتلندي آدم سميث (1723-1790) (صاحب كتاب ثروة الأمم والشغل الشاغل

للاقتصاديين هو: ما الذي يجعل الاقتصاديات غنية؟ وتعددت الرؤى والطروحات و النظريات التي أطرت الممارسات الدولية، والعلاقات السياسية والاقتصادية على حد سواء، التي قادت فيما بعد إلى تغيرات كبيرة في سيرة نهوض الدول وازدهارها، ومر الفكر الاقتصادي العالمي عبر العقود بحقب زمنية قامت على فرضيات العلماء الاقتصاديين وأطروحاتهم، ومن تلك الحقب التي مرت على العالم في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر 1880، أن تحول تركيز علم الاقتصاد من مفهوم الاقتصاد الكلي (إلى مزيد من التركيز على مفهوم الاقتصاد الجزئي وسيطرت حينذاك نظرية التوازن حيث كان يتصف الفرد بأنه إما منتج أو مستهلكين، وسيطر البحث عن حالة التوازن على الطروحات الاقتصادية المتتابة، وأغفلت تلك الحقبة دور رائد الأعمال في التحليل الاقتصادي على الرغم من ظهور دراسات العالم الكبير شومبيتر الذي تبني مدخل أن النظام الاقتصادي عندما يكون في حالة توازن بين العرض والطلب فإن رائد الأعمال هو الذي يكسر حالة التوازن المسيطرة على النظام الاقتصادي، وذلك من خلال ما يقدمه من ابتكارات جديدة وأساليب إنتاج حديثة وأسواق ناشئة. وقد عبر عنها شومبيتر (بالمصطلح الشهير) التدمير الخلاق، حيث يتمكن رواد الأعمال من كسر القيود والحوافز والجمود

والركود السائد في النظمة الاقتصادية، بما يطرحونه من ابتكارات وأساليب نظم جديدة، فيتبعهم الآخرون تلك الليلة الاقتصادية الإيجابية².

ثانيا: تعريف الريادية

للريادية العديد من التعريفات لاعتبارها من المفاهيم الحديثة التي أصبحت المؤسسات تركز عليها وتهتم بممارستها التي تعتبر كمفتاح لها.

أشار الباحثون إلى أن ريادة الأعمال هي أحد أشكال النشاط الإنساني المتواصل الذي يقع على إحدى نهاياته تلك الأنشطة الابداعية فيما يقع على طرف النهاية الأخرى، الروتين بشكله الطبيعي في حين تعتبر الوظيفة الريادية إحدى وأهم القوى الرئيسية المحركة لاقتصاد السوق فالريادي هو ذلك الوكيل الباحث عن تجاوز الروتين وإطار لأفكار المؤلفات اجتماعيا.

وقد عرفها **قمان**: بأنها تعبر عن عملية إنشاء شيء جديد ذو قيمة من خلال بدل الجهد وإنفاق رؤوس المال وتخفيض الوقت.³

إضافة إلى تحمل المخاطر المصاحبة لذلك ومن ثم الحصول على المكافأة، مما يؤدي إلى تاركم الثروة.⁴

² احمد بن عبد الرحمن الشميمري، مرجع سابق، ص 17.

³ - ايهاب سمير زهدي القبح و نعمة عباس الحفاجي (،ريادة العمال الداخلية منظور القدرات الاستراتيجية)، دار الايام لنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، الطبعة العربية ، 2015 ، ص 26.

⁴ - بطاهر بختة) ، المؤسسات الريادية ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات _ دراسة حالة مؤسسة منتجي ومؤسسة حليب فرعي مستغانم (، مجلة ادارة العمال والدارسات الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، العدد السابع، 15-06-2018 ، ص 131.

وعرف كل من الشميمري والمبيريك ريادة الأعمال على أنها: نشاط ينصب على إنشاء مشروع عمل جديد، يقدم فعالية اقتصادية مضافة، من خلال إدارة الموارد بكفاءة وأهلية متميزة لتقديم شيء جديد، أو ابتكار نشاط اقتصادي وإداري جديد يتسم بالإبلاغ ويتصف بالمخاطرة.⁵

— يرى **Coutler 2001**: بأن الريادة هي مرادفة لتحمل المخاطرة واعتماد الافكار المتميزة، وعلى الرغم من أن تحمل المخاطرة يعد عنصرا مهما للسلوك الاداري إلا أن العديد من الرياديين قد نجحوا من خلال تجنب المخاطر حيثما كان ممكنا، في حين يسعى آخرون لتحمل المخاطر كوسيلة أو مقابل للنجاح، أما الوثائقون فإنهم يرون المخاطرة مصدرا للحصول على العوائد وترك المخاطر غير المحسوبة.

— وتعرفها ندين فارس **2016**: بأنها التفرد المعتمد في المؤسسات والمنظمات على الاختلاف والتنوع والتوافقات والطرائق الجديدة، وليس على النماذج والعادات المتبعة من أجل استغلال الفرص الفردية والتي ينتج عنها أداء متميز.

مما سبق يعرف الباحث الريادة على أنها:

تميز وتفرد الشخص أو المنظمة ما من خلال انشاء شيء جديد ذي قيمة يتسم بالمخاطرة ويمكن أن تكون الريادة جماعية من خلال تميز المنظمة ككل أو ريادة فردية كريادة الشخص نفسه.

وتعد الريادة مهمة في المجتمعات المعاصرة لما تحدثه من اثار ايجابية تتمثل فيما يأتي:

— إحداث التغيير والتحول إذ يعد الإبداع من أهم الخصائص المميزة للريادة الأعمال الريادية) ؛

⁵ - بن أحمد لخضر و مساوي عبد الباقي) ، اثر تطبيق تكنولوجيا الاعلام و الاتصال على تحقيق ريادة المنظمات الأعمال الحديث ة (، مجلة ادارة العمال والدراسات الاقتصادية، جامعة الجلفة الجزائر، العدد السادس، ص 76.

- إيجاد العديد من المشروعات التي تعد مهمة لتطور الاقتصاد وتنميته ؛
- إيجاد فرص العمل ذات الأهمية على المدى الطويل من اجل تبني النمو الاقتصادي؛
- زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس اذ ان دخول منافسين جدد يحفز الاخرين للاستجابة بشكل كفؤ وفعال؛

- احداث تغيير في السوق والعمل من خلال زيادة تبني الابداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثة .⁶

المطلب الثاني: مقدرات وامكانيات ريادة الأعمال

أولاً: مقدرات ريادة الأعمال

يقوم الريادي بشكل شخصي بتأدية جميع المهام والوظائف الضرورية لتحقيق النجاح للمشروع، وتشتمل على التخطيط والتنفيذ والتوجيه والرقابة والإدارة . وللقيام بتطبيق هذه المهام يجب أن تتوفر لديه مجموعة من المهارات والقدرات الشخصية لدى الريادي، وهو ما يُسمّى بالقدرات.

والقدرات هي عبارة عن مجموعة من المعارف والمهارات والتوجهات والدوافع والحوافز الاستثمارية التي يجب أن تتوفر في رائد الأعمال لتنفيذ الوظائف المطلوبة منه، أمّا المعرفة هي عبارة عن كل المعلومات والحقائق الموجودة لدى ريادي الأعمال، لكن الإمام المعرفي غير كافي لوحده لتنفيذ المهام والوظائف، حيث يتطلب من ريادي الأعمال بجانب المعرفة أن يكون لديه مهارة الترجمة والتحويل للمعرفة إلى تطبيق عملي، وعليه فالمهارة تتمثل في المقدرة على العمل الذي يتصف بالتنظيم، ويقوم بمتابعة تنفيذ الأهداف المرغوبة.

⁶ - احمد هادي احمد هيچ، الخصائص الريادية لدى رواد الأعمال وأثرها في تطوير المشروعات الصغيرة والمتوسطة في أمان و عاصمة صنعاء، رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في ادارة العمال، عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء، اليمن، ماي 2018، ص ص11/10.

أما الحوافز فهي عبارة عن مجموعة من الأعمال التي تمثل الدافع الموجّه والسلوكيات الملائمة، والتي يقوم بها ريادي الأعمال لتحقيق أهدافه، فالمقدرة والكفاءة هي نوعان:

1. النوع الأول: تكون مكتسبة من خلال التعليم الأكاديمي والخبرة. (fard skill)

2. النوع الثاني: هي شخصية. (soft skill)

ثانيا : إمكانات ريادي الأعمال:

- المبادرة: (**The Initiative**) المبادر هو من يقوم باتخاذ الأفعال أكثر مما تحتاجه الوظيفة، أو ما تحتاجه حاله محددة، فهو يفعل أشياء دون أن يتم طلبها منه أو يتم فرضها عليه، ويعمل من أجل ريادة مجالات جديدة أو منتج أو خدمة جديدة.
- الالتزام والتقيد بكل التعاقدات التي قام بها (**Committing to and complying with all contracts**): يجب على ريادي الأعمال أن يعمل كل ما في جهده حتى لا يخلف بالتزاماته تجاه الزبائن.
- انتهاز الفرص: (**Taking Advantage of The Opportunities**) هنا يتم البحث واغتنام الفرص في مجال العمل على المستوى الشخصي، ويحقق الفائدة من الفرص النادرة في مجالات محددة، مثل [التمويل للمشروع](#) وامتلاك الأجهزة والآلات ووجود قطعة أرض وإعداد مكان العمل.
- الفعالية: (**Effectiveness**) ويقصد بها هو أن يكون لدى ريادي الأعمال الإمكانية على إيجاد الأساليب اللازمة لتحقيق الأهداف، بأسرع وقت وبأقل الموارد وبأقل تكلفة.

- الأضرار (The disadvantages): وهنا يتم اتخاذ أفعال وسلوكيات بشكل دائم ليتم تجاوز العقبات التي تمنع من الوصول إلى الأهداف، وهذه السمة مهمة للغاية؛ لأن تحقيق الهدف ليس بسيط وقد يتعرض ريادي الأعمال إلى المشاكل والعقبات باستمرار.
- التخطيط: (Planning) يقوم ريادي الأعمال بالتحسين ويقوم باستخدام طريقة الخطوة خطوة في [التخطيط](#) لتحقيق غاياته.
- الباحث عن المعلومات (Researcher For Information): يحتاج هنا ريادي الأعمال إلى إمكانية جمع المعلومات من جميع المصادر؛ حتى يتمكن من تأسيس نشاطه ويتمكن من الوصول إلى غاياته ويتطلب جمع المعلومات إلى إلى آراء الخبراء والكتب والزملاء.
- وحل المشكلات: (Problems solving) وهو البحث بين خيارات الأفكار الجديدة لكي يتم الوصول للغايات.
- الاهتمام بالتوعية الجيدة: (Care about good quality) فيجب على ريادي الأعمال أن يهتم بجميع تفاصيل عمله ليحقق أعلى مستوى من [الجودة](#) الممكنة.
- الثقة بالنفس: (self-confidence) وهو أن يكون لدى رائد الأعمال ثقة بنفسه وبالقدرات التي يمتلكها، وأن يُعبر عن إمكاناته وثقته في نفسه لتحقيق عمل أو مقابلة، ولديه إصرار على رأيه في اتجاه المعارضة أو بدايات عدم النجاح، وقد يتجه للمغامرة يكون معتمد في ذلك على إمكاناته.
- المواجهة: (Assertiveness): أن يكون لديه الإمكانية على مواجهة العقبات مع الآخرين بشكل مباشر، ويقول للآخرين وبوضوح ما يجب عليهم القيام به، وأن يقوم بمحاسبة كل فرد يقصر في تنفيذ واجباته، يجب أن لا يتم الخلط بين المواجهة والشراسة، فالشراسة قد تكون بشكل مباشر أو غير مباشر بأمانة أو من دون أمانة، لكنها بشكل منتظم تعطي انطباع الفوقية وعدم الاحترام، أما المواجهة فإنها

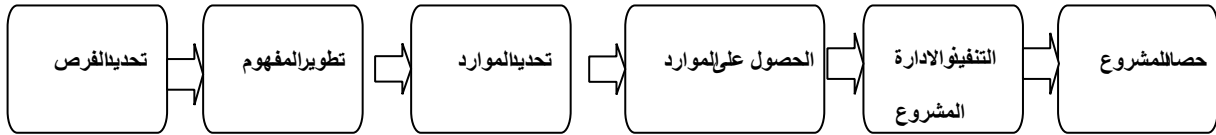
توحي باحترام الذات واحترام الآخرين، وهذه العلاقة تحقق النجاح بدون انتقام وتنتشر الأمانة والعلاقة الواضحة.

المطلب الثالث: خطوات مشروع الريادة

تعتبر الريادية مجموعة من العمليات التي تبدأ من القدرة على إيجاد حلول ابتكاريه للمشكلات وتنفيذ هذه الحلول من خلال إنشاء مؤسسة تستقطب كوادرات عقول مميزة والقدرة على التطوير والنمو.

يظهر الشكل مراحل العملية الريادية ويليه أمثلة عن البدائل الممكنة عن كل مرحلة

الشكل (1-2): مراحل العملية الريادية



المصدر: ايهاب سمير زهدي القبح ونعمة عباس الحفاجي، (ريادة الأعمال الداخلية منظور القدرات

الاستراتيجية)، دار اليتام لنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة العربية، 2015، ص 30.

1- تحديد الفرص والتعرف عليها: ومن أشكال هذه الفرص، التغيرات السكانية والتكنولوجية الجديدة، والقانونية والاجتماعية.

2- تطوير المفهوم: الذي قد يأخذ تشكيل منتجات أو خدمات أو عمليات أو تكنولوجيا جديدة، أو قنوات توزيع أو اسواق جديدة أو نماذج تنظيمية جديدة.

