

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فرع: علوم التسيير

تخصص: إدارة الأعمال



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالبتين:

بوعافية دنيا

باهي فضيلة

تحت عنوان

دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية
-دراسة حالة المؤسسات الناشئة بحاضنة الأعمال جامعة المسيلة-

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. فراحتية العيد	جامعة محمد بوضياف المسيلة	رئيسا
د. زاوي حميدة	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مشرفا ومقررا
د. مير أحمد	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2021-2022

شكر وتقدير

الحمد لله الذي اثار لنا درب العلم والمعرفة

وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا الى

انجاز هذا العمل وتوجه بجيزيل الشكر والامتنان

الى كل من ساعدنا من قريب او من بعيد

على انجاز هذا العمل ونخص بالذكر

الاستاذة المشرفة: "زواوي حميدة" التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها

القيمة والثرية، التي كانت طريق لنا نمشي عليها من اجل اتمام هذا العمل

كما نتقدم بجيزيل الشكر والعرفان الى لجنة المناقشة الموقرة التي تبنت

مسؤولية مناقشة هذا الموضوع

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر لمدير حاضنة الاعمال البروفيسور "أحمد مير"

دنيا_فضيلة

إهداء

إلى من قال فيهم المولى عز وجل :

﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٌ
وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا﴾

فخر وشرف أن أعتز بهما فوق الواجب، وأن أهدي ثمرة جهدي المتواضع الى من حصدوا الاشواك عند ربي
ليمهدوا لي الطريق وأضاءوه وكانوا لي السبب في وصولي الى هذا اليوم، الى من تجرع الكأس فارغا ليسقيني
قطرة حب الى الذي لم يبخل علي بشيء احتجته تعب من اجل راحتي إليك يانبع العطاء ورمز العمل والصرامة
يا اعز مخلوق في الدنيا الى القلب الكبير **أبي** "بوعافية لخميسي"

الى التي حملتني وهنا ووضعتني وهنا، من غمرتني بجنانها بهجة القلب **أمي** "برابري خليفة" التي سهرت لأنام
وحملت لأنال، مهما قلت فلن اوفيكما حقكما مقابل ما قدمتموه في رعايتي وتربيتي
إلى القلوب الطاهرة والنفوس البريئة رياحين حياتي اخوتي "زهرة، عادل، أيوب"
الى سندي "مقران"

الى كل من فارقوا الحياة جدي عمر، خالتي فتيحة، زوج خالتي موسى المغفور لهما
الى كل الاهل والاقارب والى من جعلهم الله أخواتي بالله صديقاتي "رميساء، حفصة، هديل، ياسمين" وكل
رفاقي وزملائي بجامعة محمد بوضياف "المسيلة" التي كانت محطة كبيرة وإضافات كثيرة إلى وعيي وفكري
وثقافتي العلمية والعملية والاجتماعية

ولا أنسى بالذكر إهدائي أساتذتي الكريمة "زواوي حميدة"
الى كل من لم يجد اسمه في الإهداء لكل من وصلهم قلبي ولم يكتبهم قلبي

دنيا

إهداء

إلى من قال فيهم المولى عز وجل: إلى سيدة نساء العالم بأوك الله في عمرها أمي الغالية
إلى السند والدعم الثابت لي في الحياة أبي الغالي بارك الله في عمره
إلى اخوتي
إلى تلك المرأة المجددة التي قل نظيرها أستاذتي الغالية "زواوي حميدة"
إلى كل رفقاء الدرب في الحياة وجميع زملاء جامعة المسيلة
إلى كل مجد في الحياة متمسك بالأمل
أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع راجيا من المولى القدير أن يتقبله على الوجه الكمل والحسن

فضيلة

فهرس المحتويات

شكر وعران

إهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

مقدمة: أ

الفصل الأول:

الإطار النظري للذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية

- تمهيد: 13
- المبحث الأول: الإطار النظري للذكاء الاقتصادي..... 14
- المطلب الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي..... 14
- المطلب الثاني: أهمية وأهداف الذكاء الاقتصادي: 20
- المطلب الثالث: أبعاد وأدوات الذكاء الاقتصادي 24
- المطلب الرابع: مكونات ومراحل الذكاء الاقتصادي 28
- المبحث الثاني : الإطار النظري لثقافة المقاولاتية..... 33
- المطلب الأول: مفاهيم حول الثقافة المقاولاتية 33
- المطلب الثاني: مقومات وعناصر الثقافة المقاولاتية..... 37
- المطلب الثالث: وظائف ومكونات الثقافة المقاولاتية..... 40

المطلب الرابع: نماذج الثقافة المقاولاتية..... 42

خلاصة الفصل..... 47

الفصل الثاني:

الإطار الميداني للدراسة

تمهيد: 49

المبحث الأول: منهجية الدراسة..... 50

المطلب الأول: المنهج المستخدم..... 50

المطلب الثاني: عينة الدراسة..... 50

المطلب الثالث: مصادر بيانات الدراسة..... 51

المبحث الثاني: التعريف بالأداة المستخدمة في الدراسة وخطوات الدراسة..... 53

المطلب الأول: التعريف بأداة الدراسة المقابلة..... 53

المطلب الثاني: هيكله محاور أداة الدراسة المقابلة..... 53

المطلب الثالث: خطوات الدراسة..... 54

المبحث الثالث: تحليل معطيات أداة الدراسة واختبار الفرضيات..... 55

المطلب الأول: عرض خطوات إجراء المقابلة..... 55

المطلب الثاني: تحليل محاور أداة الدراسة..... 57

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة..... 66

خلاصة:..... 69

خاتمة:..... 71

قائمة المصادر والمراجع:..... 75

الملاحق..... 83

قائمة الجداول

- جدول 1: خطوات إجراء المقابلة 56
- جدول 2: تحليل المقابلات 57

قائمة الأشكال

- شكل 1: سيرة أهمية الذكاء الاقتصادي 22
- شكل 2: أهداف الذكاء الاقتصادي 23
- شكل 3: مكونات الذكاء الاقتصادي 30
- شكل 4: (J .P SABOURIN et Y.GASSE 1989) لثقافة المقاوالاتية 43
- شكل 5: نموذج الثقافة المقاوالاتية Fortin (2002) 45
- شكل 6: نموذج الثقافة المقاوالاتية من قبل Stephan 46

مقدمة

مقدمة:

مع التحولات والتطورات السريعة التي يشهدها العالم في البيئة الاقتصادية والتكنولوجية واشتداد المنافسة بين المؤسسات الاقتصادية المحلية والعالمية، أصبح من الضروري على هذه المؤسسات وخاصة منها المؤسسات الناشطة في مجال المقاولاتية، أن تبحث عن طرق وأنظمة حديثة ومتطورة تمكنها من مواجهة والتصدي لمختلف التهديدات البيئية، من أجل الحفاظ على مكانتها وضمان بقائها.

فقد ظهرت العديد من الأنظمة الجديدة ولعل من أهمها نجد الذكاء الاقتصادي الذي يركز في الأساس على سبل تحصيل المعلومة وكيفية معالجتها وطرق حمايته، فهو يربط بين كل من الاستعلام، اليقظة وحماية المعلومة ونتيجة لهذه التغيرات وجدت الجوائز نفسها مجبرة على مسايرة هذه التحديات، والعمل على تطوير اقتصادها وتكنولوجيات الإعلام والاتصال لديها على مستوى مؤسساتها الناشطة في مجال المقاولاتية من أجل ضمان استمرارها، حيث أصبح تطوير أداء المؤسسات وتحسين فعاليتها يعتمد أساسا على الذكاء الاقتصادي، باعتباره وسيلة أكثر من ضرورية في تجسيد ودعم الثقافة المقاولاتية.

أولا- إشكالية البحث:

إن التغيرات الراهنة في السوق دفعت بالمؤسسات إلى الاهتمام بالذكاء الاقتصادي كآلية لدعم وتشجيع الثقافة المقاولاتية من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني وتحقيق النمو والتنمية الاقتصادية، انطلاقا مما سبق فإن الدراسة جاءت للتعرف على أثر الذكاء الاقتصادي على الثقافة المقاولاتية، ومن خلال اختيار مجموعة من مؤسسات الناشئة لدى حاضنة الأعمال كنموذج نطرح سؤال الإشكالية التالي:

هل للذكاء الاقتصادي دور في دعم الثقافة المقاولاتية

(دراسة حالة المؤسسات الناشئة بحاضنة الأعمال جامعة المسيلة)؟

- ويتفرع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:
- هل يوجد اهتمام بتطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة؟
 - هل يوجد اهتمام بالثقافة المقاولاتية لدى المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة؟
 - هل توجد علاقة بين الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية بالمؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة؟
- ثانيا- فرضيات الدراسة:

- انطلاقا من أسئلة الدراسة يمكن صياغة الفرضيات التالية:
- الفرضية الأولى: يوجد اهتمام ذو دلالة احصائية بتطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة.
 - الفرضية الثانية: يوجد اهتمام ذو دلالة احصائية بالثقافة المقاولاتية لدى المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة.
 - الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية بالمؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة.
- ثالثا- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث وقيمه العلمية والعملية في دراسة وتحليل موضوع الذكاء الاقتصادي الحديث، لذلك يتم إبراز أهمية الذكاء الاقتصادي ودوره في خلق دعم الثقافة المقاولاتية للمؤسسة كونه موضوع في غاية الأهمية حيث تستمد الدراسة أهميتها من خلال:

1. يعد موضوع الذكاء الاقتصادي أحد أهم الأنظمة التي تعالج وتحل وتنظم المعلومات بطريقة حديثة كونه يلعب دورا هاما لضمان استمرارية نجاح

المؤسسات والدولة ككل في الوقت الراهن كونه يربط بين اليقظة والاستعلام، إدارة المعرفة والمعلومات، الحماية والأمن الاقتصادي الابتكار والتأثير على البيئة الخارجية.

2. نتيجة للإصلاحات المتخذة في الجزائر، أصبح من الضروري الاهتمام بما يسمى المقاولاتية، وتنمية روح المقاول، والثقافة المقاولاتية بناء على الحاجة للإنجاز الرؤيا المستقبلية والرغبة في الاستقلالية .. الخ.

3. توضيح دور المؤثر في الثقافة المقاولاتية، وتفسير علاقة عناصر الذكاء الاقتصادي على الثقافة المقاولاتية.