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

4- الحصول على الموارد: قد يكون ذلك من خلال الاقتراض أو حقوق الملكية، أو التمويل الخارجي أو

التشارك أو عقود الأعمال أو التمويل من خلال الموردين أو المشروعات المشتركة أو من خلال شركات

التضامن.

5- التنفيذ وإدارة المشروع: تتضمن هذه المرحلة تنفيذ مفهوم الأعمال ومراقبة لداء، والدفع إلى الموردين،

وإعادة الاستثمار والتوسع وتحقيق أهداف الداء.

6- حصاد المشروع: تتضمن المرحلة الاخيرة للعملية الريادية دمج المفهوم الجديد في مجال العمليات الرئيسية

للمشروع وترخيص الحقوق أو بيع المشروع أو تحويله إلى شركة مساهمة عامة أو اغلاقه.⁷

المبحث الثاني : استراتيجيات الريادة و أبعادها

سننظر من خلال هذا المبحث الى استراتيجيات الريادة وأبعادها كمايلي:

المطلب الأول: مفهوم استراتيجيات الريادة

تعرف الإستراتيجية بأنها اتجاه وهدف المنظمة طويل المدى سعياً لتحقيق الامتيازات من خلال مراعاة الموارد المتاحة

والتغيرات البيئية لتلبي رغبات وتوقعات أصحاب المصالح، وينصب مفهوم الريادية الإستراتيجية على الريادية من

حيث أهدافها وخصائصها ودعائمها المختلفة التي يجب على الريادي مراعاتها على المدى البعيد، ومراعاة الموارد

والتغيرات البيئية المختلفة لتحقيق أهدافه المرجوة والحفاظ على ديمومته وتفردته في السوق.⁸

7 ايهاب سمير زهدي القبح ونعمة عباس الخفاجي، (ريادة الأعمال الداخلية منظور القدرات الاستراتيجية)، دار اليتام لنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة العربية، 2015، ص ص 29-30.

8 عاكف لطفي خصاونة، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار الحامد، عمان 2011، ص 151.

تعرف استراتيجيات الريادية بأنها تلك الاستراتيجيات التي تسمح للمنظمات بالإبداع والابتكار والتميز واخذ المخاطر، وتشجع متخذي القرار على تحمل المسؤولية اتجاه قراراته. كما أنها ترتبط بعدة مفاهيم نحدددها فيما يلي⁹:

- ✓ استغلال توسع الفرص في السوق ووجود موارد جديدة والتكامل ما بين الموارد والزبائن والأسواق؛
 - ✓ الابتكار والإبداع والتحديث الذي يحدث داخل وخارج المنظمة؛
 - ✓ القدرة على إجراء التغييرات السريعة المرتبطة بالصناعة وهيكل السوق وحاجات الزبائن والتكنولوجيا والقيم الاجتماعية؛
 - ✓ الالتزام بالتطوير والتوسع في الميزة التنافسية في الأسواق؛
 - ✓ القدرة على تحقيق النجاح المالي والنمو واستمرارية البقاء على المدى الطويل.
- ومن بين أهم النشاطات الداعمة التي تستخدم في استراتيجيات الريادية للوصول إلى الأعمال الريادية كما أبرزتها بعض أدبيات الفكر الإداري والباحثين في هذا المجال، وهي كالتالي:¹⁰
- ✓ اختيار الكوادر البشرية الكفؤة والمؤهلة للتعيين وإخضاعهم لبرامج تدريبية مكثفة كل حسب اختصاصه ووضع الشخص المناسب في المكان المناسب، وتوفير الحوافز بما ينسجم مع أدائهم وإنجازهم الفردي؛
 - ✓ تبني الأفكار الإبداعية وامتلاك روح المخاطرة والتمكن من اتخاذ قرار الابتكار، أي التطبيق لاغتنام الفرص بالسرعة الممكنة قبل أن يغتنمها الآخرون، بالإضافة إلى مواكبة عملية التغيير في الأنظمة والقوانين

¹ بلال خلف السكارنة، استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية دراسة ميدانية على شركات الاتصالات في الأردن، مجلة العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة الإسراء الخاصة، العدد 17، يناير 2008، ص88.

¹⁰ عاكف لطفي خصاونة، مرجع سابق، ص152.

وتوفير الموارد وتطبيق الحوافز الملائمة، واختيار الموظفين الأكفاء وغرس الثقافة التنظيمية في العمل المؤسسي التنظيمية؛

✓ استخدام أسلوب المشاركة في اتخاذ القرار بين المستويات الإدارية المختلفة في المنظمة وتطبيق أنظمة إدارية

فعالة مبنية على التخطيط السليم واستخدام أساليب الضبط والرقابة الفعالة بشكل مستمر؛

✓ توفير الرؤية الريادية وتبني الأفكار الإبداعية من قبل الإدارات العليا وغرس الثقافة التنظيمية، واستخدام

أساليب المشاركة وفرق العمل المتخصصة، واستخدام أساليب الحفز والتعويض والمكافأة، بالإضافة إلى

ضرورة تبني التجديد والتغير بما ينسجم مع حاجات وتوقعات أصحاب المصالح؛

✓ تبني مواكبة التغير وقبول المخاطر واكتساب المعارف والخبرات والتعلم؛

✓ تبني الإبداع والابتكار وإجراء تحسينات مستمرة وعدم الرضوخ للأعمال الروتينية، واستثمار التكنولوجيا

الحديثة ومواكبة التطورات؛

✓ استخدام أساليب البحث والدراسة للسوق بشكل مستمر لكشف الفرص واغتنامها، وتوفير كافة الموارد،

وتبني المبدعين وأصحاب العقول الموهوبة، وتوفير فرص التدريب والتطوير المتواصل للعاملين.

المطلب الثاني: أبعاد الريادة

تتمثل أبعاد الريادة فيما يلي¹¹:

1. الإبداع: يعني التجديد بوصفه إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة التي تأتي من شيء جديد،

ويتم التوصل إلى حل لمشكلة ما أو إلى فكرة جديدة وتطبيقها، وهو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو

التحويل من الفكرة إلى المنتج؛

2. الابتكار: هو الوصول إلى فكرة جديدة ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر في المنظمات، وهو الجزء المرتبط

بالفكرة الجديدة، والمنظمة الابتكارية هي تلك المنظمة التي تبتكر أشياء ذات قيمة في الخدمات والأفكار

والإجراءات والعمليات، ضمن مجموعة من العاملين مع بعضهم بعضاً في ظل الإطار الاجتماعي

للمنظمة الذي يتكون من الأفراد والجماعات للتأثير في السلوك الذي يحدد الابتكار التنظيمي للمنظمة؛

3. أخذ المخاطرة: وهي أن يقوم الريادي بأخذ المجازفة في طرح منتجات جديدة بالأسواق آخذاً بعين

الاعتبار ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض وعدم التأكد، وتم تعريف أخذ المخاطرة بأنها ما يتم

أخذه بعين الاعتبار مع إمكانية التعرض للخسارة؛

4. التفرد: وهو إدخال طرق جديدة سواء أكانت تكنولوجية أم منتجات جديدة أم طريقة جديدة في تقديم

المنتج أو الخدمة أو في إدارة التنظيم وهيكلته، وذلك بصورة مختلفة عن الآخرين؛

¹¹ بلال خلف سكارنة استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، مرجع سابق، ص 89.

5. المبادأة: وهي المشاركة في مشاكل المستقبل والحاجات والتغيرات، ومدى تقديم منتجات جديدة وتكنولوجية وتقنيات إدارية، والمبادأة هي القدرة على أخذ مخاطرة عالية أكثر من ظروف البيئة المحيطة بالمنظمات.

المطلب الثالث: علاقة الذكاء الاقتصادي بريادة الأعمال

إن العلاقة بين الريادة والذكاء الاقتصادي غير واضحة حيث أن المفهومين متداخلان ومن خلال ما ذكر آنفاً فاليقظة الاستراتيجية تم في مضمونها برصد محيط المؤسسة وهي عملية منظمة ومستمرة بغرض البقاء على علم بكل المستجدات البيئية التي تعني المؤسسة والتي لها تأثير على نشاطها، و تنتهي هذه العملية بتحصيل و تحليل و نشر المعلومات، أما الذكاء الاقتصادي فهو أشمل من ذلك إذ يتضمن إضافة إلى نتائج عملية اليقظة القيام بترجمة هذه المعلومات كمؤشرات لاتخاذ القرارات الاستراتيجية الممكنة التي تتوافق وأهداف المؤسسة.¹²

من خلال هذا يمكن أن نستنتج العلاقة بين ريادة الأعمال والذكاء الاقتصادي أما مصطلحان متكاملان، فريادة الأعمال هي الجزء و الذكاء الاقتصادي هو الأشمل حيث أن تطبيق اليقظة الإستراتيجية يكون على المستوى الجزئي أي المؤسسة في حين أن الذكاء الاقتصادي يكون على المستوى الكلي"، كما نستطيع القول أن اليقظة تختلف عن الذكاء الاقتصادي في كونها لا تغير و لا تعدل بيئة المؤسسة التي تمارس فيها نشاطها، فدورها يتجلى في الكشف و الرصد عن التغيرات والمستجدات بهدف التنبؤ وتنبية المؤسسة، بينما الذكاء الاقتصادي يسعى لتمكين المؤسسة من التمتع الصحيح في بيئتها ومساعدتها على مواجهة المنافسة".

¹² طباحي سناء، الذكاء الاقتصادي، محاضرة مقياس اقتصاد وتسيير المعرفة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، -2007

المبحث الثالث : مناخ الأعمال في الجزائر

المطلب الأول : تعريف مناخ الأعمال

لا يوجد اجماع واضح لتعريف مناخ العمل تعريف محدد، وتختلف التعريفات بتنوع العوامل التنظيمية (الهيكل والسياسات والقواعد) والصفات الذاتية (آراء، اتجاهات، الدعم الخ). وقد أثرت التعريفات التالية عن مناخ العمل:

يقصد بمناخ العمل في أي جهة عمل بأنه " حصيلة مجموع العلاقات السائدة في هذه المؤسسة بين الأفراد وبعضهم، وبينهم وبين إدارة المؤسسة، أي أن مناخ العمل يتحدد من مجموعة من العلاقات والاتصالات والتفاعلات بين مجموعة أو بين جميع الأعمال والمؤسسة، بالإضافة إلى مجموعة الإجراءات والنظم والمبادئ، والقوانين المنظمة للعمل".

- يعرف جيلمر مناخ العمل على أنه " مجموعة من الخصائص الثابتة التي تصف أي منظمة وتؤثر على سلوك الافراد الذين يعملون بها.

- يعرف سترينجر مناخ العمل على أنه " الاثار المتباينة لعوامل البيئة الهامة مثل النظام الرسمي أو الاسلوب غير الرسمي للقيادة على الاتجاهات والمعتقدات والقيم والدوافع للأفراد الذين يعملون بالمؤسسة.

وعرفه "ديسلر" بأنه "المعتقدات التي كونها الافراد عن المؤسسة التي يعملون بها وآرائهم التي تشكلت من ذلك من حيث الاستقلالية والهيكل والمكافآت.¹³

وعموما يمكن تصنيف التعريفات السابقة الى ثلاث فئات:

1. الذين يعتقدون أن المناخ التنظيمي كمتغير مستقل (وهذا عامل يؤثر على درجة الرضا

¹³ المؤسسة العامة للتدريب التقني والفني: <https://engmohannadb.github.io/etccourse7/inner-page/U1-L1.html>

تم الاطلاع يوم: 19-04-2023 على الساعة 15:30

2. الذين يعتقدون أن المناخ المؤسسي كمتغير تابع (يتغير حسب تغير بعض العوامل المؤثرة عليه).
3. أن المناخ المؤسسي متغير متداخل (يعمل كحلقة وصل بين عوامل أو عناصر الاداء مثل هيكل المؤسسة).

مما سبق يمكن الوقوف على تعريف مناخ العمل للمؤسسة على أنه "كل ما يحيط بمكان العمل من عوامل مادية وبشرية بما يخلق في العاملين شعور أو تصورات أو مواقف تجاه مؤسستهم تؤثر بدرجة كبيرة على أدائهم في العمل. أو هو بيئة بشرية ومادية يتم فيها تطوير العمل اليومي وتؤثر في درجة الرضا، وبالتالي تؤثر على الإنتاجية".

أيضا يمكن تعرف مناخ العمل على أنه "كل ما يحيط بالفرد في عمله ويؤثر في سلوكه وأدائه وفي ميوله والمجموعة التي يعمل معها والإدارة التي يتبعها والمؤسسة التي ينتمي إليها"

-تعريف مناخ الأعمال:

لمناخ الأعمال عدة تسميات: مناخ الاستثمار، بيئة الأعمال، محيط المؤسسات، ومناخ الأعمال هو تعبير واسع يشمل كل العناصر التي تؤثر في جاذبية الاستثمارات في مكان ما. وعندما يتم الحديث عن مناخ الأعمال فان الأمر يتعلق بجوانب متعددة، مثل مدى توفر البنية الأساسية، والبعض الآخر يتعلق بالنظم القانونية والأوضاع السياسية، والثالث بالمؤسسات، والرابع بالسياسات، فهو مفهوم مركب، متطور، وديناميكي نتيجة التطورات التي حصلت في الدول والمناطق المنافسة .

ويعرف كذلك مناخ الأعمال على انه مجموعة السياسات، المؤشرات والأدوات التي تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على القرارات الاستثمارية، فهي مجموعة من المكونات والمعوقات والأدوات والمؤشرات التي تشير في مجموعها إذا ما كان هناك تشجيع وجذب للاستثمار أم لا ويعرف البنك الدولي مناخ الأعمال بأنه " مجموعة

العوامل الخاصة بموقع محدد، والتي تحدد شكل الفرص والحوافز التي تتيح للشركات الاستثمار بطريقة منتجة وخلق فرص العمل والتوسع، وللسياسات والسلوكيات الحكومية تأثير قوي على مناخ الأعمال، من خلال تأثيرها على التكاليف، والمخاطر، والعوائق أمام المنافسة .

وتعرف المنظمة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات مناخ الأعمال على انه "مجمّل الأوضاع والظروف الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، المؤسسية والقانونية التي تؤثر على قرار الاستثمار، وعلى فرص نجاح المشروع الاستثماري في دولة ما أو في قطاع معين، وتعد هذه الأوضاع والظروف عناصر متداخلة تؤثر وتتأثر ببعضها البعض، ومعظمها عناصر متغيرة يخلق تفاعلها أو تداعياها أوضاعا جديدة بمعطيات مختلفة تترجم محصلتها كعوامل جاذبة أو طاردة لرأس المال.

ويمكن القول إن مناخ الأعمال هو مجموعة الظروف السياسية، الاقتصادية، القانونية، التنظيمية، الاجتماعية والثقافية التي تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، سلبا أو إيجابا في بيئة النشاط الاستثماري⁵ وقرارات المستثمرين (محليين أو أجانب) الحاليين والمحتملين مستقبلا.

المطلب الثاني : مؤشرات ممارسة الأعمال

أولا : ماهية تقرير ممارسة أنشطة الاعمال:

يصدر مؤشر سهولة ممارسة الاعمال عن سلسلة تقارير ممارسة أنشطة الاعمال الصادرة عن مجموعة البنك الدولي منذ عام 2004، والذي يهدف الى توفير اساس موضوعي لفهم البيئة الاجرائية لأنشطة الاعمال التجارية والعمل على تحسينها والارتقاء بها في مختلف أنحاء العالم، وذلك عبر قياس اثر عملية وضع اللوائح والإجراءات الحكومية على أنشطة الاعمال التجارية، من خلال جمع وتحليل البيانات الكمية والنوعية الشاملة للمقارنة بين اللوائح الحكومية المنظمة لأنشطة الاعمال فيما بين البلدان عبر الزمن . يتيح التقرير مقاييس موضوعية للإجراءات

الحكومية والتشريعات المنظمة لأنشطة الاعمال وتأثيرها على الشركات المحلية الصغيرة والمتوسطة الحجم على مدى دورة حياتها وإنفاذه ا في 190 بلدا، ويشجع التقرير على المنافسة نحو زيادة كفاءة الاجراءات الحكومية، ويتيح معايير قابلة للقياس من أجل الإصلاح، يشكل مصدرا للمستثمرين والمسؤولين والاكاديميين وغيرهم من الراغبين في الوقوف على آخر التطورات في مناخ الاعمال لكل بلد.¹⁴

تعريف التقرير: هو تقرير يتبع التغيرات في الانظمة المطبقة على الشركات الصغيرة والمتوسطة، التي تعمل في اكر مدينة تجارية في كل اقتصاد، وذلك في عشر مجالات خلال دورة حياة الشركة هي: بدء النشاط التجاري، استخراج تراخيص البناء، توصيل الكهرباء، تسجيل الملكية، الحصول على الائتمان، حماية المستثمرين، دفع الضرائب، التجارة عبر الحدود، تنفيذ العقود، تسوية حالات العسر المالي، يقيس التقرير مدى سلامة الاجراءات ال تنظيمية للاعمال وكفاءتها، ومدى وجود مؤسسات قوية تضع قواعد شفافة قابلة للتنفيذ، ويتم قياس هذين العنصرين عبر:

- مؤشرات تتعلق بقوة المؤسسات القانونية ذات الصلة بتنظيم مؤسسات الاعمال: من حيث مدى قوة الاطار القانوني والتنظيمي للحصول على الائتمان، حماية المستثمرين تنفيذ العقود وتسوية حالات العسر المالي.
- مؤشرات تتعلق بمدى تعقد الاجراءات ال تنظيمية تكلفتها: وفعاليتها لبدء النشاط التجاري، استخراج تراخيص البناء، توصيل الكهرباء، تسجيل الملكية، دفع الضرائب، التجارة عبر الحدود .

¹⁴ مروة كرامة، و حدة رايس). 1. فيفري، 2018. (دراسة تحليلية تقييمية لوضعية الامارات العربية المتحدة في مؤشر سهولة أداء الاعمال خلال الفترة 2008-2018. حوليات جامعة يشار في العلوم الاقتصادية، 5(1)، الصفحات 210-237.

ثانيا : مؤشر سهولة ممارسة الاعمال:

تم انشاء مؤشر سهولة ممارسة الاعمال من قبل الاقتصادي Simeon Djankov لتقرير ممارسة أنشطة الأعمال الصادر عن البنك الدولي . من وجهة نظر الاشخاص العاديين، فان مؤشر سهولة أنشطة الأعمال هو مقياس لمدى سهولة اجراء الأعمال في بلد ما . تعرف صحيفة The Economic Times المؤشر بأنه ' رقم اجمالي يتضمن معايير مختلفة تحدد سهولة ممارسة أنشطة الأعمال في بلد ما ' . تم نشر المؤشر من قبل مجموعة البنك الدولي في تقرير ممارسة أنشطة الأعمال الخاص بها ويستخدم لتصنيف 190 دولة . ينتقل بلد ما لأعلى او الاسفل في الترتيب اعتمادا على الكيفية التي تجعل الهيئة التنظيمية الامر سهلا أو بالأحرى أكثر ملائمة لبدء تشغيل شركة محلية.

يستخدم المؤشر لمقارنة الاقتصاديات مع بعضها البعض عن طريق قياسها فيما يتعلق بأفضل الممارسات التنظيمية، اظهار المسافة المطلقة لأفضل اداء تنظيمي في كل مؤشر من مؤشرات ممارسة أنشطة الأعمال . من خلال مقارنة ترتيب الاقتصاد على مر السنين، يمكن للمؤشر اظهار مدى تحسن البيئة التنظيمية لبلد ما أو غير ذلك بمرور الوقت.¹⁵

ثالثا: مؤشرات الفرعية لمؤشر سهولة ممارسة الأعمال :

لتقييم مناخ الأعمال من الضروري الجمع بين عدد من المؤشرات. وفقاً للتقييم الذي أجراه البنك الدولي، هناك عشرة من هذه المؤشرات (المعايير) تتمثل في :

¹⁵ جلال عبد الله دوكاره، و فيصل مخطاري. دراسة مقارنة حول سهولة ممارسة أنشطة الأعمال في دول المغرب العربي. مجلة اقتصاد المال والأعمال، ماي، 2021، (الصفحات 229-240)

-بدء عمل تجاري: بدء عمل تجاري هو عملية تحدث في بيئة معينة ، وهي تتكون من تجميع عوامل الإنتاج المختلفة اللازمة لإنتاج السلع أو الخدمات التي تولد توزيع الدخل من خلال بيعها. يُقيّم تقرير ممارسة أنشطة الأعمال ، باعتباره معياراً للتقييم ، من خلال إنشاء شركة ما درجة السهولة التي يوفرها اقتصاد معين للمستثمرين لإنشاء أعمالهم الخاصة من خلال قياس عدد المراحل والمدة والتكاليف وأيضاً الحد الأدنى لرأس المال اللازم لشركة حتى تتمكن من بدء نشاطها بشكل قانوني.)

-الحصول على تصاريح البناء : يسرد تقرير ممارسة أنشطة الأعمال جميع الإجراءات التي يجب أن تحصل عليها الشركة. تشمل هذه الإجراءات الحصول على جميع المستندات المطلوبة لهذا المشروع المحدد وتقديمها إلى السلطات المختصة (على سبيل المثال ، المخططات المعمارية للمباني ومخططات الموقع) ؛ الحصول على جميع التصاريح والتراخيص والشهادات المطلوبة ؛ تعيين مشرفين ومهندسين ومفتشين خارجيين إذا لزم الأمر ، مع مراعاة جميع التزامات الإخطار والتفتيش (إذا لم يتم تنفيذ عمليات التفتيش من قبل مفتش خارجي خاص). يغطي تقرير ممارسة أنشطة الأعمال أيضاً الإجراءات المتبعة للربط بشبكات المياه والصرف الصحي.

-الحصول على الكهرباء : يسرد تقرير ممارسة أنشطة الأعمال جميع الإجراءات التي يجب على الشركة إكمالها للحصول على توصيل كهربائي دائم بالإضافة إلى توريد مستودع معياري. وتشمل هذه الإجراءات الطلبات المقدمة لشركات الكهرباء والعقود المبرمة معها وجميع عمليات التفتيش والتصاريح المطلوب طلبها من شركات الكهرباء.

-تسجيل الملكية: يتتبع تقرير ممارسة الأعمال سلسلة الإجراءات الكاملة التي يتعين على الشركة (المشتري) تنفيذها لشراء عقار من شركة أخرى (البائع) ، ونقل الملكية إلى ذلك العقار نيابة عن المشتري، حتى يتمكن الأخير من استخدام الممتلكات المذكورة لغرض توسيع أعماله ، كضمان للحصول على قروض جديدة ، أو إذا لزم الأمر نقل الملكية إلى شركة أخرى.

-الحصول على القروض: الحصول على قرض للمستثمر يعني الحصول على المساعدة المالية اللازمة لبدء نشاطه أو توسيعه. يتم منح هذا القرض من قبل المؤسسات المصرفية. وفقاً لهذا المعيار، يقوم تقرير ممارسة أنشطة الأعمال بتقييم مستوى الأمان أو الحماية القانونية التي يوفرها الاقتصاد للمقرضين وكذلك للمقرضين في سياق المعاملات المضمونة من خلال سلسلة من المؤشرات. كما يقوم بتقييم مشاركة المعلومات الائتمانية من خلال مؤشر آخر. تدرس المجموعة الأولى من المؤشرات وجود تدابير تسهل الإقراض في القوانين المعمول بها فيما يتعلق بالضمانات الإضافية والإفلاس. تقيس السلسلة الثانية تغطية ونطاق وإمكانية الوصول إلى المعلومات الائتمانية المتاحة من قبل وكالات إعداد التقارير الائتمانية، مثل مكاتب الائتمان أو سجلات الائتمان.

-حماية المستثمرين الأقلية: يقيم هذا المؤشر شفافية المعاملات ومسؤولية المدير وقوة المساهمين ووسائل الحماية المختلفة المقدمة للمساهمين. يقيم تقرير ممارسة أنشطة الأعمال مستوى حماية صغار المستثمرين في حالة تضارب المصالح من خلال مجموعة من المؤشرات وحقوق المساهمين في حوكمة الشركات.

-دفع الضرائب: يحدد تقرير ممارسة أنشطة الأعمال الضرائب والجبائيات والاشتراكات الإلزامية التي يجب أن يدفعها متوسط الأعمال أو التي يتم اقتطاعها منها كل عام ، و يقيم الإجراءات الإدارية اللازمة لدفعها.

-التجارة عبر الحدود: يقيس هذا الموضوع الوقت وتكلفة المرتبطين بالعمليات اللوجستية الخاصة بتصدير واستيراد السلع والبضائع المرتبطين بثلاثة اجراءات وهي الامتثال لشروط ومتطلبات المستندات . الامتثال لقوانين الحدود والنقل الداخلي.

-انفاذ العقود: يقيس مؤشر انفاذ العقود الوقت والتكلفة لحل نزاع تجاري من خلال محكمة ابتدائية محلية ومؤشر جودة العمليات القضائية وتقييم ما اذا كان كل اقتصاد قد اعتمد سلسلة من الممارسات الجيدة التي تعزز الجودة الكفاءة في نظام المحاكم.

-تسوية الإعسار: يعبر الإعسار عن الم وقف الذي تجدد فيه الشركة نفسها، بسبب عدم كفاية الأصول ، غير قادرة على الوفاء بديونها التي يمكن أن تؤدي إلى الإفلاس. فيما يتعلق بهذا المؤشر، فهو يهتم بالوقت والتكاليف والإجراءات. ويهتم أيضاً بمتانة الإطار القانوني للإعسار من أجل تقييم صلابة وسلامة الإطار القانوني المطبق على إجراءات التصفية وإعادة التنظيم

المطلب الثالث: شروط ممارسة أنشطة الأعمال

حرصت الدولة الجزائرية على ضبط الممارسات التجارية وهذا من قيام المشرع الجزائري بإصدار القانون 04-08 الذي يهدف إلى تحديد شروط ممارسة الأنشطة التجارية، وبالتالي سيتم التطرق إلى مختلف الأحكام الواردة في هذا القانون على النحو الآتي:

-التسجيل في السجل التجاري

حدد المشرع الجزائري العديد من الشروط قصد التسجيل في السجل التجاري، إذ يمسك هذا الأخير من طرف المركز الوطني للسجل التجاري الذي يكون مرقم ومؤشر عليه من طرف القاضي ، حيث ألزم المشرع الجزائري كل شخص طبيعي أو معنوي لديه الرغبة في ممارسة نشاط تجاري بالقيود في السجل التجاري، حيث أهل المشرع الجزائري مأمور الفرع المحلي للسجل التجاري لتسجيل كل شخص طبيعي أو معنوي بناء على طلبه ، وعليه سنتطرق بالتعريف إلى عنصرين مهمين في عملية ممارسة الأنشطة الملف المطلوب التجارية، و ذلك على النحو التالي:

أولاً: ماهية مستخرج السجل التجاري

يعرف على أنه " السند الرسمي الذي يؤهل كل شخص طبيعي أو اعتباري يتمتع بكامل أهليته القانونية لممارسة نشاط تجاري، و يعتد به أمام الغير إلى غاية الطعن فيه بالتزوير."

ثانيا: ماهية التسجيل في السجل التجاري

يقصد بالتسجيل في السجل التجاري كل عملية قيد أو شطب أو تعديل.