رابعاً- أهداف الدراسة:

نهدف من هذه الدراسة إلى معرفة دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية من خلال ما يلي:

1. التعرف على مستوى اهتمام المؤسسات الناشئة بالذكاء الاقتصادي.
2. التعرف على طبيعة العلاقة بين الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية بالمؤسسات الناشئة.
3. التعرف على درجة تأثير أبعاد الذكاء الاقتصادي على الثقافة المقاولاتية بالمؤسسات الناشئة.

خامساً- أسباب اختيار الموضوع

1. الميل لمعالجة الموضوع كونه محل اهتمامنا البحثية.
2. المساهمة في إضافة شيء جديد للمعرفة واثراء مكتبتنا بمرجع جديد في مجال التخصص.

3. تقدير أهمية الموضوع تماشياً مع التحولات الاقتصادية الجديدة والانتقال من اقتصاد موجه إلى اقتصاد السوق في الوضع الراهن .

4. الرغبة في الوصول إلى نتائج تتعلق بالموضوع والاستفادة منها.

سادساً: منهج البحث

الإجابة على مشكلة البحث ومحاولة إثبات صحة الفرضيات المطروحة أعلاه من عدمها تم الاعتماد في الجانب النظري على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات وإبراز المفاهيم المرتبطة بالبحث وفهم عناصر الموضوع وإخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده والروابط المختلفة بين المفاهيم.

كما تم الاعتماد على أسلوب دراسة حالة كذلك لدراسة دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولانية بإحدى المؤسسات الناشئة الاقتصادية الجزائرية المحتضنة لدى حاضنة الأعمال جامعة المسيلة.

سابعاً- مجال الدراسة:

تمثل مجال الدراسة في ما يلي:

1. المجال المكاني: تم تطبيق هذه الدراسة على مستوى المؤسسات الناشئة لحاضنة

الاعمال بولاية المسيلة

2. المجال الموضوعي: اقتصرت الدراسة على الذكاء الاقتصادي في المؤسسات

ومعرفة درجة دوره في دعم الثقافة المقاولانية من خلال معرفة درجة علاقة

عناصر الذكاء الاقتصادي .

3. المجال الزمني: تم تطبيق هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من شهر

مارس 2022 إلى شهر جوان 2022.

ثامنا: الدراسات السابقة:

لقد تعددت وتنوعت مؤخرا الدراسات حول الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية، ولمعالجة اشكالية بحثنا اعتمدنا الدراسات السابقة التالية:

الدراسة الاولى:

الدراسة	دراسة بوعنيني سميحة 2021
عنوان الدراسة	دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية لدى المقاولين في منطقة بشار
نوع الدراسة	مقال علمي
مجتمع الدراسة	عينة من مقاولين منطقة بشار
هدف الدراسة	<ul style="list-style-type: none"> - إظهار أهمية كل من الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية - معرفة عناصر كل منهما، وإبراز أهمية الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية. - الإجابة على الإشكالية التالية: ما هو دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية لدى المقاولين في منطقة بشار؟
خطوات الدراسة	قسم البحث من فصلين الاول تناول الاطار النظري لذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية والثاني دراسة ميدانية لمقاولين منطقة بشار
حجم العينة	عينة متكونة من 150مقاول

الاستبانة	الادوات
<p>المقاولين يتميزون بمجموعة من المواصفات أهمها أن أغلبيتهم ذوي مستويات تعليمية منخفضة وهذا ما سيدفع إلى توقع نتائج سلبية فيما يخص الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية. إذ نجد أن الفئة الجامعية منخفضة جدا وتمثل نسبة 2.67% وهي نسبة منخفضة مقارنة بوجود تخصص مقاولاتية في جامعة طاهري محمد بشار منذ عدة سنوات.</p> <p>- إثبات الفرضية الثانية ووجود نقص كبير في الثقافة المقاولاتية لدى المقاولين في منطقة بشار، وهذا راجع إلى ما يلي:</p> <p>✓نقص روح المخاطرة؛</p> <p>✓نقص الإبداع والتجديد؛</p> <p>✓نقص الاهتمام بالزبون؛</p> <p>✓نقص الاهتمام برصد الفرص، ...</p> <p>- إثبات الفرضية الأولى فلا يزال الذكاء الاقتصادي بعيدا عن التطبيق لدى المقاولين في منطقة بشار، وهذا يظهر جليا من خلال النتائج المتوصل إليها خاصة ما يلي:</p> <p>غياب وظائف الذكاء الاقتصادي (اليقظة أو الاستعلام، الأمن أو الحماية، والتأثير)؛</p>	<p>اهم النتائج</p>

<p>✓ غياب التركيز على استخدام وسائل الذكاء الاقتصادي (تحليل الإستراتيجية المستقبلية، تحليل الإستراتيجية التنافسية، ونظرية الألعاب، ..؛</p> <p>✓ إهمال ربح الزبون وإعطاء الأولوية لربح المؤسسة..</p>	
<p>هذه الدراسة مطبقة على عينة من مقاولين منطقة بشار بينما الحالية مطبقة على عينة مجموعة خبراء مؤسسات الناشئة لدى حاضنة الاعمال بولاية المسيلة</p>	<p>نقاط الاختلاف عن الدراسة</p>
<p>استعمال نفس الأداة في البحث.</p>	<p>نقاط التشابه</p>
<p>الاستفادة من الجانب النظري.</p>	<p>الفائدة من التشابه</p>

الدراسة الثانية:

<p>دراسة جمعة عبد العزيز 2021.</p>	<p>الدراسة</p>
<p>الرغبة المقاولاتية وبعد الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين مدخل استكشافي.</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>مقال</p>	<p>نوع الدراسة</p>
<p>عينة من طلبة جامعيين</p>	<p>مجتمع الدراسة</p>
<p>معرفة مدى تأثير الثقافة المقاولاتية على الرغبة المقاولاتية تسليط الضوء على موضوع المقاولاتية، في ظل تعدد الإسهامات المعرفية المقدمة، والتطرق إلى مفهوم ومحددات</p>	<p>هدف الدراسة</p>

<p>الثقافة المقاولائية، وكذا تشخيص واقع الرغبة المقاولائية، بالإضافة إلى دور العوامل المحددة لثقافة المقاولائية على الرغبة المقاولائية.</p>	
<p>قسم البحث من فصلين الاول تناول الاطار النظري الرغبة المقاولائية وبعد الثقافة المقاولائية والثاني دراسة ميدانية لطلبة جامعيين جامعات الغرب الجزائري: سعيدة، معسكر، تلمسان، سيدي بلعباس، البيض.</p>	<p>خطوات الدراسة</p>
<p>عينة متكونة من 400 طالب</p>	<p>حجم العينة</p>
<p>استبانة</p>	<p>الادوات</p>
<p>هناك تأثير مباشر لمعظم مؤشرات الثقافة المقاولائية على الرغبة المقاولائية للطلبة.</p>	<p>اهم النتائج</p>
<p>- هدفت الدراسة الى دور العوامل المحددة لثقافة المقاولائية على الرغبة المقاولائية بينما الدراسة الحالية هدفت الى دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولائية. - هذه الدراسة مطبقة على عينة من طلبة الجامعيين بالغرب الجزائري بينما الحالية مطبقة على عينة مجموعة خبراء مؤسسات الناشئة لدى حاضنة الاعمال بولاية المسيلة</p>	<p>نقاط الاختلاف عن الدراسة</p>
<p>استعمال نفس الأداة في البحث</p>	<p>نقاط التشابه</p>
<p>الاستفادة من الجانب النظري .</p>	<p>الفائدة من التشابه</p>

الدراسة الثالثة:

الدراسة	بدر اوي سفيان 2014-2015.
عنوان الدراسة	ثقافة المقاومة لدى الشباب الجزائري المقاوم دراسة ميدانية بولاية تلمسان.
نوع الدراسة	اطروحة دكتوراه
مجتمع الدراسة	عينة من شباب الجزائري المقاوم
هدف الدراسة	محاولة علمية استكشافية لحقل سوسيولوجية المقاومة لخصوص لدى فئة الشباب المقاوم، ومحاولة معرفة وتحديد تأثير العوامل السوسيو ثقافية على قرار وسيرورة انشاء المؤسسة من قبلهم وتأثير ذلك على مختلف العمليات التسييرية.
خطوات الدراسة	قسم البحث الى سبعة فصول حيث جاءت الفصول الثلاثة الاولى كإطار نظري من الفكر المقاوماتي إلى سوسيولوجيا المقاومة "و"الثقافة والمقاومة" بالإضافة الى "المقاومة والشباب في الجزائر" ومن الفصل الرابع بداية الفصول التطبيقية الى السابع العنوانين بالترتيب وهي كالتالي "التوجه المقاوماتي ودوافع الإنشاء لدى الشباب الجزائري" "الاتجاهات القيمية للشباب الجزائري المقاوم" "الأبعاد السوسيو -ثقافية للمقاومة لدى الشباب الجزائري" "نتائج تفاعل الثقافة المجتمعية مع الثقافة المقاوماتية".

172 مفردة	حجم العينة
استبانة ومقابلة	الادوات
<p>- الممارسة التسييرية للمقاول الشاب الجزائري: قطيعة أم استمرارية؟</p> <p>- الشباب والعائلة: علاقة براغماتية أم إعادة إنتاج لتضامن اجتماعي "معقلن"؟</p> <p>- الشبكات المهنية والاجتماعية، أي منطق في الاستغلال؟ المقولة والنوع الاجتماعي.</p> <p>- تأثير المعتقد الديني على تصورات وسلوكات المقاول الجزائري الشاب.</p>	اهم النتائج
<p>- هدفت الدراسة لتطرق الى ثقافة المقولة لدى الشباب الجزائري المقاول اما الدراسة الحالية دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية .</p> <p>- الدراسة مطبقة على مفردات من شاب المقاول في الجزائر بينما الدراسة الحالية عينة مجموعة خبراء مؤسسات الناشئة لدى حاضنة الاعمال بولاية المسيلة.</p>	نقاط الاختلاف عن الدراسة
استعمال نفس الأداة في البحث	نقاط التشابه
الاستفادة من الجانب النظري والتطبيقي.	الفائدة من التشابه

تاسعا: صعوبات الدراسة

- صعوبة الوصول الى بعض المراجع ذات صلة بالموضوع .
- صعوبة اجراء الدراسة الميدانية.
- تحفظ بعض الخبراء في الإفصاح على المعلومات.
- وجود صعوبة في ايصال الفكرة للخبراء وقلة استيعابهم للموضوع المطروح والاجابة عليه.
- صعوبة الوصول لمجتمع الدراسة.
- ضيق الوقت.

الفصل الأول:

الإطار النظري للذكاء الاقتصادي

والثقافة المقاولاتية

تمهيد:

يعد الذكاء الاقتصادي من المفاهيم القديمة الحديثة لإحداث التنمية الاقتصادية، التي ظهرت منذ زمن إلا أنها تطورت في السنوات الأخيرة نتيجة الاهتمام المتزايد بدور البيانات والمعلومة والمعرفة في مرحلة الاقتصاد الجديد.

حيث أصبح الذكاء الاقتصادي أحد أهم الأنظمة التي تعالج وتحل وتنظم هذه المعلومات بطريقة حديثة كونه يلعب دورا هاما لضمان استمرارية نجاح المؤسسات والدولة ككل، والتغيرات الراهنة في المؤسسات دفعت إلى التطور والبحث للحصول على حلول موحدة، وهذا ما يتماشى مع الذكاء الاقتصادي وأبعاده في تحديد حاجة المؤسسة لاتخاذ القرارات الإستراتيجية.

نتيجة هذه التغيرات والإصلاحات بات من الضروري الاهتمام بما يسمى المقاولاتية، وتنمية روح المقاول، والثقافة المقاولاتية لدعم التنمية المستدامة والاقتصاد الوطني.

انطلاقا من ما سبق نعرض في هذا الفصل مختلف الجوانب التي تخص الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية حيث قسمنا هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: الإطار النظري للذكاء الاقتصادي.

المبحث الثاني: الإطار النظري للثقافة المقاولاتية.

المبحث الأول: الإطار النظري للذكاء الاقتصادي

أصبح الذكاء الاقتصادي من مواضيع التي يجب أن تحظى بالدراسة والاهتمام نظرا لمكانته والتطورات المستمرة سواء بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية أو بالنسبة للثقافة المقاولاتية وحتى بالنسبة للاقتصاد الكلي للدولة، في هذا المبحث نتطرق إلى أهم مفاهيم الذكاء الاقتصادي التابعة لأهم الباحثين والمفكرين في هذه الدراسة، وإعطاء أيضا خلفية عن أهم خصائص ومراحل الذكاء الاقتصادي.

المطلب الأول: ماهية الذكاء الاقتصادي

في أوائل الثمانينات من القرن العشرين أدت الإدارة اليابانية دورا حاسما اعتمادا على الذكاء الاقتصادي الذي توسع استخدامه في كافة الميادين الإنتاجية والخدمية في المؤسسات، بناء على هذا سنقوم بتوضيح أهم ملامح الذكاء الاقتصادي والمفاهيم المرتبطة به.

أولا- نشأة الذكاء الاقتصادي وتطوره عبر التاريخ:

يعتبر مفهوم الذكاء الاقتصادي من المفاهيم القديمة الحديثة في نفس الوقت حيث اصل مفهوم الذكاء الاقتصادي هو "انجلوسكسوني" من أصل كلمة competitive Intelligence وأول الدراسات حوله كانت من طرف المفكر Auguilar Pionnier¹. عرف نشأة مفهوم الذكاء الاقتصادي العديد من المحطات التاريخية يمكن استعراض هذا تطور في النقاط التالية:

- إن فكرة الذكاء الاقتصادي ظهرت مع ظهور التجارة ولاسيما عند ظهور اقتصاد السوق وقد أوضح (Fernan Braudeld) في العديد من الدراسات التي قام بها حول القوة المتزايدة للمدن التجارية الكبيرة من القرن 15م إلى القرن 18م، وأن المنافسة بين

¹ مصطفى بودرامه، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات، المجلد 15، العدد 1، الجزائر 2018، ص428.

- المدن في شمال إيطاليا والمدن في فنلندا كانت بداية الهجومات التجارية والتجسس الاقتصادي وحتى التزوير.¹
- من أوائل التعريفات المهيكلية للذكاء الاقتصادي كانت في عام 1967 من طرف (Harold Wilensky) من خلال كتاب بعنوان (الذكاء التنظيمي) (l'intelligence organisationnelle) فهو يعرف: "الذكاء الاقتصادي كنشاط إنتاج المعرفة التي تخدم الأهداف الاقتصادية والاستراتيجية للمنظمة، خزنت وأنتجت في إطار قانوني من مصادر مفتوحة".
- في عام 1950 طورت اليابان نظام الذكاء الاقتصادي المرتكز على وزارة التجارة الدولية والصناعة (MITI) ومنظمة التجارة الخارجية الياباني (JITRO) لإنعاش اقتصادها.
- في سنة 1980 ومع عولمة الأسواق والتطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، اتخذت خطوات تنظيمية لدعم العمل الدولي للمؤسسات وكان لـ (ميشال بورتر) أستاذ في جامعة هارفارد دور كبير في تطور مفهوم الذكاء الاقتصادي.
- في 1992 أنشأت فرنسا وكالة نشر المعلومات التكنولوجية (ADIT) والتي تهدف إلى تقديم مساعدة تشغيلية وحماية النمو الدولي للمؤسسات الفرنسية.²
- في سنة 1994 نشر Martre بعنوان "l'intelligence économique et stratégie des entreprises" وفي سنة 2002 ادمج Minefi مفهوم الدفاع الاقتصادي ضمن مفهوم الذكاء الاقتصادي.

¹ رحمانى سناء، بلبول حدة، دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، الملتقى العلمي الدولي حول: التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، يومي 12-13 نوفمبر 2017، ص. ص 4-5.

² رحمانى سناء، بلبول حدة، مرجع نفسه، ص. 5.

- في نهاية ديسمبر من سنة 2003 بواسطة مرسوم قانوني "Jacques Chirac" (رئيس سابق لجمهورية فرنسا) عين "Alain Juillet" المسؤول الأعلى للذكاء الاقتصادي، وهذا لتمتعه بتجارب عملية في القطاع الخاص ومجالات المعلومات.

- في 16 سبتمبر 2005 قامت وزارة الداخلية بإرسال منشور لولاية المناطق حول الذكاء الاقتصادي المطبق يتضمن رسمية تعميم جهاز الذكاء الاقتصادي على المستوى الإقليمي¹.

- جوان: 2008 الكتاب الأبيض للدفاع والحماية الوطنية يقترح خلق مديرية مركزية للمعلومات الداخلية (DCRI) والذي مهمته حماية الإرث المادي وغير المادي للقطاع الاقتصادي الفرنسي (المؤسسات، المخابر، مراكز الدراسات والبحث).

- في سنة: 2009 الاطلاق العملياتي (DCRI) وتفعيل (DDRI) إدارة مقاطعة المعلومات الداخلية².

ثانيا- تعريف الذكاء الاقتصادي:

لقد تعددت تعاريف الذكاء الاقتصادي، نذكر منها:

كلمة لاتينية قديمة (Intelligentia) تعبر عن (Intelligence).

¹ بن عبد العزيز سفيان، تفعيل استراتيجيات الذكاء الاقتصادي في الجزائر في ظل الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد 5، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، 2016، ص41.

² بن عبد العزيز سفيان، مرجع نفسه، ص41.

- إن مصطلح الذكاء مملكة الفهم، المعرفة والتوضيح، وموهبة استعمال المعارف تجاه
 وضعيات جديدة وحل المشاكل، استعمال الرموز، خلق وضعيات جديدة، توقع
 المشاكل... الخ.¹

حيث نجد جملة من التعريفات التي تحمل نوعا من الاختلاف في تحديدها لمفهوم
 الذكاء الاقتصادي من وجهة نظر الباحثين والتي نورد البعض منها فيما يلي:

Boumard 1991: الذكاء الاقتصادي ليس مجرد فن الملاحظة ولكنه ممارسة
 هجومية ودفاعية للمعلومات. والهدف منه يكمن في الربط بين العديد من المجالات لخدمة
 الأهداف الإستراتيجية والتكتيكية للمؤسسة، فهو أداة للربط بين سلوك المؤسسة
 ومعرفتها.²

- H.marter 1994: أول تقرير عن الذكاء الاقتصادي بعنوان l'intelligence
 économique et stratégie des enterprise عبارة عن مجموعة الأنشطة، المنسقة
 للبحث، المعالجة، التوزيع وحماية المعلومة النافعة للمتعاملين الاقتصاديون المحصل عليها
 بطريقة نظامية في أحسن الشروط النوعية الزمن التكلفة.³

- Besson & Possin 2006: التحكم والتمكن من المعلومات المنسقة وإنتاج المعرفة
 الجديدة وهو فن اكتشاف التهديدات والفرص في تنسيق، جمع، فرز، وتخزين
 المعلومات والتحقق من صحتها وتحليلها ونشرها لتحديد إستراتيجية لتحقيق قيمة
 مضافة.⁴

¹ منصف بن خديجة، البيقطة الاستراتيجية، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017،
 ص 114.

² أحمد ميلي سمية، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة،
 المجلد 5، العدد 2، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2020، ص 42.

³ عبد المومن سي حمدي، علاء الدين يوسف، مساهمة الذكاء الاقتصادي في تعزيز الميزة التنافسية في الاسواق
 العالمية الصين نموذجا، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد 4، العدد 1، جامعة المسيلة الجزائر، مارس
 2019، ص 224.

⁴ بوعنيني سميحة، دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية لدى المقاولين في منطقة بشار، **Journal of
 Economic Growth and Entrepreneurship JEGE**، مخبر الدراسات الاقتصادية والتنمية المحلية في الجنوب
 الغربي المجلد 4، العدد 2، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة طاهري محمد بشار،
 الجزائر، 2021، ص 60.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الذكاء الاقتصادي يعتمد بالدرجة الأولى على المعلومة المناسبة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية التي تساهم في استمرارية المؤسسة والحفاظ على مركز التنافس، ويرتكز على جمع المعلومات وتحليلها وتنظيمها لاستغلال المعلومات الإستراتيجية وتقديم معلومات تنافسية من خلال الاستعداد والترقب لإدارة المخاطر وتفاديها وتحقيق الأمن الاقتصادي والتأثير على البيئة حتى يتسنى لها البقاء والاستمرار، من جهة أخرى يمكن القول على أنه امتداد لممارسة حب التطلع وتحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة فهو نتيجة للمبادرة الفردية ودعم لتكريس الفكر المقاولاتي.