ثالثا الإشهار القانوني

يختلف المقصود بالإشهار القانوني المطلوب من الشخص الطبيعي عن الشخص المعنوي.

1- المقصود بالإشهار القانوني للأشخاص المعنوية

يقصد به " إطلاع الغير بمحتوى الأعمال التأسيسية للشركات والتحويلات والتعديلات وكذا العمليات التي تمس

رأس مال الشركة ورهون الحياة وإيجار التسيير وبيع القاعدة التجارية وكذا الحسابات والإشعارات المالية...

وصلاحيات هيئات الإدارة أو التسيير وحدودها ومدى وكذا كل الاعتراضات المتعلقة بهذه العمليات."

2- المقصود بالإشهار القانوني للأشخاص الطبيعية

يقصد به " إعلام الغير بحالة وأهلية التاجر وعنوان المؤسسة الرئيسية للاستغلال الفعلي للتجارة وملكية القاعدة

التجارية."

رابعا : كيفية ممارسة الأنشطة التجارية

حدد المشرع الجزائري كيفية ممارسة الأنشطة التجارية إذ يمكن أن تمارس هذه الأخيرة في شكل قار أو غير قار

، بحيث يمكن التمييز بين النشاط التجاري القار و غير القار.

1- النشاط التجاري القار

" كل نشاط يمارس بصفة منتظمة في أي محل."

2- النشاط التجاري غير القار

"كل نشاط تجاري يمارس عن طريق العرض أو بصفة متنقلة."

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى مفهوم الريادية لرائد العمال في إنشاء مؤسسة والعمل على إنجاحها وتطويرها، فلقد أصبحت المؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة تلعب دور في اقتصاديات دول العالم. تم اظهار مفهوم المشروع الريادي الى أهم خطواته.

يعتبر موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة موضوعا واسعا لا يمكن حصره بسهولة، حيث يختلف مدلولها باختلاف النشاط الاقتصادي واختلاف القطاعات داخل نفس البلد.

كما أن تعريفها ومقارنتها بين الدول يعتبر مهمة معقدة، حيث أنها ليست مفهوما مطلقا بل هي مفهوم نسبي، تختلف معايير تصنيفها بين الدول وهذه المعايير لها مزايا كما لها عيوب، كما أن الكثير من الدول تستعمل أكثر من مؤشر في آن واحد، وتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر بعدة خصائص تمكنها من التأكيد على الدور الذي يمكن أن تقوم به في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتطوير ودعم هذا القطاع.

كما تطرح أمام هذه المؤسسات وسائل متنوعة للتمويل مما يسمح لها بالمفاضلة بين البدائل التمويلية المتاحة وبالتالي اتخاذ القرار الذي يتناسب والأهداف المسطرة، فعملية اختيار المصدر التمويلي ليست بالسهلة على الإطلاق، فهي تتحدد تبعا لعدة عوامل أهمها تكلفة المال والمصدر الذي تم اللجوء إليه.

الفصل الثالث :

دراسة حالة مؤسسة موبليس

– ولاية البيض –

المبحث الأول : تقديم مؤسسة موبيليس - ولاية البيض

المطلب الأول : نشأة شركة موبيليس

سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى تقديم لمحة تاريخية عن مؤسسة موبيليس mobilis ، ومن ثم تعريفها و هيكلها التنظيمي و أهم العروض و الخدمات التي تقدمها مؤسسة mobilis. سيتم في هذا المطلب التطرق إلى لمحة تاريخية عامة عن مؤسسة موبيليس و ذلك من خلال التعريف بمؤسسة موبيليس، و الهيكل التنظيمي لها .

الفرع الأول: التعريف بمؤسسة MOBILIS هي مؤسسة عمومية جزائرية تقرر استغلالها عام 2003 تنشط في مجال الهاتف النقال موبيليس، نشأت بموجب قانون أوت 2000 المرتبط بإعادة هيكلة قطاع البريد و المواصلات لفصل قطاع البريد عن قطاع الاتصالات، وقد دخلت رسميا في سوق العمل في 1 يناير 2003 وهي أول شبكة للهاتف المحمول في الجزائر كفرع للمؤسسة العمومية اتصالات الجزائر التي تمتلكها بنسبة 100% ولذلك فهي تعتبر شركة الاتصالات العمومية الوحيدة في الجزائر التي بلغ عدد مشركيها تسعة ملايين (2) .

مشارك سنة 2007 وهي عبارة عن شركة مساهمة SPA ذات رأسمال قدره 100 000 000.00 دج مقسم إلى 1000 سهم قيمة كل سهم 100 000.00 دج، وهي مملوكة بشكل كلي لاتصالات الجزائر، حيث يتواجد مقرها الاجتماعي بجريدة بالجزائر العاصمة. ويرأسها حاليا "رئيس مدير عام . PDG" كما أن شعار هذه الشركة هو و " (3) . الكل يتكلم "تعمل موبيليس دوما على عكس صورة إيجابية و هذا بالسهر على توفير شبكة ذات جودة ضعيفة للمشاركين جد ناجعة بالإضافة إلى التنوع و الابداع في العروض و الخدمات المقترحة¹

موبيليس أرادت التموقع كمتعامل أكثر قربا من شركائها و زبائنهم، وما زاد ذلك قوة شعارها الجديد "أينما كنتم" هذا الشعار يعد تعهدا بالإصغاء الدائم، و دليلا على التزامها بلعب دور هام في اجمال و بمساهمتها في (1) .

التقدم الاقتصادي، بالإضافة إلى احترام التنوع الثقافي و سجلت موبيليس الهاتف النقال لشركة اتصالات الجزائر

¹ موقع وزارة البريد و التكنولوجيا إعلام و إتصال موقع www.mptic.gov.dz

سنة 2003 ارتفاعا بنسبة 17.21% لزبائنها في الهاتف النقال أي مجموع 12.451.373 مشترك مقابل 10.622.884 مشترك سنة 2012 حسب دراسة لسلطة ضبط البريد و الاتصالات صادرة في أبريل الفارط. ورقم أعمالها بلغ 64 مليار دج خلال التسعة أشهر الأولى لسنة 2014. حقق متعامل موبيليس نمو فاق نسبة 22% مقارنة مع نفس الفترة من سنة 2013. كما سجل تقدما "مستمرًا" في رقم أعمال موبيليس منذ 2012 حيث انتقل من 10.4% لسنة 2012 (2) إلى 27% سنة 2013 وهي السنة التي وصفت " بالاستثنائية "

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة MOBILIS

كانت المؤسسة قبل 2004 تستعمل تقنية الجيل الثاني أو ما يعرف ب 2G لنقل المعلومات و كان التدفق الذي تسمح به الشبكة هو 250 كيلو بيت في الثانية بينما تكنولوجيا الجيل الثالث 3G ترفع التدفق إلى 14 ميغا في الثانية مما يسمح للمؤسسات و الأفراد لدى الاستعمال المنزلي الخاص من استعمال الانترنت و تبادل المعلومات بسرعة و سهولة و فعالية و رفاهية. و الشركة بصدد التحضير لاحتضان هذه التكنولوجيا و إدخالها للسوق الجزائرية عن قريب بدءا بتحديد و توسيع و هتيفة شبكتها لتتلاءم مع متطلبات هذه التكنولوجيا . فاستراتيجية المؤسسة تركز كثيرا على المحور التكنولوجي و مواكبة آخر المستجدات و التطورات العالمية.

الشكل رقم (3-1): الهيكل التنظيمي للوكالة موبليس - ولاية البيض



المصدر : الموقع الإلكتروني لمؤسسة موبليس أنظر الى الموقع التالي : <https://www.mobilis.dz>

المبحث الثاني: أدوات الدراسة

يتناول هذا المبحث منهجية الدراسة، موضحاً به مجتمع الدراسة وطريقة إختيار عينة الدراسة وإجراءات وخطوات بناء أدوات الدراسة، ووصفاً للإجراءات التي أتبع لتأكد من دلالات الصدق والثبات في أدوات الدراسة، وكيفية تطبيقها على مفردات الدراسة، والوسائل الإحصائية التي استخدمت في تحليل بياناتها.

المطلب الأول: أدوات جمع البيانات

من أجل الحصول على المعلومات اللازمة لإجراء الجانب التطبيقي، وكأي دراسة تتحدد أدواتها على ضوء طبيعة البيانات والمعلومات المتوفرة حول الموضوع، وكذا المنهج أو المناهج المستخدمة، فقد يعتمد الطالب على أكثر من أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة، وذلك من أجل الإجابة على أسئلة الدراسة، وهذا ما تم العمل به من خلال دراستنا، فقد تم الاعتماد على الأدوات التالية:

1-المصادر الثانوية: إتجه الطالبين في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية، والتي تتمثل في الكتب والمراجع باللغة العربية وباللغة الأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، إلى جانب الإستعانة بالشبكة العنكبوتية وما تحويه من مراجع تتعلق بموضوع الدراسة، والهدف من خلال اللجوء للمصادر الثانوية في هذه الدراسة، هو التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذا أخذ تصور عام عن آخر ما كتب حول موضوع الدراسة.

2-المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة، وكون الدراسة تمت على أساس الحصر الشامل، لجأ الطالبين إلى جمع البيانات الأولية من خلال الإستمارة كأداة رئيسية للدراسة، صممت خصيصاً لهذا الغرض، حيث تم توزيع الإستمارة على مجتمعي الدراسة، باللغتين العربية والفرنسية (الملحقين رقم 1 و 2 على الترتيب) نظراً لخصوصية مفردات المجتمعين، وكونهن يتعاملن باللغة الفرنسية أكثر منها بالعربية، كما تضمنت الإستمارة بشكلها

النهائي وبعد إجراء التعديلات على شكلها الأولي 28 عبارة، ناهيك عن البيانات الشخصية والوظيفية المتعلقة بخصائص مفردات الدراسة، حيث تضمنت هذه الاستمارة قسمين رئيسيين هما على التوالي:

القسم الأول: تعلق بالخصائص الشخصية والوظيفية لمفردات الدراسة من حيث: السن، المستوى التعليمي، المؤهل العلمي، الدرجة الوظيفية

القسم الثاني: ويشمل محاور الدراسة، وتضمن 28 عبارة وزعت على المحاور الاثنى للدراسة، والمتمثلة في متغيرات الدراسة وتتمثل هذه المحاور فيما يلي:

➤ المحور الأول: الذكاء الاقتصادي

➤ المحور الثاني: ريادة المؤسسات

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

يتناول هذا المطلب التعريف بمجمعي الدراسة، وكذا مبررات اختيارهما، وكذلك عينة الدراسة، إلى جانب ذلك

يتناول هذا المطلب وصفاً إحصائياً لعينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية المختارة.

أولاً: التعريف بمجتمع الدراسة: للإيفاء بالجانب التطبيقي لهذه الدراسة، وتحقيق أهدافها ومسايعها، كان لابد

من اختيار مجتمع للدراسة يتفق ويتطابق مع ما تسعى إليه هذه الدراسة، وبعد البحث والأخذ برأي المختصين

والباحثين في المجال، تمّ الإستقرار على اعتماد على معطيات شركة موبليس بوصفها المجتمع المناسب للتطبيق.

وعلى اعتبار أنّ مجتمع الدراسة يشمل جميع مفردات الظاهرة التي تدرسها الطالبين، وبذلك فإنّ مجتمع الدراسة

هو جميع الأفراد الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة، وانطلاقاً من مشكلة الدراسة وأهدافها، فإنّ مجتمع الدراسة

المستهدف يتكون من جميع موظفي شركة موبليس

ثانياً: مبررات إختيار مجتمع الدراسة: تم اختيار شركة موبليس لتطبيق الدراسة ميدانياً نظراً للأسباب التالية:

✓ إمكانية القيام بدراسة ميدانية ذات قيمة.

ثالثاً: عينة الدراسة:

تم استخدام طريقة الحصر الشامل في اختيار عينة الدراسة البالغ حجم مفرداتها 45، حيث تم توزيع 45 إستمارة

على موظفي شركة موبليس و تم استرجاع 30 عينة .و 15 عينة تم رفضها (عدم قابلية للتحليل)

رابعاً: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة: فيما يلي خصائص عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

1- السن:

الجدول رقم (3-1): توزيع مفردات الدراسة حسب السن.

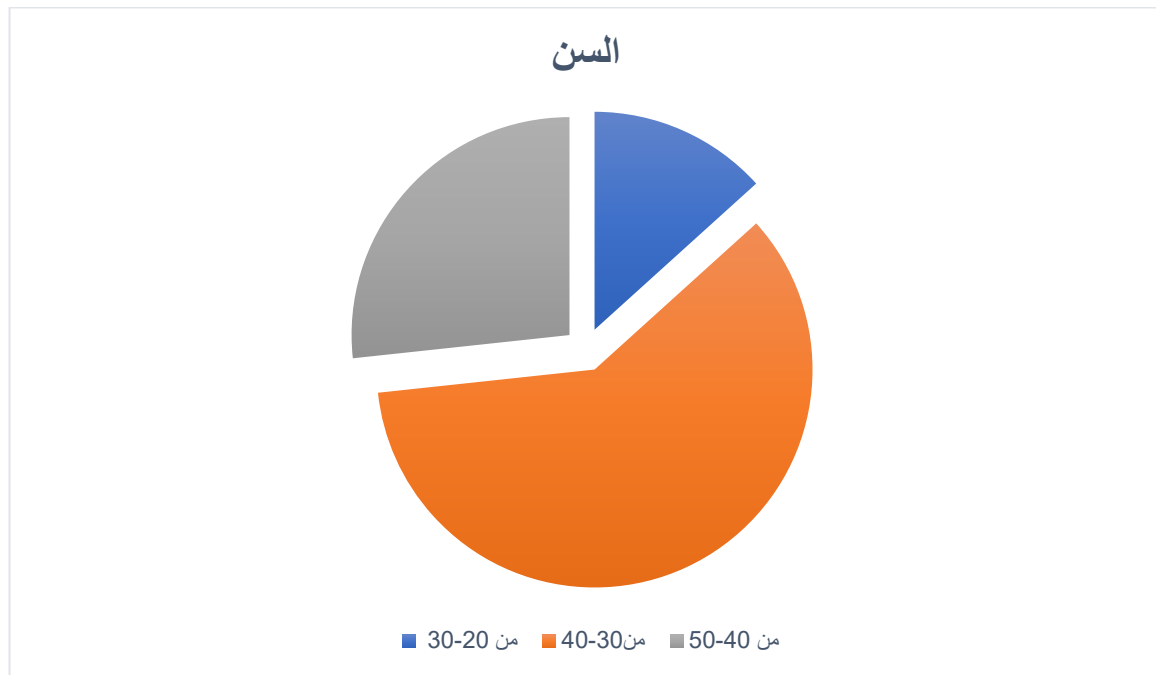
| النسبة % | التكرار | السن |
|----------|---------|----------|
| 13.3 | 4 | من 30-20 |
| 60 | 18 | من 40-30 |
| 26.7 | 8 | من 50-40 |
| 100 | 30 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مستخرجات برنامج spss.