ثالثا- خصائص الذكاء الاقتصادي:

من بين الصفات التي ينبغي تواجدها في الذكاء الاقتصادي نجد:

- الملائمة (دمج المعرفة، والعمل ذو التأثير)؛

- محددة؛

- الصلاحية؛

- عملي بمعنى تطبيقية؛

- متوفر في الوقت المحدد؛

- الأخلاق (الاستخدام الحصري للوسائل القانونية).¹

مع ظهور العولمة وانتشار المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بكيفية جمع المعلومات واستغلالها، وقع الكثير من الخلط بين هذه المصطلحات، لذا فإن حيازة المعلومة تمثل العنصر الأول للذكاء الاقتصادي، إذ صار يعتبر كمجال مستقل للبحث والنشاط له نماذجه ووسائله الخاصة ويهتم بدراسة التفاعل التكتيكي والاستراتيجي بين كافة مستويات النشاط المعنية بداء بالمنظمة ومرورا بالهيئات الرسمية المحلية وصولا إلى المستويات الوطنية

¹بوزيداوي محمد، إدارة المعرفة كمدخل لذكاء اقتصادي في المؤسسة، مجلة البديل الاقتصادي، جامعة تيبازة الجزائر، ص 77.

من خلال الاستراتيجيات المعتمدة لدى مراكز اتخاذ القرار في الدولة ومن ثم المستويات المتعددة الجنسيات أو الدولية واستراتيجيات التأثير الخاصة بكل دولة¹.

بناء على ما سبق نذكر ملامح الذكاء الاقتصادي المتمثلة فيما يلي:

- يدور مفهوم الذكاء الاقتصادي حول فكرة المعلومة المفيدة، التي تكون مناسبة لجميع مستويات القرار في المؤسسة وتساعد في إعداد وتنفيذ إستراتيجيتها الضرورية لتحقيق أهدافها وفي مقدمتها تحسين قدرتها التنافسية²؛

- يمكن أن يطبق مفهوم الذكاء الاقتصادي على المستوى الكلي (الدولة أو الحكومة) أو على المستوى الجزئي (المؤسسة)؛

- يتصف الذكاء الاقتصادي بخاصيتين أساسيتين:

أ- خاصية هجومية: تتجسد في حسن استغلال المعلومات المفيدة في اقتناص الفرص وتعظيم الحصص السوقية للمؤسسة.

ب- خاصية دفاعية: تتجسد في اتخاذ الإجراءات الضرورية لحماية الإرث المعلوماتي للمؤسسة وكذا نشاط الضغط والتأثير.

- يركز الذكاء الاقتصادي على جمع المعلومات بطرق قانونية ومن مصادر رسمية، على عكس التجسس الاقتصادي الذي يركز على جمع المعلومات بطرق غير رسمية سرقة، قرصنة، تنصت، رشوة، اعتراض المكالمات الهاتفية... وغيرها؛

- يركز مفهوم الذكاء الاقتصادي على خمسة أبعاد رئيسية هي: اليقظة، الضغط التأثير، حماية الإرث المعلوماتي، إدارة المعرفة، والمقارنة المرجعية.

¹ دحماني محمد، أهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الاعمال وجذب الاستثمارات الاجنبية، مجلة الاداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2، كلية العلوم الاقتصادية علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر، 2013، ص 14.

² خوالد ابو بكر، بوزرب خير الدين، الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية اقتصاديات والدول قراءة في التجربة الليبية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 3، العدد3، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، سبتمبر 2017، ص 38.

- من جهتهما لخص كل من (Bournois et Romani, 2000, 03) خصائص الذكاء الاقتصادي فيما يلي:
 - الاستخدام الإستراتيجي والتكتيكي للمعلومات ذات المزايا التنافسية في اتخاذ القرارات؛
 - وجود إدارة قوية لتنسيق جهود الأعوان الاقتصاديين؛
 - وجود علاقة قوية بين المؤسسات، والجامعات، والإدارات المركزية والمحلية؛
 - إدماج ممارسات جماعات الضغط والتأثير؛
 - إدماج المعارف العلمية، والتقنية، والاقتصادية، والقانونية، والجيوسياسية؛
 - اعتماد العالمية كسلم لاتخاذ القرارات؛
 - حماية الإرث الوطني ببعديه التكنولوجي والصناعي.¹
 - السرية في نشر المعلومات والحصول عليها بطريقة شرعية؛²
- المطلب الثاني: أهمية وأهداف الذكاء الاقتصادي:**

من خلال هذا المطلب يتم إبراز الأهمية التي يكتسبها الذكاء الاقتصادي وتقديم الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها.

أولاً- أهمية الذكاء الاقتصادي:

يحقق الذكاء الاقتصادي أهمية على المستويين:

- أ- على مستوى المنظمة: فهو ساهم في تحقيق الآتي:
- توفير الحماية للمنظمات والمحافظة على ديمومة نشاطاتها وتوسعتها من خلال التكيف مع المتطلبات الجديدة للسوق؛
- توفير الوعي بالمخاطر التي تهددها لمجابهتها، فضلاً عن تشخيص الفرص لاستغلالها بشكل أفضل؛

¹ خوالد ابو بكر، المرجع نفسه، ص39.

² نبيل مهدي الجنابي، محمد نعمة محمد الزبيدي، الذكاء الاقتصادي المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي، ط01، دار الغيداء لنشر والتوزيع، الاردن، عمان، 2018، ص48.

- تطوير أساليب العمل الداخلية وتوفير المعلومات الدقيقة في التعرف على التوقعات الحالية والمستقبلية للمساعدة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية في الأوقات المناسبة؛
- يقدم حلول تقنية عملياتية، واقامة الشركات والاستفادة من المتخصصين لغرض توفير المستلزمات الضرورية للحماية الدفاعية أو الهجومية في التعامل مع البيئة الخارجية للمنظمة؛
- شكل تطبيق الذكاء الاقتصادية للمنظمات كتحدي ليس في توفير للمعلومات بل في سرعة الوصول اليها وامكانية استخدامها؛
- يوفر القدرة على الميزة التنافسية في الحصول على النتائج المطلوبة والحفاظ على مخزونها المعرفي وقدرتها الدفاعية والهجومية وفقاً لخطط المنافسين في البيئة الخارجية.¹

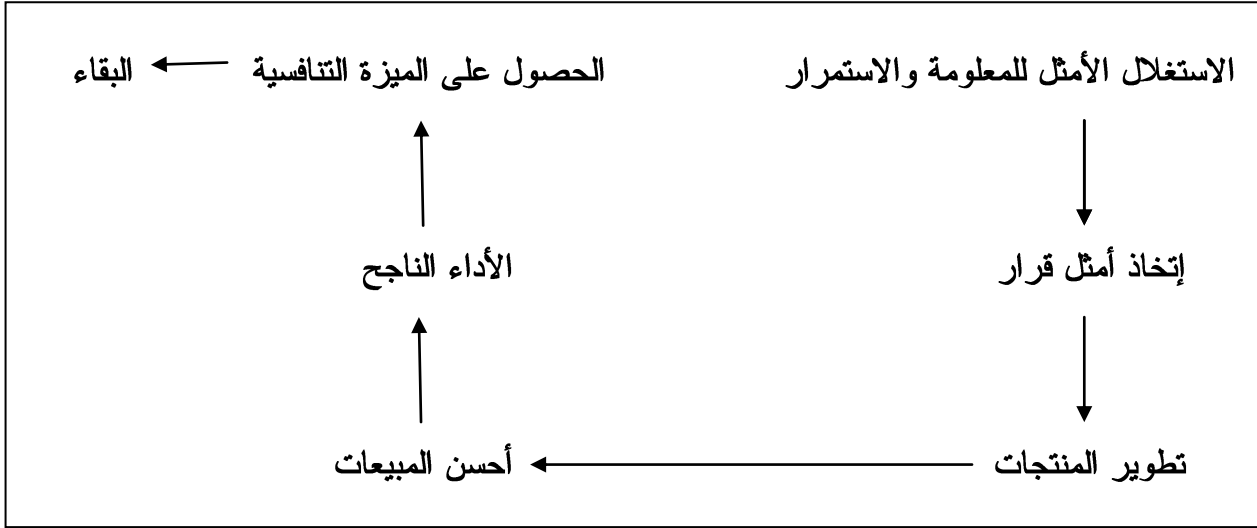
ب- على مستوى الدولة:

- لا تتعدى أهمية الذكاء الاقتصادي على المنظمات فحسب وإنما تمتد أهميتها على الدولة من حيث:
- الاستفادة من عقد الاتفاقيات والمعاهدات مع الدول الأخرى، إذا أن توافر الذكاء الاقتصادي يسهم في تأهيل المنظمات وتحقيق أهدافها في التنمية الاقتصادية؛
- يساهم في تحديد استراتيجية للوقاية والترقب، يقوم على المنهج الاستباقي والاستخباري من خلال تنمية المعرفة والقدرة على التوقع فهو بمثابة خط الدفاع الأول؛
- تحليل المخاطر في المستقبل ومعالجتها من خلال إعداد الوسائل اللازمة لمواجهتها.²
- وعليه فإن الذكاء الاقتصادي يؤدي إلى الاستمرار والبقاء انطلاقاً من استغلال المعلومات وانطلاقاً من الشكل الموالي:

¹ وصال عبد الله حسين، ببدء ستار لفتة، عناصر الذكاء الاقتصادي للمنظمة ودورها في تحقيق النمو الاقتصادي، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية (JAFS)، المجلد 14، العدد 47، جامعة بغداد، 2019، ص 5.

² وصال عبد الله حسين، مرجع نفسه، ص 5.

شكل 1: سيرورة أهمية الذكاء الاقتصادي



المصدر: حليني لامية، دور اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة ميدانية حالة مؤسسة يسرف لأشغال البناء، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة بومرداس، الجزائر، 2009، ص86.

ثانيا-أهداف الذكاء الاقتصادي

للذكاء الاقتصادي عدة أهداف نذكر أهمها:

يهدف إلى التحسين الدائم للتنافسية من خلال:

- توقع الأسواق المستقبلية؛

- فهم والتعرف على إستراتيجية المنافسين؛

- ضمان توفير أمن اقتصادي للمؤسسات.