من الجدول السابق، وبعد تحويل النسب المئوية إلى مخططات بيانية تتضح الخصائص الديموغرافية للعينة من

حيث السن.

الشكل رقم (3-2): التمثيل البياني لخصائص مفردات الدراسة حسب السن.



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على برنامج Exel بناءً على معطيات الجدول رقم(18).

من خلال الشكل (2-3) نلاحظ أنّ النسبة الأكبر من موظفي يتراوح أعمارهم 30-40 سنة أي ما يعادل

60%.

2 - الجنس:

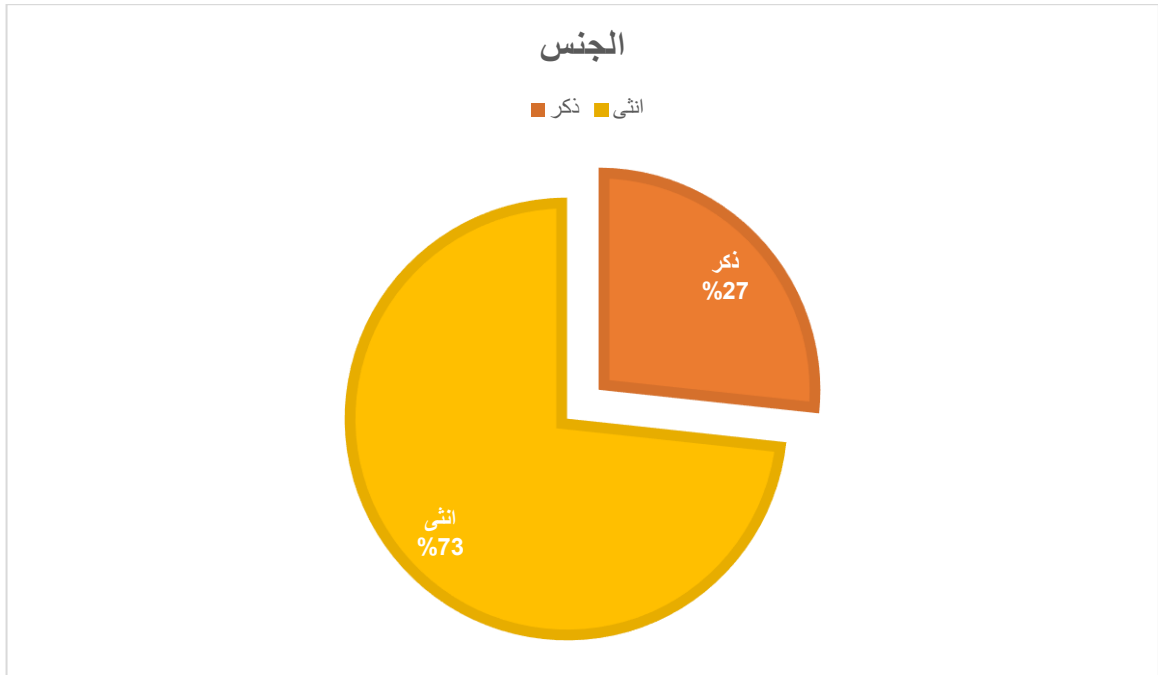
الجدول رقم(2-3): توزيع مفردات الدراسة حسب الجنس.

| النسبة % | التكرار | الجنس |
|----------|---------|---------|
| 26.7 | 8 | ذكر |
| 73.3 | 22 | انثى |
| 100 | 30 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مستخرجات برنامج Spss.

بعد تحويل النسب المئوية إلى مخططات بيانية تتضح الخصائص الديموغرافية للعينة من حيث الحالة العائلية.

الشكل رقم (3-3): التمثيل البياني لخصائص مفردات الدراسة حسب الجنس:



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على برنامج Exel بناءً على معطيات الجدول رقم (19).

من خلال الشكل (3-3) يتضح أنّ أكبر نسبة كانت اناث حيث بلغ نسبته 73.3%، بينما ذكور يليها

بعد ذلك نسبة 26.7%

3 المستوى التعليمي:

الجدول رقم(3-3): توزيع مفردات الدراسة حسب المستوى التعليمي.

| المستوى التعليمي | التكرار | النسبة % |
|------------------|---------|----------|
| ليسانس | 16 | 53.3 |
| ماستر | 14 | 46.7 |
| تكوين متخصص | 0 | 0 |
| دراسات عليا | 0 | 0 |
| المجموع | 30 | 100 |

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مستخرجات برنامج spss.

بعد تحويل النسب المئوية إلى مخططات بيانية تتضح الخصائص الديموغرافية للعينة من حيث المستوى التعليمي.

الشكل رقم(3-4): التمثيل البياني لخصائص مفردات الدراسة حسب المستوى التعليمي.



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على برنامج Exel بناء على معطيات الجدول رقم(20).

من خلال الشكل (3-4) يتضح أنّ الغالبية العظمى موظفي مستوى ليسانس، حيث قدر نسبته بـ: 53.3%

4 - الخبرة المهنية:

الجدول رقم(3-4): توزيع مفردات الدراسة الخبرة المهنية

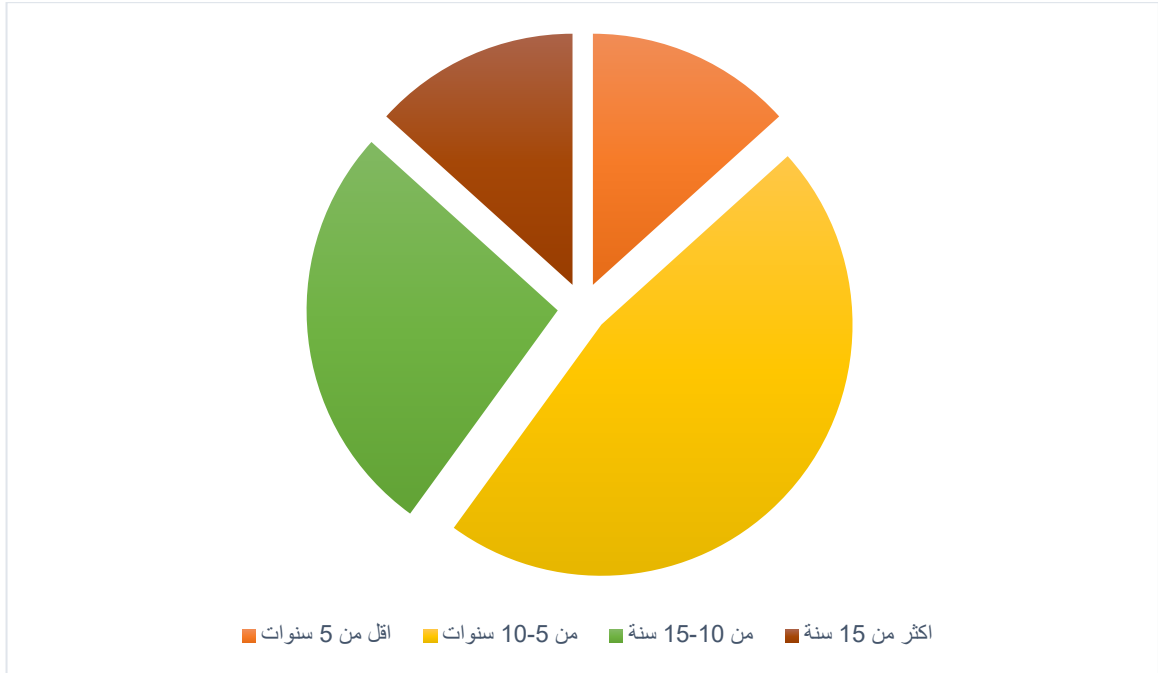
| النسبة % | التكرار | الشهادات المتحصل عليها |
|----------|---------|------------------------|
| 13.3 | 4 | اقل من 5 سنوات |
| 46.7 | 14 | من 5-10 سنوات |
| 26.7 | 8 | من 10-15 سنة |
| 13.3 | 4 | اكثر من 15 سنة |
| 100 | 30 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مستخرجات برنامج **spss**.

وبعد تحويل النسب المئوية إلى مخططات بيانية تتضح الخصائص الديموغرافية للعينة من حيث الشهادات

المتحصل عليها.

الشكل رقم (3-5): التمثيل البياني لخصائص مفردات الدراسة حسب سنوات خدمة



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على برنامج Exel بناءً على معطيات الجدول رقم (21).

يتضح من خلال الشكل (3-5) أن أغلبية الموظفي لديهم خبرة مهنية من 5-10 سنوات ينسبة 46.7 %

المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار فرضياتها، تم إستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم

الإجتماعية (SPSS 25.V)، كما استعانت الطالبين بمجموعة من الأساليب الإحصائية منها ما خصص لوصف

متغيرات الدراسة، ومنها ما استخدم في تحليل متغيرات الدراسة، وتتمثل هذه الأدوات فيما يلي:

◀ **مقاييس الإحصاء الوصفي:** وذلك لوصف مجتمعي الدراسة وإظهار خصائصهما، بالإعتماد على النسب

المئوية والتكرارات، والإجابة على أسئلة الدراسة وترتيب متغيرات الدراسة حسب أهميتها بالإعتماد على

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

◀ **إختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha):** لاختبار ثبات الإستمارة.

◀ معامل الارتباط بيرسون (Pearson Corrélation Coefficient): ويستخدم لقياس

درجة الارتباط بين المتغيرات، كما يستخدم لحساب الإتساق الداخلي والصدق البنائي والعلاقة بين

المتغيرات

◀ معامل الانحدار البسيط

المبحث الثالث : النتائج و اختبار الفرضيات

المطلب الأول: صدق وثبات أداة الدراسة.

يهتم هذا المطلب بإبراز صدق أداة الدراسة، أي مدى قدرة الإستمارة على قياس ما صممت من أجله، وذلك من خلال التركيز على العناصر التالية: الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، وأيضاً الإتساق الداخلي والصدق البنائي كشقين فرعيين لقياس صدق المقياس، كما يهتم هذا المطلب بإثبات ما إذا كانت الإستمارة قادرة على جمع معلومات دقيقة وذلك باعتماد ألفا كرونباخ كأساس لقياس ثبات أداة الدراسة.

- صدق أداة الدراسة.

يشير الصدق (Validity) إلى قدرة الإستمارة على قياس ما صممت من أجله، ويعد هذا من أهم الشروط الواجب توافرها في بناء المقياس، وفقدان هذا الشرط يعني عدم صلاحية المقياس وعدم اعتماد نتائجه، واختبار صدق المقياس هناك طرق متعددة اعتمدت الطالبين على قسم منها هي:

1- صدق المقياس.

1-2 الإتساق الداخلي:

يقصد بالإتساق الداخلي مدى إتساق كل عبارة من عبارات الإستمارة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارة، وقد تم حساب الإتساق الداخلي للإستمارة من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الإستمارة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

الجدول رقم (3-5) : معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات الذكاء الاقتصادي والدرجة الكلية للمحور.

| رقم العبارة | العبارات | معامل الارتباط | Sig |
|-------------|--|----------------|-------|
| | اليقظة الاستراتيجية | | |
| 1 | تهتم شركة موبليس بكل ما يتعلق ببراءات الاختراع والإبداع التكنولوجي. | 0.333 | 0.000 |
| 2 | تتابع الشركة التطور التكنولوجي والعلمي الذي يحدث في محيطها. | 0.504 | 0.000 |
| 3 | تولي الشركة عناية بما يجري في محيطها التنافسي. | 0.585 | 0.000 |
| 4 | تجمع الشركة جميع المعلومات الخاصة بمستخدمي خدماتها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي. | 0.509 | 0.000 |
| | الحماية و الأمن المعلوماتي | | |
| 5 | تطور الشركة من نظام معالجة المعلومات لحماية وضمان إطلاق أي مشروع مهم. | 0.500 | 0.000 |
| 6 | هناك نظام حماية لجميع العناصر الحساسة التي تحددها الشركة من أجل تنفيذ أنشطتها. | 0.420 | 0.000 |
| 7 | تحافظ الشركة على مكانتها في السوق من خلال تأمين نظام المعلومات الخاص بما بمكوناتها المختلفة. | 0.517 | 0.000 |
| 8 | تحرص الشركة على برمجة المؤتمرات والتكوينات لموظفيها فيما يتعلق بأمن وحماية أنظمة المعلومات. | 0.620 | 0.000 |
| | سياسة التأثير | | |

| | | | |
|-------|-------|--|----|
| 0.000 | 0.915 | تلجأ الشركة إلى مكتب الضغط والتأثير من أجل حماية وترقية سمعتها في حالة انتهاك أصولها المعلوماتية. | 9 |
| 0.000 | 0.452 | تعتمد الشركة على وسائل الإعلام لنشر خدماتها. | 10 |
| 0.000 | 0.439 | تعمل الشركة على تنشيط العلاقة بين الفاعلين الاقتصاديين والقوى السياسية والاجتماعية من خلال جماعات الضغط. | 11 |
| 0.000 | 0.594 | المشاركة في المعارض المهنية الدولية والمحلية لتحقيق أهداف الشركة. | 12 |

الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V 25.