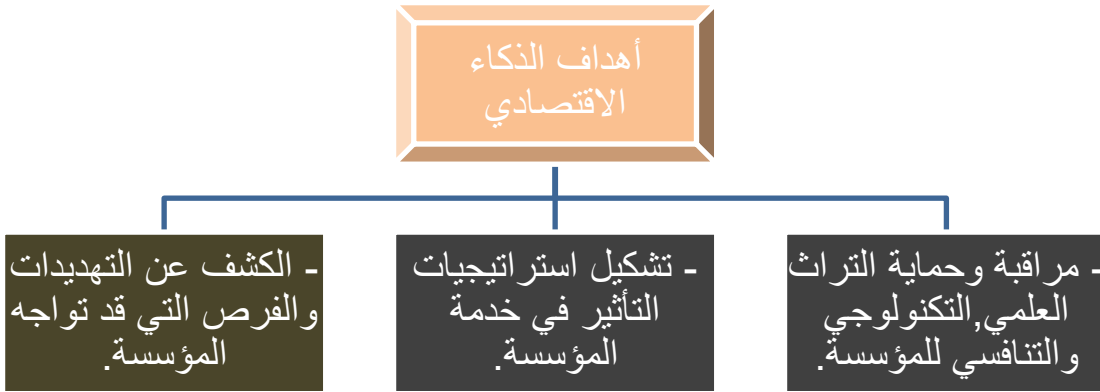
مهما تعددت الأهداف فهي تصب في منطوق واحد ألا وهو توفير المعلومات القيمة

الضرورية لاتخاذ أحسن القرارات وتحقيق أحسن المراكز التنافسية للمؤسسات.¹

¹ سارة كنزة بوحسان، مبارك بوعشة، الذكاء الاقتصادي كالية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية دراسة تحليلية لتجربة الفرنسية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد 51، جامعة قسنطينة 2- عبد الحميد مهري الجزائر، 2019، ص 186.

يقول (Michaël Zartarian) في الأساس، الذكاء الاقتصادي لديه ثلاث دعوات موضحة في الشكل الموالي:

شكل 2: أهداف الذكاء الاقتصادي



المصدر: بن سعودي زينب ومخلوفي عبد السلام، تقييم نشاط الذكاء الاقتصادي لتحقيق أهداف منظمات الأعمال، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد، 04 العدد 02، جامعة بشار، الجزائر، 2018، ص04.

فالذكاء الاقتصادي هو عملية مستمرة، دائمة واستكشافية، الهدف العام منها هو تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة بحيث تعطيه وسائل معرفة وفهم المحيط من أجل توضيح قراراتها.

لكن الهدف الأهم من استخدامه يكمن في الإبداع والمحافظة على الاستقلال الاقتصادي، والحصول على حصص سوق اضافية، وكذلك ضمان ديمومة تنافسية المؤسسات عن طريق رفع كفاءة الأداء، ولكي يتسنى ذلك يجب الأخذ بعين الاعتبار العناصر التالية: اليقظة، الحماية، التأثير.¹

¹رحيمة شخوم، عبد القادر حفاي، سبل توظيف الذكاء الاقتصادي لتطوير إدارة المخاطر البنكية، مجلة اقتصاد المال والاعمال، مجلد 6، العدد 1، مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حمه لخضر بالواد، الاغواط الجزائر، جوان 21، ص 331.

المطلب الثالث: أبعاد وأدوات الذكاء الاقتصادي

من خلال هذا المطلب يتم التطرق إلى أبعاد الذكاء الاقتصادي وأدوات تطبيقها الأساسية.

أولا-أبعاد الذكاء الاقتصادي:

أفرز اقتصاد المعرفة والتحول التكنولوجية أبعاد الذكاء الاقتصادي على رأسها: اليقظة الإستراتيجية(الحصول على المعلومات الإستراتيجية ذات الصلة بالموضوع) أمن المعلومات(لا يسمح بمعرفة أسرار المؤسسة)، سياسة التأثير(نشر المعلومات أو معايير السلوكيات وجعل إستراتيجيتها مفضلة) وهي كتالي:

1-اليقظة الاستراتيجية : هي نهج منظم للبحث، الجمع، المعالجة ونشر المعلومات، وتهتم بالأمور العلمية، التكنولوجية، القانونية، التنظيمية والبيئية...الخ.فهي تهدف إلى رصد البيئة التنافسية، والكشف عن الاشارات الضعيفة المحددة للاتجاهات الناشئة.

تحت على الاستخدام الواسع لتكنولوجيات الجديدة للمعلومات من خلال شبكة الانترنت، من استخدام العنصر البشري والوثائق، هذا النهج يسمح لمسيري المؤسسة بوضعها في موقع أفضل في بيئتها أي ضمن أسواقها مقارنة بمنافسيها؛

2-الأمن وحماية المعلومات: يضمن الحماية المادية للمعلومات والتراث المعنوية للمؤسسة، على وجه التحديد هو التدقيق في التهديدات ونقاط الضعف.¹

تحسيس الموظفين بالإجراءات الوقائية المنسجمة مع إستراتيجية المؤسسة، يحدد المخاطر التي تواجه أنظمة المعلومات وحمايتها وفقا لذلك؛

¹رقامي محمد، الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين اداء المؤسسات الاقتصادية "دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات اقتصادية جزائرية"، مجلة العلوم الانسانية، العدد 43، جامعة محمد خيضر بسكرة وجامعة عنابة، الجزائر، مارس2016، ص 586.

3-التأثير على المحيط : هو تغيير في بيئة المؤسسة التي يرتبط بها في القرارات. اتباع استراتيجيات التأثير يمكن مسيري المؤسسة من وضعها في مركز أحسن في أسواقها، وكسب صورة أفضل، جلب انتباه المستهلكين إلى منتجاتها ولو لم تكن تلبى احتياجاتهم.

وهو يشمل معظم تصرفات التواصل في المؤسسة، الدعاية وكسب التأيد، ويتضمن كذلك تعزيز الصورة والتحضير لعمليات التسويق، وطرح منتجات جديدة. عدم اتقان استراتيجيات التأثير يؤدي بمسري المؤسسة إلى التفاعل بشكل متأخر أو خاطئ مع الهجمات التي لم يتم التمكن من التنبؤ بها بشكل مسبق؛ مما سبق نستنتج بأن:

الذكاء الاقتصادي = اليقظة + التأثير + الأمن (الحماية)

يمكن إضافة بعد (عنصر) آخر للذكاء الاقتصادي وهو:
- التنافسية: التي تركز أساسا على عمليات البحث والتطوير وتسمح للمؤسسات الاقتصادية باغتنام الفرص والحصول على الأسواق الجديدة عن طريق تجميع الخبرات والمعلومات العامة والخاصة.¹

ثانيا- أدوات الذكاء الاقتصادي:

قبل الولوج الى أدوات الذكاء الاقتصادي من الضروري الاشارة الى متطلبات ممارسته، حيث أنه يتطلب نمط تفكير وتصرف جديد ومنهجية تركز على دعائم أساسية داخل المؤسسة، واختلف الكتاب في تحديد أدوات الذكاء الاقتصادي ولكن هناك اتفاق على أن هذه الأدوات تتمحور حول خمسة عناصر أساسية ويمكن شرحها كما يلي:²

¹ رقامي محمد، مرجع نفسه، ص 586.

² بعيطيش شعبان، عربية سلوى، التميز التنافسي للمؤسسة الاقتصادية من خلال تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي، وأهم الاجراءات المتخذة لدعمه في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي بعنوان التحول الرقمي للمؤسسات ونماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف مسيلة الجزائر، يومي 12-13 نوفمبر 2017، ص 7-9.

01- مستودعات البيانات: تعد اتجاهها تقنيا جديدا، وصف على أنه أحدث مفاهيم حقل نظم المعلومات، ويكتسب هذا الموضوع أهمية كبيرة في العديد من تطبيقات الأعمال خاصة في المؤسسات ذات الحجم الكبير والتي لها فروع مختلفة، وهذا لما له دور فاعل في إدارة مواردها المعلوماتية وتحسين عملية صنع القرار فيها، وأساس فكرة مستودع البيانات هو تحقيق التكامل فيما بين بيانات المؤسسة المنتشرة والموزعة عبر مختلف قواعد البيانات ونظم معالجة المعاملات والنظم الموروثة، فضلا عن مصادر المعلومات الخارجية ذات الصلة بعمالها، بحيث يتوفر لدى المؤسسة بيئة موحدة ومتكاملة للبيئة الحالية والتاريخية في إطار مستودع واحد.

02- عمليات استخلاص، نقل وتخزين: وهي أدوات مصممة لنقوم باستخلاص وتكامل البيانات من مصادرها المختلفة بناء على خريطة استخلاص محددة، فعملية التكامل ضرورية لتحويل هذه البيانات إلى الصورة المطلوبة من قبل المؤسسة بغض النظر عن كيفية خزنها في البيئة التشغيلية وذلك قبل نقلها الى مستودع البيانات.

03- المعالجة التحليلية: التي تعد أحد الأدوات الرئيسية للذكاء الاقتصادي، ويطلق

"Online Analytical processing" وهي اختصار OLAP على هذه التقنية

لقد كان من نتائج التحديث المستمر للبيانات باستخدام نظم المعالجة الفورية أنه تضخمت المعاملات بصورة كبيرة، كما زادت التغيرات والتعديلات في البيانات بالكمية والقيمة مما أدى إلى عجز أدوات تحليل البيانات ذات النمط التقليدي في القيام بوظائفها التقليدية من معالجة وتحليل البيانات وإنتاج المعلومات.

04- التنقيب عن البيانات: هذا المصطلح ظهر في منتصف التسعينات في الولايات

المتحدة الأمريكية وهو يجمع بين الإحصاء وتكنولوجيا قواعد البيانات الذكاء الاصطناعي، التعلم الآلي " ان علم التنقيب على البيانات هو علم مستقل بذاته وهو العلم المسؤول عن أساليب وطرق إنتاج المعلومات وقواعد المعرفة من خلال كم كبير من البيانات التي يتم التنقيب فيها وربطها بأساليب علمية للخروج بمعلومة أو معرفة جديدة.