يتضح من الجدول أعلاه أنّ معامل الإرتباط بين كل عبارة من عبارات محور " الذكاء الاقتصادي " والدرجة

الكلية للمحور، دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ، وبذلك يعتبر المحور صادقاً في قياس ما وضع لقياسه.

الجدول رقم (3-6): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور "ريادة المؤسسات" والدرجة الكلية للمحور.

| رقم العبارة | العبارات | معامل الارتباط | Sig |
|-------------|---|----------------|-------|
| | الابداع | | |
| 1 | تهتم الشركة بتقديم خدمات قائمة على رغبات مستخدمي شريحة موبليس. | 0.446 | 0.000 |
| 2 | شركة موبليس حريصة على تحقيق أقصى استفادة من المعلومات للوصول إلى مراقبة جودة الخدمات المقدمة. | 0.435 | 0.000 |
| 3 | تعمل إدارة الشركة على تطوير أفكار جديدة لخدمة عملائها. | 0.844 | 0.000 |
| 4 | تقدم شركة موبليس خدمات تكنولوجية ابداعية. | 0.434 | 0.000 |
| | الابتكار | | |
| 5 | تولي الشركة اهتماما كبيرا بالبحث والتطوير. | 0.496 | 0.000 |
| 6 | تقدم الشركة خدمات جديدة بناء على آراء ومقترحات عملائها. | 0.614 | 0.000 |
| 7 | توفر الإدارة العليا للشركة شبكة معلوماتية للعاملين بمختلف وكالاتها . | 0.388 | 0.000 |
| 8 | تحرص الشركة على مواكبة التغيرات التي تحدث في مجال عملها. | 0.428 | 0.000 |
| | الاستباقية | | |
| 9 | تهدف الشركة إلى تحسين الإمكانيات قبل منافسيها. | 0.500 | 0.000 |
| 10 | تسعى إدارة الشركة إلى أن تكون المتحرك الأول نحو التوجه للريادة في مجال عملها. | 0.383 | 0.000 |

| | | | |
|-------|-------|--|----|
| 0.000 | 0.410 | توفير البيئة المناسبة لمبادرات الفرص العالية من الابداع. | 11 |
| 0.000 | 0.488 | تؤكد الشركة على أهمية مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية. | 12 |
| | | تحمل المخاطرة | |
| 0.000 | 0.383 | تتحمل الشركة مخاطر تنفيذ المشاريع الريادية. | 13 |
| 0.000 | 0.491 | تقوم الشركة بتقييم حجم المخاطر لاتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهتها. | 14 |
| 0.000 | 0.681 | تدعم الشركة موظفيها في المشاريع الريادية على الرغم من وجود احتمال فشل بعضها. | 15 |
| 0.000 | 0.492 | تنطوي إدارة الشركة على مخاطر عالية لإيجاد حلول مبتكرة. | 16 |

الإرتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V :21.

يتضح من الجدول أعلاه أنّ معامل الإرتباط بين كل عبارة من عبارات محور "ريادة المؤسسات" والدرجة الكلية

للمحور، دال عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وبذلك يعتبر المحور صادقاً في قياس ما وضع لقياسه.

2-2 الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول

إليها، ويبين مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لعبارات الإستمارة..

الجدول رقم (3-6): معامل الارتباط بين درجة كل محور من محاور الإستثمار والدرجة الكلية للإستثمار.

| رقم المحور | المحور | معامل الارتباط | القيمة الاحتمالية |
|------------|------------------|----------------|-------------------|
| 1 | الذكاء الاقتصادي | 0.730 | 0.000 |
| 2 | ريادة المؤسسات | 0.654 | 0.000 |

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستثمار من خلال برنامج SPSS V: 25.

يبين الجدول أعلاه أنّ جميع معاملات الارتباط في جميع محاور الإستثمار دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$)، وبذلك تعتبر جميع محاور الإستثمار صادقة لما وضعت لقياسه.

الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة.

ويقصد بالثبات الإتساق أو الرسوخ والإستقرار والقابلية على التنبؤ بالمقياس، كما يقصد به مدى إتساق المقياس فيما يزودنا من معلومات عن سلوك الأفراد، كما يعني الإتساق في النتائج أي إعطاء النتائج نفسها إذا ما قاست الشيء مرات متتالية، وللحصول على أداة قادرة على جمع معلومات دقيقة لا بد أن تكون تلك الأداة قادرة على إعطاء إجابات ثابتة نسبياً، حيث يعد الثبات من متطلبات وشروط أداة الدراسة، وقد تم التحقق من ثبات أداة الدراسة باعتماد معادلة ألفا كرونباخ.

تعد معادلة (ألفا كرونباخ) من أكثر الطرق شيوعاً إذ تمتاز بتنسيقها وإمكانية الوثوق بنتائجها، وتعتمد هذه الطريقة على حساب الارتباط بين درجات جميع عبارات المقياس، على اعتبار أنّ كل عبارة عن مقياس بذاته ويؤشر معامل الثبات على التجانس بين عبارات المقياس، وللتحقق من ثبات أداة الدراسة بهذا الأسلوب طبقت

معادلة (ألفا كرونباخ) على درجات أفراد عينة الثبات وكانت النتائج كما مبينة في الجداول التالية بالنسبة لكل دراسة حالة على حدى .

الجدول رقم(3-7): نتائج قياس معامل الثبات ألفا كرونباخ.

| الرقم | البعء | ألفا كرونباخ | الصدق |
|-------|-----------------------|--------------|-------|
| 1 | الذكاء الاقتصادي | 0.719 | 0.847 |
| 2 | ريادة المؤسسات | 0.841 | 0.917 |
| | جميع محاور الإستمارة. | 0.801 | 0.894 |

الصدق = الجذر التربيعي الموجب لمعامل ألفا كرونباخ.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V :25.

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه، أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة في كل محور من محاور الإستمارة، حيث تراوحت بين (0.719-0.841)،

إلى جانب ذلك، يوضح الجدول أعلاه أنّ قيمة الصدق كانت مرتفعة في كل محور من محاور الإستمارة، حيث تراوح بين (0.847-0.894).

المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة.

يهدف هذا المبحث لاستعراض جملة من النقاط أهمها: إختبار ما إذا كانت متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، وذلك من خلال إستخدام الإختبارات الملائمة، بالإضافة إلى التعرف على إجابات مفردات الدراسة على محاور الدراسة الثلاث، بإعتماد أساليب الإحصاء الوصفي المتمثلة في الوسط الحسابي والانحراف المعياري، إلى جانب إبراز نتائج إختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة، وكذا تحليل ما أسفرت عنه المقابلات من إجابات.

1- عرض نتائج تقييم متغيرات الدراسة.

في هذا الجزء سيتم تحليل لمتغيرات الدراسة لموظفي شركة موبليس - البيض وحسب إجابات مفردات المجتمعين، حيث تم استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت) ، تم وضع مقياس ترتيبى لهذه الأرقام لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي للأهمية وذلك للاستفادة منها فيما بعد تحليل النتائج، حيث تبنت الدراسة المعيار التالي للحكم على الاتجاه عند استخدام مقياس ليكرت الخماسي، ونوضح ذلك في الجدول الموالي:

الجدول رقم (3-8): يبين مقياس درجة القياس للوسط الحسابي

| درجة المقياس | الوسط الحسابي | |
|--------------------|---------------|------|
| | إلى | من |
| غير موافق بشدة | 1.79 | 1.00 |
| غير موافق | 2.59 | 1.80 |
| موافق بدرجة متوسطة | 3.39 | 2.60 |
| موافق | 4.19 | 3.40 |
| موافق بشدة | 5.00 | 4.20 |

المصدر: من إعداد الباحث.

وقد تم إعداد هذا الجدول وفق المعيار التالي :

$$\text{المدى} = \text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى} = 5 - 1 = 4$$

$$\text{عدد الفئات} = (\text{حسب مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الدراسة}) = 5$$

$$\text{طول الفئة} = \text{أكبر قيمة في المقياس} \div \text{المدى} = 5 \setminus 4 = 0,8$$

- إضافة هذه القيمة (0.8) إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي الواحد الصحيح)، وذلك

لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح بالإمكان تصنيف قيم المتوسطات الحسابية لكل فقرة من

الفقرات، والأهمية النسبية لها كما ظهر في الجدول السابق.

الجدول رقم (3-9): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري عبارات محور " الذكاء الاقتصادي".

| رقم العبارة | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التقييم |
|-------------|--|-----------------|-------------------|------------|
| | اليقظة الاستراتيجية | 4.300 | 1.451 | موافق بشدة |
| 1 | تتم شركة موبليس بكل ما يتعلق ببراءات الاختراع والإبداع التكنولوجي. | 4.800 | 0.761 | موافق بشدة |
| 2 | تتابع الشركة التطور التكنولوجي والعلمي الذي يحدث في محيطها. | 4.400 | 1.220 | موافق بشدة |
| 3 | تولي الشركة عناية بما يجري في محيطها التنافسي. | 4.200 | 1.349 | موافق بشدة |

| | | | | |
|----|---|-------|-------|------------|
| 4 | تجمع الشركة جميع المعلومات الخاصة بمستخدمي خدماتها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي. | 3.400 | 1.522 | موافق بشدة |
| | الحماية و الأمن المعلوماتي | 4.40 | 1.22 | موافق بشدة |
| 5 | تطور الشركة من نظام معالجة المعلومات لحماية وضمان إطلاق أي مشروع مهم. | 4.000 | 1.438 | موافق بشدة |
| 6 | هناك نظام حماية لجميع العناصر الحساسة التي تحددها الشركة من أجل تنفيذ أنشطتها. | 4.200 | 1.349 | موافق بشدة |
| 7 | تحافظ الشركة على مكانتها في السوق من خلال تأمين نظام المعلومات الخاص بها بمكوناتها المختلفة. | 4.600 | 1.037 | موافق بشدة |
| 8 | تحرص الشركة على برمجة المؤتمرات والتكوينات لموظفيها فيما يتعلق بأمن وحماية أنظمة المعلومات. | 3.800 | 1.494 | موافق بشدة |
| | سياسة التأثير | 4.38 | 1.25 | موافق بشدة |
| 9 | تلجأ الشركة إلى مكتب الضغط والتأثير من أجل حماية وترقية سمعتها في حالة انتهاك أصولها المعلوماتية. | 4.200 | 1.349 | موافق بشدة |
| 10 | تعتمد الشركة على وسائل الإعلام لنشر خدماتها. | 4.400 | 1.220 | موافق بشدة |

| | | | | |
|----|--|-------|-------|------------|
| 11 | تعمل الشركة على تنشيط العلاقة بين الفاعلين الاقتصاديين والقوى السياسية والاجتماعية من خلال جماعات الضغط. | 3.400 | 1.522 | موافق بشدة |
| 12 | المشاركة في المعارض المهنية الدولية والمحلية لتحقيق أهداف الشركة. | 3.800 | 1.494 | موافق بشدة |

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V: 21.

من الجدول والذي بين آراء أفراد عينة الدراسة فيما يخص المحور الأول الذي يبين أبعاد (الذكاء الاقتصادي):

1- اليقظة الاستراتيجية: بلغ متوسط حساب البعد المتوسط الحسابي 4.30 الانحراف المعياري بانحراف

معباري 1.451 وهذا يدل على أن هناك اتجاه إيجابيات العينة نحو " موافق بشدة " من قبل أفراد العينة

على البعد.

2- الحماية و الأمن المعلوماتي: بلغ متوسط حساب البعد المتوسط الحسابي 4.40 انحراف معباري

1.22 وهذا يدل على أن هناك اتجاه إيجابيات العينة نحو " موافق بشدة " من قبل أفراد العينة على

البعد.

3- سياسة التأثير: بلغ متوسط حساب البعد المتوسط الحسابي 4.40 انحراف معباري 1.22 وهذا يدل

على أن هناك اتجاه إيجابيات العينة نحو " موافق بشدة " من قبل أفراد العينة على البعد.

الجدول رقم (3-10) : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري على عبارات محور "ريادة المؤسسات".

| رقم العبارة | العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التقييم |
|-------------|--|-----------------|-------------------|------------|
| | الابداع | 4.41 | 1.46 | |
| 1 | تهتم الشركة بتقديم خدمات قائمة على رغبات مستخدمي شريحة موبيليس. | 4.20 | 1.34 | موافق بشدة |
| 2 | شركة موبيليس حريصة على تحقيق أقصى استفادة من المعلومات للوصول إلى مراقبة جودة الخدمات المقدمة. | 3.80 | 1.49 | موافق بشدة |
| 3 | تعمل إدارة الشركة على تطوير أفكار جديدة لخدمة عملائها. | 4.60 | 1.03 | موافق بشدة |
| 4 | تقدم شركة موبيليس خدمات تكنولوجية ابداعية. | 4.00 | 1.43 | موافق بشدة |
| | الابتكار | 4.30 | 1.21 | |
| 5 | تولي الشركة اهتماما كبيرا بالبحث والتطوير. | 4.40 | 1.22 | موافق بشدة |
| 6 | تقدم الشركة خدمات جديدة بناء على آراء ومقترحات عملائها. | 4.40 | 1.22 | موافق بشدة |

| | | | | |
|----|---|------|------|---------------|
| 7 | توفر الإدارة العليا للشركة شبكة معلوماتية للعاملين بمختلف وكالاتها . | 3.60 | 1.52 | موافق بشدة |
| 8 | تحرص الشركة على مواكبة التغيرات التي تحدث في مجال عملها. | 4.40 | 1.22 | موافق بشدة |
| | الاستباقية | 4.50 | 1.30 | موافق بشدة |
| 9 | تهدف الشركة إلى تحسين الإمكانيات قبل منافسيها. | 4.80 | 0.76 | موافق بشدة |
| 10 | تسعى إدارة الشركة إلى أن تكون المتحرك الأول نحو التوجه للريادة في مجال عملها. | 4.40 | 1.22 | موافق بشدة |
| 11 | توفير البيئة المناسبة لمبادرات الفرص العالية من الابداع. | 4.40 | 1.22 | موافق بشدة |
| 12 | تؤكد الشركة على أهمية مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية. | 4.20 | 1.34 | موافق بشدة |
| | تحمل المخاطرة | 3.95 | 1.54 | موافق بشدة |
| 13 | تتحمل الشركة مخاطر تنفيذ المشاريع الريادية. | 3.80 | 1.49 | موافق بشدة |

| | | | | |
|----|--|------|------|------------|
| 14 | تقوم الشركة بتقييم حجم المخاطر لاتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهتها. | 3.60 | 1.52 | موافق بشدة |
| 15 | تدعم الشركة موظفيها في المشاريع الريادية على الرغم من وجود احتمال فشل بعضها. | 3.80 | 1.49 | موافق بشدة |
| 16 | تنطوي إدارة الشركة على مخاطر عالية لإيجاد حلول مبتكرة. | 4.60 | 1.03 | موافق بشدة |

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج : **SPSS V25**.

من الجدول والذي بين آراء أفراد عينة الدراسة فيما يخص المحور الأول الذي يبين أبعاد (الذكاء الاقتصادي):

1- الابداع: بلغ متوسط حساب البعد المتوسط الحسابي 4.41 بانحراف معياري 1.46 وهذا يدل على

أن هناك اتجاه إيجابيات العينة نحو " موافق بشدة " من قبل أفراد العينة على البعد.

2- الابتكار: بلغ متوسط حساب البعد المتوسط الحسابي 4.30 انحراف معياري 1.22 وهذا يدل على

أن هناك اتجاه إيجابيات العينة نحو " موافق بشدة " من قبل أفراد العينة على البعد.

3- الاستباقية: بلغ متوسط حساب البعد المتوسط الحسابي 4.50 انحراف معياري 1.30 وهذا يدل على

أن هناك اتجاه إيجابيات العينة نحو " موافق بشدة " من قبل أفراد العينة على البعد.

1- تحمل المخاطرة: بلغ متوسط حساب البعد المتوسط الحسابي 3.95 انحراف معياري 1.54 وهذا

يدل على أن هناك اتجاه إيجابيات العينة نحو " موافق بشدة " من قبل أفراد العينة على البعد.

المطلب الثالث : نتائج إختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة.

يسعى هذا المطلب لاختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية بقياس أثر المتغير المستقل في المتغير التابع بأبعاده

المختلفة، باستعمال نموذج الإنحدار البسيط،

✓ أولاً: الفرضية الفرعية الاولى: تنص على أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية لبعدها اليقظة

الاستراتيجية على ريادة شركة موبليس - ولاية البيض عند مستوى 0.05

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط ، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (3-11): نتائج تحليل الإنحدار البسيط

| ريادة المؤسسات | | | | | | المتغير |
|----------------|------------------------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|-------|-------------------------|
| Sig | معامل التحديد R ² | معامل الارتباط R | درجة الحرية Ddl | قيمة T المحسوبة | Beta | بعد اليقظة الاستراتيجية |
| 0.000 | 0.245 | 0.495 | 1 | 4.902 | 0.518 | |

الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V :25.

تشير النتائج الواردة في الجدول أعلاه، إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)

بين المتغير المستقل المتمثل في بعد اليقظة الاستراتيجية والمتغير التابع المتمثل في ريادة المؤسسات، حيث بلغت T

المحسوبة (4.902)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الإرتباط (R) إلى قوة العلاقة بين المتغيرين

السابقين، حيث بلغت قيمته (0.495)، كما تكشف قيمة معامل الإرتباط عن وجود علاقة إرتباطية موجبة بين

المتغيرين المستقل والتابع، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.245)، أنّ

اليقظة الاستراتيجية تفسر ما نسبته (24.5%) من التباين في ريادة المؤسسات وبالتالي فإنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية لبعء اليقظة الاستراتيجية على ريادة شركة موبليس - ولاية البيض وذلك عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$.

✓ الفرضية الفرعية الثانية : تنص على أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية لبعء الحماية و الأمن

المعلوماتي على ريادة شركة موبليس - ولاية البيض عند مستوى 0.05

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط ، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (3-12): نتائج تحليل الإنحدار البسيط

| ريادة المؤسسات | | | | | | المتغير |
|----------------|------------------------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|-------|----------------------------|
| Sig | معامل التحديد R ² | معامل الارتباط R | درجة الحرية Ddl | قيمة T المحسوبة | Beta | الحماية و الأمن المعلوماتي |
| 0.000 | 0.172 | 0.414 | 1 | 3.917 | 0.571 | |

الإرتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V :25.

تشير النتائج الواردة في الجدول أعلاه، إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha=0.05)$

بين المتغير المستقل المتمثل في بعء الحماية و الأمن المعلوماتي والمتغير التابع المتمثل في ريادة المؤسسات، حيث

بلغت T المحسوبة (3.917)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الإرتباط (R) إلى قوة العلاقة

بين المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0.414)، كما تكشف قيمة معامل الإرتباط عن وجود علاقة إرتباطية

موجبة بين المتغيرين المستقل والتابع، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.172)، أنّ بعد الحماية و الأمن المعلوماتي تفسر ما نسبته (17.2%) من التباين في ريادة المؤسسات وبالتالي فإنه علاقة ذات دلالة إحصائية لبعء الحماية و الأمن المعلوماتي على ريادة شركة موبليس -ولاية البيض عند مستوى 0.05

✓ الفرضية الفرعية الثالثة : تنص على أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية لبعء سياسة التأثير على

ريادة المؤسسات شركة موبليس -ولاية البيض عند مستوى 0.05

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط ، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (3-13): نتائج تحليل الانحدار البسيط

| ريادة المؤسسات | | | | | | المتغير |
|----------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|-------|---------------|
| Sig | معامل التحديد R^2 | معامل الارتباط R | درجة الحرية Ddl | قيمة T المحسوبة | Beta | سياسة التأثير |
| 0.000 | 0.272 | 0.521 | 1 | 5.255 | 0.428 | |

الإرتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V :25.

تشير النتائج الواردة في الجدول أعلاه، إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) بين المتغير المستقل المتمثل في بعد الحماية و الأمن المعلوماتي والمتغير التابع المتمثل في ريادة المؤسسات، حيث بلغت T المحسوبة (5.255)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الإرتباط (R) إلى قوة العلاقة بين

المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0.521)، كما تكشف قيمة معامل الارتباط عن وجود علاقة إرتباطية موجبة بين المتغيرين المستقل والتابع، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.272)، أنّ بعد الحماية و الأمن المعلوماتي تفسر ما نسبته (27.2%) من التباين في ريادة المؤسسات وبالتالي فإنه علاقة ذات دلالة إحصائية لبعده سياسة التأثير على ريادة المؤسسات شركة موبليس - ولاية البيض عند مستوى 0.05.

✓ الفرضية الرئيسية : تنص على أنه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي على ريادة شركة موبليس - ولاية البيض عند مستوى 0.05

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط ، ونتائج هذا التحليل موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم (3-14): نتائج تحليل الإنحدار البسيط

| ريادة المؤسسات | | | | | | المتغير |
|----------------|---------------------|------------------|-----------------|-----------------|-------|------------------|
| Sig | معامل التحديد R^2 | معامل الارتباط R | درجة الحرية Ddl | قيمة T المحسوبة | Beta | الذكاء الاقتصادي |
| 0.000 | 0.281 | 0.530 | 1 | 5.380 | 0.610 | |

الإرتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $\alpha=0.05$.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج تحليل الإستمارة من خلال برنامج SPSS V :25.

تشير النتائج الواردة في الجدول أعلاه، إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) بين المتغير المستقل المتمثل في بعد الذكاء الاقتصادي والمتغير التابع المتمثل في ريادة المؤسسات، حيث بلغت T المحسوبة

(5.380)، بقيمة احتمالية (0.000)، كما تشير قيمة معامل الارتباط (R) إلى قوة العلاقة بين المتغيرين السابقين، حيث بلغت قيمته (0.530)، كما تكشف قيمة معامل الارتباط عن وجود علاقة إرتباطية موجبة بين المتغيرين المستقل والتابع، إضافة إلى ذلك، يتضح من خلال قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.281)، أنّ الذكاء الاقتصادي تفسر ما نسبته (28.1%) من التباين في ريادة المؤسسات وبالتالي فإنه علاقة ذات دلالة إحصائية للذكاء الاقتصادي على ريادة المؤسسات شركة موبليس - ولاية البيض عند مستوى 0.05

خلاصة الفصل الثالث:

لقد تم التطرق من خلال الفصل التطبيقي إلى إسقاط الجانب النظري على أرض الواقع، حيث تم التطرق إلى دور الذكاء الاقتصادي في ريادة المؤسسات** للشركة موبليس**، إذ قمنا بدراسة إستبائية، حيث تم إعداد وتصميم استمارة على عينة الدراسة المتمثلة في مجموعة الموظفي في هذه الشركة. وقد استهدفت هذه الدراسة لمعرفة الدور الفعال الذي يلعبه ابعاد الذكاء الاقتصادي في ريادة المؤسسات للشركة موبليس – ولاية البيض

كما تم استخدام برنا مج SPSS25 لعملية المعالجة الإحصائية للبيانات المجمعة من الاستبيان لمعرفة مدى صدق وثبات أداة الدراسة، وكذا تحليل وتفسير إجابات أفراد العينة، كما تم أيضا استخدام أساليب إحصائية وصفية واستدلالية.

الخاتمة

يعتبر الذكاء الاقتصادي أحد العوامل الرئيسية في تعزيز ريادة الأعمال وتحفيز الابتكار والتنمية الاقتصادية. يعني الذكاء الاقتصادي القدرة على فهم وتحليل البيانات الاقتصادية واستخدامها لاتخاذ القرارات الاقتصادية الذكية والمبتكرة.

واحدة من أهم فوائد الذكاء الاقتصادي في تعزيز ريادة الأعمال هي القدرة على تحليل السوق وفهم احتياجات العملاء وتوقع الاتجاهات والتحول في السوق. بفضل التحليلات الاقتصادية المتقدمة واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة، يمكن للمقاولين ورجال الأعمال أن يحصلوا على رؤى قيمة حول فرص السوق وتحدياتها وبالتالي يمكنهم اتخاذ قرارات استثمارية مستنيرة وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة.

علاوة على ذلك، يمكن للذكاء الاقتصادي أن يدعم عملية اتخاذ القرارات في المشاريع الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة. من خلال تحليل البيانات المالية والاقتصادية وتقديم توصيات فعالة، يمكن للمشاريع الناشئة أن تتخذ قرارات استراتيجية في مجال التمويل والاستثمار وإدارة المخاطر. كما يمكن استخدام الذكاء الاقتصادي لتحسين عمليات الإنتاج والتوريد وتحديد أفضل السياسات الاقتصادية والتجارية.

نتائج البحث :

من خلال دراستنا إلى مختلف الجوانب المتعلقة بدور الذكاء الاقتصادي في تعزيز ريادة الأعمال ، فقد خلصت الدراسة النتائج التالية:

نتائج الجانب النظري :

1. تحسين صنع القرار: يوفر الذكاء الاقتصادي مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات التي تساعد رواد الأعمال على اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر ذكاءً. من خلال تحليل البيانات وتوقعات السوق، يمكن لرواد الأعمال فهم فرص الأعمال المحتملة والتحديات واتخاذ القرارات المستنيرة بشأن استثمار الموارد والتوسع وتطوير الشركة.
2. توجيه الاستراتيجية: يمكن استخدام الذكاء الاقتصادي في تحليل بيانات السوق والصناعة والعملاء لتوجيه استراتيجية الشركة. من خلال فهم الاتجاهات السائدة واحتياجات العملاء والتنبؤ بالمستقبل، يمكن لرواد الأعمال تحديد المجالات التي يجب التركيز عليها وتطوير خطط استراتيجية تلي تلك الاحتياجات.

3. تحسين التسويق والمبيعات: يمكن استخدام الذكاء الاقتصادي في تحليل البيانات وفهم سلوك العملاء وتفضيلاتهم. يمكن لرواد الأعمال استخدام هذه المعلومات لتطوير استراتيجيات تسويقية مستهدفة وتحسين جودة المنتجات والخدمات لتلبية احتياجات العملاء وزيادة مبيعاتهم.

4. تحسين الكفاءة والإنتاجية: يمكن للذكاء الاقتصادي أن يساهم في تحسين كفاءة العمليات وزيادة الإنتاجية. من خلال تحليل بيانات الإنتاج والتوزيع والعمليات الداخلية، يمكن لرواد الأعمال تحسين عملياتهم وتقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية، مما يعزز نمو الشركة وتوسيع نطاق عملها.