05- تقنيات استعراض المعلومات: ان تقنيات عرض المعلومات مهم لنجاح الذكاء الاقتصادي من خلال ايصال المخرجات المتمثلة بالمعلومات للمحليين ومتخذي القرار، وهناك عدة أنواع من هذه التقنيات تستخدم أشكال مختلفة سواء كانت بشكل منفرد أو متدخل يتلاءم مع الهدف وهي كما يلي: ¹

أ- التقارير: ان عملية انشاء التقارير عبر أنظمة الذكاء الاقتصادي تتضمن امكانية توليد تقارير متنوعة عن المبيعات، الوضع المالي، الاستعلامات، وغيرها ويمكن أن تكون هذه التقارير بسيطة مثل جدول أو تكون معقدة مثل التقارير التي تعرض ملخصات يمكن التفاعل معها لتفصيل المطلوب؛

ب- لوحة القياس: تعرف لوحة قياس أداة عرض مرئية تزود بصورة بيانية

لمؤشرات الأداء الرئيسية الحالية من أجل تفعيل استجابة للتغيرات في بعض الجوانب كالمبيعات، إدارة علاقات الزبائن، تقييم الأداء، مستويات المخزون وضمن وظيفة متابعة نشاط الأعمال تقوم ألواح القياس بعرض المؤشرات المتعلقة بإدارة الأداء التنظيمي والمشتقة من المعلومات المباشرة التي يتم الحصول عليها من مستودعات البيانات؛

ج- بطاقة الأداء: عبارة عن مجموعة من المقاييس التي تزود الادارة العليا بنظرة سريعة وقابلة للفهم عن الأعمال، وتعد من احد المداخل الشائعة في قياس الأداء، والتي تقترح الاهتمام المستمر بقياس وتحسين الأداء التنظيمي. وتستخدم بطاقة الأداء ضمن إطار لوحة القياس بوصفها جزءا منها، وللإشارة بطاقة الأداء هي نوع خاص من التقارير تتكون من مجموعة من مقاييس الأعمال الرئيسية، وغالبا ما يتم عرض مؤشر الأداء مع رسم توضيحي مثل اللون وكذلك الأسهم المتجهة إلى الأعلى أو إلى الأسفل للدلالة على اتجاه الأداء.²

¹ بعبطيش شعبان، عربية سلوى، مرجع نفسه، ص7-9.

² مرجع نفسه، ص7-9.

المطلب الرابع: مكونات ومراحل الذكاء الاقتصادي

من خلال هذا المطلب تم التطرق الى مكونات ومراحل الذكاء الاقتصادي في ظل هذا العالم المتغير.

أولاً- مكونات الذكاء الاقتصادي

تقوم عملية الذكاء الاقتصادي على العناصر التالية:

1- اليقظة الاستراتيجية: هي عملية البحث عن المعلومة بصفة مستمرة ومتواصلة سواء كانت هذه المعلومة إستراتيجية، أو اجتماعية، أو سياسية ، أو علمية أو تكنولوجية أو خاصة، وكل ما يتواجد في محيط المنظمة من فرص وأخطار.¹ فهي تتمثل في جمع ومعالجة وتخزين المعلومات وكل الاشارات القوية والضعيفة الصادرة عن المحيط الداخلي والخارجي للمنظمة، حيث تلعب اليقظة الإستراتيجية دورا متكاملًا في نظام الذكاء الاقتصادي.

ويمكن تلخيص دورها في أربعة نقاط كما يلي:

أ.التوقع: هي توقعات نشاط المنافسين أو تغيرات المحيط.

ب.الاكتشاف: اكتشاف منافسين جدد أو محتملين، فالمنظمات التي يمكن شراؤها أو التي يمكن إقامة شراكة معها من أجل التطوير اكتشاف فرص السوق.

ج.المراقبة: مراقبة تطورات عرض المنتجات في السوق، التطورات التكنولوجية أو طرق الإنتاج التي تسمح أو تستهدف نشاط التنظيمات التي تغير في إطار النشاط.

د.التعلم: تعلم خصائص الأسواق الجديدة، أخطاء ونجاحات الآخرين(المنافسين)، مما يسهل تقدير المشاريع، وضع أسلوب جديد للتسيير أو بناء نظرة موحدة للمسيرين.

2.الحماية: بالرغم أن المبادرة تعد من أولويات معظم العمال المتعلقة بالذكاء

الاقتصادي الحصول على المعلومات النافعة للمنظمة واستغلالها إلا أن الجانب الدفاعي

¹ مجدوب بحوصي، عمار عريس، استراتيجية الذكاء الاقتصادي للاستدامة المقاولاتية مع الاشارة لحالة الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والاعمال JFBE، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، 2017، ص 221-222.

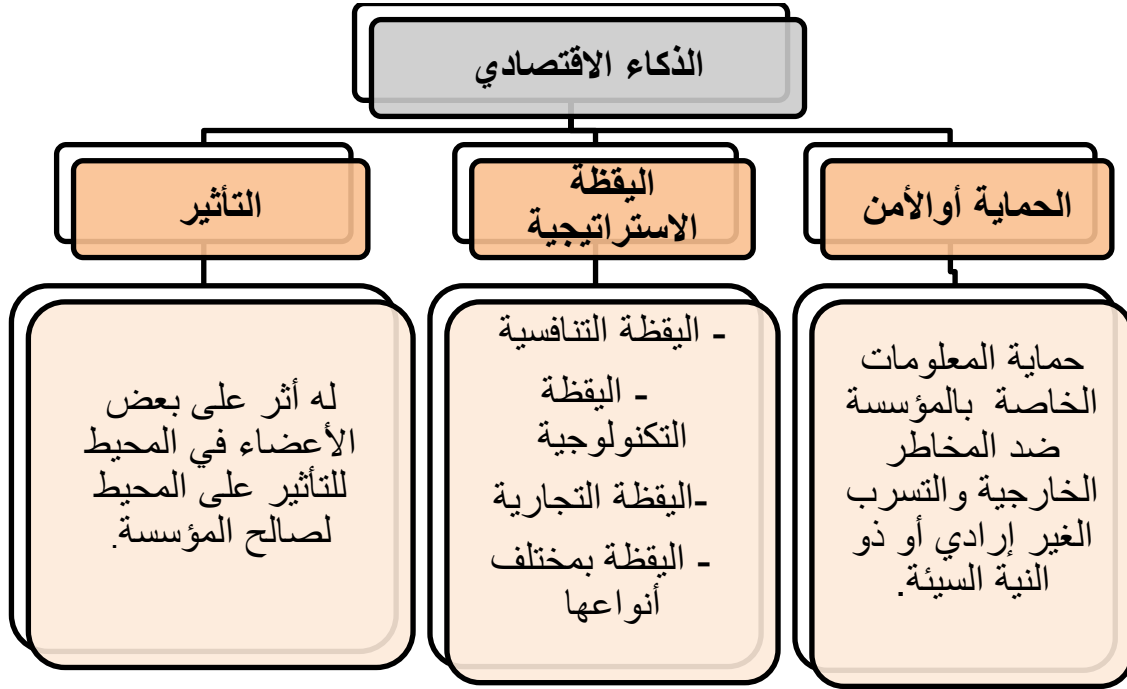
للذكاء الاقتصادي لا يمكن تجاهله، باعتبار أن الذكاء الاقتصادي هو مجموع النشاطات المتناسقة للبحث والتحليل والتوزيع ثم الاستغلال للمعلومة النافعة للمتعاملين الاقتصاديين، هذه النشاطات المختلفة تتم بكل التدابير القانونية مع توفر جميع ضمانات الحماية اللازمة للحفاظ على إرث المنظمة في ظل أفضل شروط الجودة والآجال الزمنية.

3.التأثير: يظهر دور هذا المكون خاصة على مستوى الهيئة المعروفة بإعدادها للنظم "Lobbying" والمعابر التي تدير الحياة الاقتصادية من خلال العمل الضغطي.

وهو التأثير على القرار السياسي والاقتصادي بشرح ضرورة وإيجابية قانون ما أو خطورته وسلبياته، ولقد أصبح العمل الضغطي يدرس في المدارس الكبرى والجامعات، حيث قامت اللجنة الأوروبية بجعله ضروريا في العملية الديمقراطية فساهم في فعالية القوانين المصادق عليها بعد أن تأخذ في الحسبان رأي المهنيين دون الضرر برأي الآخرين وتحديد الحكم السياسي.¹

1مجذوب بحوصي، عمار عريس، مرجع نفسه، ص221-222.

شكل 3: مكونات الذكاء الاقتصادي



المصدر: مجدوب بحوصي، عمار عريس، استراتيجية الذكاء الاقتصادي للاستدامة المقاولاتية مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والاعمال، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، 2017، ص 221-222.

ثانيا- مراحل الذكاء الاقتصادي:

يتم تطبيق الذكاء الاقتصادي بمجموعة من المراحل وهي كالتالي:

- 1- تحديد حاجة المؤسسة: تعتبر أول خطوة من أجل معرفة وتحديد مجال البحث عن المعلومات، ومن هنا يمكننا الحديث عن رؤية ورسالة وأهداف المؤسسة في حد ذاتها التي يجب عليها صياغتها لتحديد ما تطمح وتسعى المؤسسة إلى تحقيقه ضمن أفق زمني واسع وضمن ظروف معينة.

2- جمع المعلومات المفيدة بالنسبة للمؤسسة: يتم جمع المعلومات من مصادر رسمية وأخرى غير رسمية:¹

أ- مصادر المعلومات الرسمية: تتمثل في الصحافة الوطنية والأجنبية، وسائل الإعلام، بنوك المعطيات وقواعد البيانات (مثل: قاعدة البيانات الأمريكية تحتوي Lexis- Finde التي وضعت خدمة تسمى "Lexis-Nexis" على 111 مليون مرجع وأكثر من 60 مليون رقم هاتف تشير الى العنوان، الاسم، تاريخ الميلاد، .. وقاعدة البيانات Best "North" America تتضمن السيرة الذاتية، العمل المنجز، المشاريع قيد التنفيذ، الخبرة والتدريب والمنشورات)، الكتب، الأقراص المضغوطة من مصادر رسمية، الوزارات، مكتب الإحصاء، هيئات الذكاء الاقتصادي.

ب- مصادر المعلومات غير رسمية: هي المصادر التي تتطلب مجهود شخصي من الفرد للحصول على المعلومة وتتطلب منه الوقت واتصالات، ... مثال: كافة المتعاملين مع المؤسسة (منافسين، موردين، زبائن، ...)، المعارض والرحلات العلمية، الطلبة المتمرنين، تقارير الذهول أو الاندهاش (اليابانيين عادة ما يستخدمون هذه التقنية وتتمثل في المذكرات التي صممها المديرين والموظفين والمشرفين سواء داخل الشركة أو أثناء رحلاتهم، هذه المذكرات تحتوي على ما فوجئ به الشخص بدون تبرير وتحليل فقط ما أدهشه وبالتالي هذه الدهشة تهم خبراء الذكاء الاقتصادي وبالتالي يحددون سبب الاندهاش وهذا يساعد على اكتشاف مسارات تقنية جديدة تجاهلت سابقا).