نتائج الجانب التطبيقي:

من خلال ما تم استخدامه من وسائل إحصائية في تحليل النتائج الواردة في الاستبانة الموزعة على عينة الدراسة تم التوصل الى ما يلي:

عند تفسير و تحليل إجابات أفراد العينة بإستخدام برنامج spss لعملية المعالجة الإحصائية للبيانات مجمعة من الإستبيان تبين ان مؤسسة موبليس البيض تهم بتطبيق الذكاء الإقتصادي ، و تستخدمه كأسلوب تأثير في ريادةها من خلال أبعادها الأربعة .

مدى استخدام الذكاء الإقتصادي جاء الاهتمام بنشاطه من خلال تكوين خلية اليقظة المجهزة بكل المعدات و التكنولوجيات على مستوى موبليس البيض

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد ريادة الأعمال و الذكاء الاقتصادي عند مستوى دلالة 0.05
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الابداع و الذكاء الاقتصادي عند مستوى دلالة 0.05
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الابتكار و الذكاء الاقتصادي عند مستوى دلالة 0.05
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الاستباقية و الذكاء الاقتصادي عند مستوى دلالة 0.05
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد تحمل المخاطرة و الذكاء الاقتصادي عند مستوى دلالة 0.05

العلاقة بين المتغيرين الريادة و الذكاء الإقتصادي من خلال التحليل الإحصائي يتضح من خلال قيمة T المحسوبة 4.902 بقيمة احتمالية 0.000 و نسبة معامل التحديد R^2 البالغة 0.245 أن اليقظة الإستراتيجية تفسر

ما نسبته 24.5 من التباين في ريادة المؤسسة أو بالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لبعدها البيئية الإستراتيجية على ريادة شركة موبليس ولاية البيض .

بعدها الحماية و الأمن المعلوماتي تفسر ما نسبته (17.2%) من التباين في ريادة المؤسسات وبالتالي فإنه علاقة ذات دلالة إحصائية لبعدها الحماية و الأمن المعلوماتي على ريادة شركة موبليس -ولاية البيض.

بعدها سياسة التأثير R^2 بلغت 0.272 تفسر ما نسبته 27.2 % من التباين في ريادة المؤسسة و بالتالي فإنه لبعدها سياسة التأثير على ريادة شركة موبليس ولاية البيض

من خلال ما سبق نلاحظ أن لأبعاد الذكاء الإقتصادي تأثير على ريادة لشركة موبليس البيض ، كما يشير معامل الارتباط R و معامل ألفا كرونباخ الى قوة العلاقة بين المتغيرين .

من خلال الإجابات موظفي شركة موبليس وكالة ولاية البيض تبين ان الشركة تهتم بذكاء الاقتصادي وابعاده الثلاثة، البيئية الإستراتيجية و حماية أمن معلوماتي، سياسة تأثير .

تولي شركة موبليس وكالة ولاية البيض من خلال إجابات موظفيها في إستبيان إهتمامها بالريادة بابعادها الأربعة: الأبداع، الابتكار، الإستباقية، تحمل المخاطر .

من خلال الدراسة الميدانية تبين ان هناك تأثير لذكاء الاقتصادي على ريادة الاعمال في شركة موبليس وكالة ولاية البيض

تكمن أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين أداء شركة موبليس وكالة ولاية البيض وتطوير منتجاتها ودوره هام في نجاحها وريادتها

توصيات :

- يجب على موظفي شركة موبليس وكالة ولاية البيض قيام بدورات تكوينية في مجال الذكاء الاقتصادي
- تكوين شبكة مختصة في مجال الذكاء الاقتصادي تضم مجموعة من الخبراء والمختصين والمستشارين من اجل تعقب المعلومة وتحليلها ونشرها في قرارات تساهم في خلق قيمة مضافة لشركة موبليس وكالة البيض .
- مشاركة موظفي شركة موبليس وكالة ولاية البيض في ندوات ومؤتمرات العلمية وملتقيات بمايسمح بتوفير بنية نظرية لدى موظفي الشركة في مجال الذكاء الاقتصادي .
- إنشاء وحدات لذكاء الاقتصادي وخلايا بحثية علمية لشركة موبليس وكالة ولاية البيض .

- يجب على شركة موبليس وضع إستراتيجيات واضحة من اجل نقل تكنولوجيا وتشجيعها وإنشاء مخابر ومراكز لبحث وتقليد التجارب الناجحة كتجربة اليابان وامريكا.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع :

1. عبد الرازق خليل وأحلام بوعبدلي، الذكاء الاقتصادي في خدمة منظمة الأعمال، المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، الأردن، 27/28 أبريل، 2005 .
 2. سهام عبد الكريم، سياسة دعم الذكاء الاقتصادي في المنظمات الجزائرية، بحث مقدم في المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لذكاء الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن، 23-26 أبريل 2012.
 3. مسعود ديلمى (2008)، الذكاء الإقتصادي والعمل الضغطى: الحروب الخفية، جريدة القدس العربي، السنة العشرون، العدد 6061، 2008/11/10 .
 4. تير رضا؛ ” دور ال ذكاء الاقتصادي في ارساء أليات الحكم الراشد من خلال البحث والتطوير :واقعه وأفاقه في الجزائر" ص-18 20، من المرجع الأصلي
 5. منصب مقاويب (2009)، الذكاء الإقتصادي ودور أنظمة المعلومات في إتخاذ القرار: مقارنة جديدة لقرار ذكي ،مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية ،العدد 21، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ديسمبر 2009.
 6. بن عنتر عبد الرحمان ،" دور الدولة في تفعيل إستراتيجية الذكاء الإقتصادي في الجزائر"، المؤتمر العربي الخامس للمعلومات الصناعية والشبكات، الرباط، المملكة المغربية، 02-22 ديسمبر 2011.
1. Bruno Martinet ,Yves Michel Marti (1995); « l'intelligence économique :les yeux et oreille de l'entreprise » ;édition organisation ,Paris; P15 .
 2. Boudjema.M (2008); « Intelligence Economique: concept ,définition et mode opératoire » ,séminaire des sensibilisation a l'IE et la veille stratégique ;Alger-Hôtel El Aourassi ;le 23/12/2008 .
 3. Club Informatique des Grandes Entreprises Françaises CIGREF. (2008) : « Protection de l'information : Enjeux,gouvernance et bonnes pratiques », Rapport de CIGREF, France.
 4. Ben Arfa Hajer et Zeribi Benslimane. (2010) « L'Intelligence Economique en action au sein de laboratoires pharmaceutiques : une investigation à travers ses fonctions », article soumis à la Revue officielle de l'Association Internationale de Management Stratégique AMIS.

5. Larivet Sophie (2004) « Les manifestations de L'Intelligence Economique dans les PME » OpCit.
6. Clerc Philippe. (2003): « Intelligence Economique: enjeux et perspectives Débats Et Tendances », Université Panthéon-Assas paris II.
7. Bressy Gilles & Konkuyut Christian. (2006): « Economie d'entreprise », 8ème édition, Édition DallozSirey, Paris.
8. Chell Amine. (2003) : « L'intelligence économique au service de L'identification d'opportunités entrepreneuriales », communication soumise au XIIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique(AMIS), Les Côtes de Carthage, Tunisie, les 3, 4, 5 et 6 juin 2003.
9. Khalifi Amal ;l'intelligence économique au service de développement économique perspective d'une application en Algérie ;thèse de docteur en sciences économiques option planification F.S.G université Alger 2007-2008.
10. Pierre Achard (2005); « la dimension humain de l'intelligence économique » ;édition la voisier; Paris .
11. Jean Pierre Legendre (2006) « L'intelligence économique » Guide pratique pour les PME, Rapport 2006 du CIE (le Cercle d'Intelligence Economique) du MEDEF Paris, Novembre 2006.
12. B.Bernard & P.J.Claude (2001), « Du Renseignement a l'Intelligence économique », 2^{em} édition,dumond, Paris.
13. Alain Bloch, l'intelligence économique, 2ème édition, economica,1999, Paris.
14. Kourbali baghdad, Séminaire de: Intelligence économique et veille stratégique, oran ,PPT, 2011/2012

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي نور البشير البيض

العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

الاستبيان

تحية طيبة وبعد....

في إطار اعداد مذكرة تخرج لطور الماستر تخصص إدارة مالية حول موضوع "واقع الذكاء الاقتصادي على ريادة الأعمال في شركة موبيليس الجزائر - دراسة حالة من وجهة نظر موظفي وكالة موبيليس ولاية البيض -"، تعد هذه الاستمارة مقياسا يعتمد لأغراض علمية فقط. وتفضلكم بالإجابة المناسبة يساهم في الحصول على نتائج دقيقة، دون الضرورة لذكر الاسم.

تحت اشراف: د. طالبي صلاح الدين

- قطاف عبد الباسط

- طاهري بن عامر

ملاحظات عامة:

1. يرجى الاجابة على جميع الاسئلة لان ترك أي سؤال دون الاجابة يعني عدم صلاحية الاستمارة للتحليل.
2. يرجى وضع علامة (✓) في الحقل الذي يمثل وجهة نظرك.

أولا: بيانات خاصة بالجيب على الاستبيان:

1. الجنس ذكر (✓) انثى ()
2. العمر: من (20) الى (30) سنة () سنة (30-40) (✓)
3. التحصيل العلمي: تكوين متخصص () ليسانس () دراسات عليا ()
4. الخبرة المهنية: أقل من 5 سنوات () من 5 الى 10 سنوات (✓) أكثر من 15 سنوات ()

المحور الأول: الذكاء الاقتصادي

| الترتيب | العبارات | موافق بشدة | موافق | موافق بدرجة متوسطة | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---------|--|------------|-------|--------------------|-----------|----------------|
| | البيعة | | | | | |
| | اليقظة الاستراتيجية | | | | | |
| 1 | تتم شركة موبليس بكل ما يتعلق ببراءات الاختراع والإبداع التكنولوجي. | | ✓ | | | |
| 2 | تتابع الشركة التطور التكنولوجي والعلمي الذي يحدث في محيطها. | | ✓ | | | |
| 3 | تولي الشركة عناية بما يجري في محيطها التنافسي. | ✓ | | | | |
| 4 | تجمع الشركة جميع المعلومات الخاصة بمستخدمي خدماتها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي. | | ✓ | | | |
| | البيعة | | | | | |
| | الحماية والأمن المعلوماتي | | | | | |
| 5 | تطور الشركة من نظام معالجة المعلومات لحماية وضمان إطلاق أي مشروع مهم. | ✓ | | | | |
| 6 | هناك نظام حماية لجميع العناصر الحساسة التي تحددها الشركة من أجل تنفيذ أنشطتها. | ✓ | | | | |
| 7 | تحافظ الشركة على مكانتها في السوق من خلال تأمين نظام المعلومات الخاص بما بمكوناتها المختلفة. | ✓ | | | | |
| 8 | تحرص الشركة على برمجة المؤتمرات والتكوينات لموظفيها فيما يتعلق بأمن وحماية أنظمة المعلومات. | ✓ | | | | |
| | البيعة | | | | | |
| | سياسة التأثير | | | | | |
| 9 | تلجأ الشركة إلى مكتب الضغط والتأثير من أجل حماية وترقية سمعتها في حالة انتهاك أصولها المعلوماتية. | | ✓ | | | |
| 10 | تعتمد الشركة على وسائل الإعلام لنشر خدماتها. | ✓ | | | | |
| 11 | تعمل الشركة على تنشيط العلاقة بين الفاعلين الاقتصاديين والقوى السياسية والاجتماعية من خلال جماعات الضغط. | ✓ | | | | |
| 12 | المشاركة في المعارض المهنية الدولية والمحلية لتحقيق أهداف الشركة. | ✓ | | | | |

المحور الثاني: ريادة المؤسسات

| الترتيب | العبارة | موافق بشدة | موافق | موافق بدرجة متوسطة | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---------|--|------------|-------|--------------------|-----------|----------------|
| | الابداع | | | | | |
| 13 | تتم الشركة بتقديم خدمات قائمة على رغبات مستخدمي شريحة موبيليس. | | ✓ | | | |
| 14 | شركة موبيليس حريصة على تحقيق أقصى استفادة من المعلومات للوصول إلى مراقبة جودة الخدمات المقدمة. | | ✓ | | | |
| 15 | تعمل إدارة الشركة على تطوير أفكار جديدة لخدمة عملائها. | | | ✓ | | |
| 16 | تقدم شركة موبيليس خدمات تكنولوجية ابداعية. | | ✓ | | | |
| | الابتكار | | | | | |
| 17 | تولي الشركة اهتماما كبيرا بالبحث والتطوير. | | | ✓ | | |
| 18 | تقدم الشركة خدمات جديدة بناء على آراء ومقترحات عملائها. | | | ✓ | | |
| 19 | توفر الإدارة العليا للشركة شبكة معلوماتية للعاملين بمختلف وكالاتها. | | ✓ | | | |
| 20 | تحرص الشركة على مواكبة التغيرات التي تحدث في مجال عملها. | | ✓ | | | |
| | الاستباقية | | | | | |
| 21 | تهدف الشركة إلى تحسين الإمكانيات قبل منافسيها. | | | ✓ | | |
| 22 | تسعى إدارة الشركة إلى أن تكون المتحرك الأول نحو التوجه للريادة في مجال عملها. | | | ✓ | | |
| 23 | توفير البيئة المناسبة لمبادرات الفرص العالية من الابداع. | | | ✓ | | |
| 24 | تؤكد الشركة على أهمية مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية. | | | ✓ | | |
| | تحمل المخاطرة | | | | | |
| 25 | تحمل الشركة مخاطر تنفيذ المشاريع الريادية. | | | ✓ | | |
| 26 | تقوم الشركة بتقييم حجم المخاطر لاتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهتها. | | | ✓ | | |
| 27 | تدعم الشركة موظفيها في المشاريع الريادية على الرغم من وجود احتمال فشل بعضها. | | | ✓ | | |
| 28 | تنطوي إدارة الشركة على مخاطر عالية لإيجاد حلول مبتكرة. | | | ✓ | | |