3- تنظيم وتحليل المعلومات: وجعلها قابلة للاستخدام من طرف أي موظف داخل المؤسسة. يتم تنظيم المعلومات باستخدام مجموعة من الوسائل التحليلية في الذكاء

¹ بوغيني سميحة، التجربة الصينية في الذكاء الاقتصادي والامن الاقتصادي، الملتقى الدولي الخامس حول منظمات الاعمال والامن الاقتصادي، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، يومي الثلاثاء والاربعاء 1-2/مارس/2016، ص 5-6.

الاقتصادي مثل: تحليل الإستراتيجية المستقبلية (أي ما يعرف في مجال التحليل تحليل الاستراتيجية التنافسية)

ـ (القوى المحيطة الأربع "SWOT") بالمؤسسة: وهي اللوائح والتنظيمات، التكنولوجيا، التغيرات في قطاع النشاط والزبائن.

ـ الطرق التقليدية : مثل النماذج Porter القوى الخمس ل PESTEL كذلك يشبه عوامل الرياضية كنظرية اللعبة، الطرق النوعية: مثل المقابلات مع الأخصائيين في الذكاء الاقتصادي، مثل المركز العالمي للتجارة) ملمح نوايا وقدرات المسيرين.

ـ المقارنة المرجعية (Benshmarking)، تحليل التكاليف...¹

4. نشر وتبليغ المعلومات: يتم تنظيم مسار المعلومة إلى غاية وصولها إلى مستخدميها.

حيث أنه بمجرد المصادقة على المعلومات المراجعة يجب أن تقدم تحت تصرف من هم بحاجة إليها داخل المؤسسة في جو من الأمان حيث يجب:

- حماية المعلومات عن طريق تسميتها معلومات حساسة؛
- تحديد سبل المعلومات التي يمكن أن تضر بالمؤسسة؛
- تحديد مخاطر تسرب المعلومات الحساسة ووضعها تحت تصرف مجموعة من الأشخاص؛

وكلما كانت أدوات الاتصال المعلوماتية متعددة وسهلة الاستعمال كلما كان نشر وتبليغ المعلومات يتم بدون تطبيق حقيقي من طرف إدارة المؤسسة.

5. الابتكار: هو النتيجة المستخلصة من الذكاء الاقتصادي ويعتبر أهم مرحلة لأنه يمثل هدف بيع منتجات جديدة بدلا عن تحسين ظروف المنافسة فقط، فالابتكار هو التوصل إلى ما هو جديد بصيغة التطور والتطبيق العلمي لفكرة جديدة. وهناك علاقة قوية بين الابتكار وقدرة المؤسسة على تعظيم حصتها في السوق، فالابتكار هو أرقى مرحلة من مراحل الذكاء الاقتصادي لأنه يمثل الهدف الأساسي من الذكاء الاقتصادي.²

¹ بو عيني سميحة، مرجع نفسه، ص5-6.

² مرجع نفسه، ص5-6.

المبحث الثاني : الإطار النظري لثقافة المقاولاتية

تلعب الثقافة دورا هاما في إرساء العملية المقاولاتية وتشجيعها لتحقيق أهداف النمو الاقتصادي، حيث يقترح اليوم العديد من الاقتصاديين ومنظري الفكر المقاولاتي أن تمر عملية خلق الثروة عبر تطوير الثقافة المقاولاتية تفضل المبادرة الذاتية في إعطاء الأولوية لتنمية العديد من القيم المقاولاتية، سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى النقاط الآتية :

- مفاهيم حول الثقافة المقاولاتية؛
- مقومات وعناصر الثقافة المقاولاتية؛
- وظائف ومكونات الثقافة المقاولاتية ؛
- نماذج على الثقافة المقاولاتية.

المطلب الأول: مفاهيم حول الثقافة المقاولاتية

تم التطرق في هذا المطلب الى مفهوم الثقافة المقاولاتية، أهميتها واهم خصائصها

أولا: مفهوم الثقافة المقاولاتية:

قبل التطرق إلى مفهوم الثقافة المقاولاتية يجدر بنا أن نعرض ولو بإيجاز على مفهوم الثقافة و المقاولاتية كل على حدى:

1-الثقافة: هو مفهوم يخضع لتأثير المحيط وبعض العوامل الخارجية، حيث تعرف

الثقافة بشكل عام على أنها:

مجموعة القيم المشتركة المتقاسمة بين أطراف المجتمع والتي يستعملونها في

التعاملات والتبادلات.¹

¹شرفة خديجة، تلال نور الهدى قياس اثر التعليم المقاولاتي على روح المقاولاتية، مذكرة ماستر، إدارة العمليات والانتاج، علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة د.مولاي الطاهر-سعيدة، الجزائر، ص21.

يعرف (إدوارد تايلور) الثقافة بأنها " ذلك الكل المركب من المعارف والعقائد والفن والأخلاق والأعراف وكل ما اكتسبه الإنسان بوصفه عضوا من مجتمع ما" تعتبر الثقافة إذن: " نظرية في المعرفة، ومنهج في السلوك وطريقة في العمل والبناء"¹

2-المقاولاتية: هي القدرة التي تدفعها، الرغبة في إيجاد أفكار خلاقة وتجسيدها في مشروع، بمعنى إدارة مغامرة منتجة للقيمة، بكل مخاطرها مع السعي لتحقيق الربح.² يوضح البروفسيور (Howard Stevenson) بأن المقاولاتية عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها.³

3-الثقافة المقاولاتية:

- انتشر مؤخرا مفهوم المقاولاتية وازداد توجه الدول نحوها من اجل دعم الاقتصاد ما لها من أهمية كبرى وأهداف طويلة المدى. ويعرف على انه: " الشخص الذي يتكفل بحمل المجموعة (Marchesney & Julien) المقاول حسب من الخصائص الأساسية: يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه المتحمس والصلب الذي يحب حل المشاكل ويحب التسير، الذي يصارع الروتين ويرفض المصاعب والعقبات وهو الذي يخلق معلومة هامة، والروح المقاولاتية تعرف على أنها مجموعة من المبادئ والقيم التنظيمية التي تصيغ المسار المقاولاتي من الفكرة إلى التجسيد، وأما الثقافة المقاولاتية

¹مولاي علي، المقاولاتية بين الثقافة المقاولاتية واشكالها انشاء المؤسسات، معهد العلوم والتقنيات المطبقة، جامعة احمد بن بلة وهران، 1الجزائر، ص46.

² اليمين فالتة، لطيفة برني، البرامج التكوينية واهميتها في تعزيز روح المقاولاتية، المقاولاتية: التكوين وفرص الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 06/07/08/افريل2010 ص8.

³ سامية بريم، حنان بوشلاغم، دور الجامعة في ترسيخ وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، مجلة اقتصاديات المال والاعمال JFBE، جامعة ام البواقي وجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، الجزائر مارس2018ص102.

هي مجموعة من الصفات والمبادئ والقيم التي يجب أن تتوفر في المقاول وهي تشمل روح المخاطرة، والتجريب، وعدم الفشل مهما كانت النتائج، والإرادة والرغبة، والإبداع وتجديد الأفكار، والتخلي بروح المسؤولية.¹

- تعرف الثقافة المقاولاتية على أنها: " مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الاموال وذلك بأيجاد أفكار مبتكرة (جديدة)، وابداع في مجمل القطاعات الموجودة اضافة الى وجود هيكل تسييري تنظيمي.وهي تتضمن التصرفات التحفيز، ردود أفعال المقاولين ، بالاضافة للتخطيط واتخاذ القرارات، التنظيم والمراقبة، كما أن هناك أربع أماكن يمكن أن ترسخ فيها هذه الثقافة هي: العائلة، المدرسة المؤسسة والمحيط.²

على حسب: (2003) Picq، (1996) Powell و (Smith Doerr، Koput

،Pinch ,Henry، Jenkins، وTallman (2004) فان الثقافة المقاولاتية غالبا ما تتميز بالمجتمعات الصناعية والشبكات المختلفة التي تؤدي إلى خلق معرفة جديدة ودفع عجلة الابتكار التكنولوجي، وتعزز من المنافسة على المستوى الدولي.³

- مجموعة القيم المشتركة المتقاسمة بين أطراف المجتمع والتي يستعملونها في التعاملات والتبادلات.⁴

¹ بوعيني سميحة، مرجع سبق ذكره ص61.

² فضيلة بوطورة واخرون، اهمية ودور دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية في نشر الثقافة المقاولاتية، الجامعة المقاولاتية: التعليم المقاولاتي والابتكار، جامعة مصطفى اسطبولي_معسكر، الجزائر، ايام 11/10ديسمبر2018، ص4.

³ جمعة عبد العزيز، الرغبة المقاولاتية وبعد الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين مدخل استكشافي، المجلد السابع العدد1، مخبر النقود والمؤسسات المالية في المغرب العربي، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، افريل 2021، ص410.

⁴ صدوق فتيحة، المقاول في الجزائر بين التنظير والتطبيق، دار المجدد لنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، 2019، ص24.

من خلال ما سبق نستنتج أن الثقافة المقاولاتية هي: مجموعة من القواعد القيمة والعلمية التي يتقاسمها المنتمون للمقولة في تحقيق أهدافها الاقتصادية وحل مشاكلها واسهام في تطوير المجتمع بما تنتجه من منافع اقتصادية واجتماعية للدولة والمجتمع ومن تلك القيم، التدبير، الأخلاق، التنافسية، المهنية، الكفاءة، والقدرة على التجديد والابتكار.

ثانيا: خصائص الثقافة المقاولاتية

- القدرة على التفكير الناقد وطرح التساؤلات؛
- القدرة على تصميم الأهداف والتخطيط لها؛
- القدرة على اتخاذ القرار ووضع البدائل؛
- المخاطرة وروح المبادرة؛
- البحث عن الحلول الممكنة بدلا من التأمل في المشكلات؛
- امتلاك روح القيادة؛
- الرغبة في الاستقلالية ورفض التبعية؛
- القدرة على المراقبة الذاتية؛¹
- رصد الفرص والبحث عن الجديد.

ثالثا: أهمية الثقافة المقاولاتية:

ندرج أهمية الثقافة المقاولاتية على المستويين الاجتماعي والاقتصادي

1-الأهمية الاجتماعية لثقافة المقاولاتية:

- تشجيع أصحاب المهارات والقدرات الفائقة على المبادرة والابتكار والانجاز؛
- تحسين قدرة الأفراد على التكيف والاستجابة لتلك التغيرات السريعة التي أصبحت تميز العالم في شتى المجالات؛

¹زفاوة احمد، خطوات منهجية لتعزيز ثقافة المقاولاتية في البرامج التكوينية الجامعية، مجلد 4 العدد 02، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية، المركز الجامعي غيليزان، الجزائر، ديسمبر 2018، ص 10.

- تنمية وتطوير مهارات الأفراد من خلال حثهم وتحفيزهم على الابداع والانجاز في سن مبكر؛

- غرس قيم الالتزام والمثابرة في الأفراد تجاه ما ينجزونه، باعتبارهم أصحاب مشاريع.¹

2- الأهمية الاقتصادية لثقافة المقاولاتية:

- تثمين الثروات والامكانيات المادية والبشرية ، التي يزر بها المجتمع، واستغلال خلق الثروة؛

- استدرار التآخر، في انشاء المؤسسات، بالمقارنة بالمجتمعات الأخرى؛

- تدعيم المؤسسات الصناعية الكبرى في المجتمع، ورفع كفاءتها الانتاجية، بتلك المتوسطة والصغيرة؛

- تحفيز المنافسة والابتكار، لأجل زيادة الناتج القومي، وتحقيق التوازن الاقتصادي؛

- تخفيض نسبة البطالة واستغلال الطاقات المعطلة في المجتمع، من خلال توفير مناصب عمل ضمن المشروعات المقاولاتية (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)؛

- توسيع وتنويع القاعدة الاقتصادية للمجتمع، وخلق مصادر تمويل جديدة.²

المطلب الثاني: مقومات وعناصر الثقافة المقاولاتية

في هذا المطلب تم عرض مقومات الثقافة المقاولاتية وعناصرها.

أولاً: مقومات الثقافة المقاولاتية

هناك أربع أماكن يمكن أن ترسخ فيها الثقافة المقاولاتية منها: العائلة المدرسة،

المؤسسة والمحيط ونوضحها كالتالي:

¹ عواطف عطيل لموالي مدخل سوسيوولوجي حول الثقافة المقاولاتية، العدد1، مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية والانسانية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف الجزائر، جانفي2019، ص 9.

² عواطف عطيل لموالي، مرجع نفسه، ص 9.

- 1- المحيط الاجتماعي: يعتبر المحيط الاجتماعي عنصرا مهما في الدفع نحو إنشاء المؤسسة نظرا لتركيبته المعقدة والثرية.
- 2- الأسرة: تعمل الأسرة على تنمية القدرات المقاولاتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني، خاصة إذا كان هؤلاء الأفراد يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق تشجيع الأطفال منذ الصغر على بعض النشاطات، وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة.¹
- 3- المدرسة أو الجامعة: ليست المدرسة بمعزل عن الديناميكية السيسيو اقتصادية للمجتمع، فبالإضافة إلى دورها التكويني والتربوي والمعتاد، يتعين عليها أن تقيم جسور الالتقاء مع المقولة، وبالتالي تشكل قاطرة التنمية من خلال انفتاحها على المقولة، وتنمية ثقافة المقولة لدى الشباب، وهنا تكمن أهمية نقل المعارف للمجتمع من أجل خلق الثروات ضمن منظور مقاولاتي للتربية والتكوين.
- 4- الدين: يعتبر الدين من بين المؤسسات الاجتماعية التي يستمد منها الفاعلون الاجتماعيون الكثير من القيم والمعايير، فقيم العمل واتقانه، وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت... الخ هي عناصر تشترك فيها كل الكتب السماوية، وعليه يشكل الدين والقيم الحامل لها أحد مقومات الفعل المقاولاتي.
- 5- العادات والتقاليد: تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبنائها، أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فتتوارثها الأجيال.²

ثانيا: عناصر الثقافة المقاولاتية

¹ شرطي نسيمية، نشر التعليم المقاولاتي كمدخل لتعزيز روح وثقافة المقولة لدى الطلبة الجامعيين والحد من بطالتهم، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة، الجزائر، ص7.

² شرطي نسيمية، مرجع نفسه، ص7.

الحديث عن ثقافة المقاول يحيل إلى الحديث عن العناصر المشكلة لهذه الثقافة والتي تتعلق بالدرجة الأولى بمجموعة من القيم المهنية للمقاول الذي عرف بأنه الشخص الذي يحمل قدرات تتعلق بالحاجة إلى الإنجاز، الثقة بالنفس، الرؤيا المستقبلية، الرغبة في الاستقلالية... الخ.

1- الحاجة الى الانجاز: أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتميز، ولذلك فالمقاول دائما يقيم أدائه وإنجازه في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.

2- الثقة بالنفس: حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة التحديات المستقبلية، وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم بها.

3- الرؤيا المستقبلية: أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.¹

4- التضحية والمثابرة: يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمان استمراريتها، إنما يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما تنبع من خلال الجد والاجتهاد والعطاء.

5- الرغبة في الاستقلالية: ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة، خاصة عندما تتوفر لديهم الموارد المالية الكافية، كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنباً

¹ فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة -مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الاردن، 2006، ص 47.

لحالات التحجيم بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم، كما "يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة الدخل الكافي للمعيشة وتحقيق الثراء، إلى جانب التحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطيهم استقلالية في العمل، وهذا ما سماه 'SHUMPETER' ب"المملكة الصغيرة".¹

المطلب الثالث: وظائف ومكونات الثقافة المقاولاتية

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق الى كل من وظائف ومكونات الثقافة المقاولاتية.

أولاً: وظائف الثقافة المقاولاتية

يرى كل من "SCRENSSEN" و "Pederson" أن للثقافة أربعة وظائف هي:

- تستخدم الثقافة كأداة تحليلية للباحثين ، فهي تساعد في فهم تنظيمات الاجتماعية المعقدة؛
- تستخدم كأداة للتغيير والتطوير؛
- تستخدم كأداة لتحسين سلوكيات الشباب؛
- تستخدم كأداة لتحريك الحس الإدراكي للأفراد ، بالإضافة أيضا إلى:
- تهيئة الإحساس بالكيان والهوية لدى الشباب؛
- المساعدة على تخفيض معدلات البطالة؛²

¹ بدر اوي سفيان، ثقافة المقاولاتية لدى الشباب الجزائري المقاول، اطروحة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع والتنمية البشرية، قسم علوم الاجتماعية، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، ص78-79.

² بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية "الفييس بوك" كنموذج، مذكرة ماستر، تخصص علم اجتماع اتصال، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، ص61-62.

- تهيئة إطار مرجعي يساعد على فهم اتجاهات وأنشطة المقاولاتية ويرشد لاتخاذ قرار الخوض في مجال المقاولاتية.

ثانياً: مكونات الثقافة المقاولاتية

1- البيئة العامة: وتتمثل أساساً في كل العوامل التي تبقى خارج عن إطار المؤسسة.

2- الحكومة: وتتمثل في مختلف الإعفاءات والتخفيضات الضريبية التي تقدمها الحكومات للمقاولات.

3- التكنولوجيا: تعرف التكنولوجيا على أنها عبارة عن مجموعة من المعارف والمهارات والخبرات المتراكمة والأدوات، والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان لاستغلال موارد البيئية بما فيها من موارد وطاقات لخدمته في أداء عمل، أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع حاجاته المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع.

فالتغيرات التكنولوجية التي تقع خارج المؤسسة هي من الأبعاد الأساسية التي ينبغي الأخذ بها عند تحديد الاستراتيجية، والفضل في التوقع والاستجابة للتغيرات التكنولوجية يعد مكلف للغاية.

5- الديمغرافية: ومن بينها عوامل السلم، والدخل والتعليم والديانة.

6- بيئة الصناعة: تعرف الصناعة بأنها مجموعة المؤسسات تقدم منتجات أو خدمات للمستهلكين أو المستخدمين في أسواق معينة، ولها القدرة للقيام بتقديم منتجات بديلة لكل المؤسسات الأخرى.

كما أن هناك عناصر أخرى لها تأثير على محيط المؤسسة أهمها:

- منافس القطاع: ان المنافسة تتحدد على أساس الطلب والعرض للمنافسين لذلك يجب على صاحب المشروع أن يدرس منتوجاتهم وحصصهم السوقية ونقاط قوتهم وضعفهم واسترا تيجيتهم¹.
- الزبائن: تؤثر قوة الزبائن على الأسعار المطبقة من طرف المؤسسات وكذلك التكاليف والاستثمارات فمن خلالها يتم تحديد كميات المشتريات وتكلفة التبديل وكذلك مدى تحسيس الزبائن بالأسعار.
- داخليين الجدد والمحتملين: فتهديد الداخليين الجدد والمحتملين قد يضع سقف الأسعار ونماذج الاستثمارات الضرورية من أجل ردع المؤسسات الجديدة للدخول في هذا القطاع.
- تهديد المنتجات البديلة: وتهديدهم يمكن في مدى قدرة منتجي السلع البديلة على تقديم أفضل علاقة منتوج /جودة.²

المطلب الرابع: نماذج الثقافة المقاولاتية

هناك نماذج تم افتراضها من أجل وصف وتفسير الثقافة المقاولاتية، تتمثل فيما يلي:

اولا: نموذج (J .P SABOURIN et Y.GASSE 1989)

يلخص نموذج (J .P SABOURIN et Y.GASSE 1989)، مفهوم الثقافة المقاولاتية حيث يبرز المراحل التي تقود لبروز وظهور المقاولين بين فئة المتدربين، بالأخص الذين تابعوا تكويننا في مجال المقاولاتية حيث ومن خلال تحليل ثمانية برامج تكوينية لاحظ الباحثان أنه توجد علاقة إيجابية بين التوجهات المقاولاتية للفرد والإمكانات المقاولاتية، أما عن العوامل التي تؤثر على هذا النموذج فتتنقسم إلى ثلاث مجموعات:

❖ المسبقات (Les antecedents): وتمثل مجموع العوامل الشخصية والمحيطية

التي تشجع على ظهور الإستعدادات عند الفرد، حيث لاحظ الباحثان بأن الطلبة الذين

¹ بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، مرجع نفسه ص61-62.

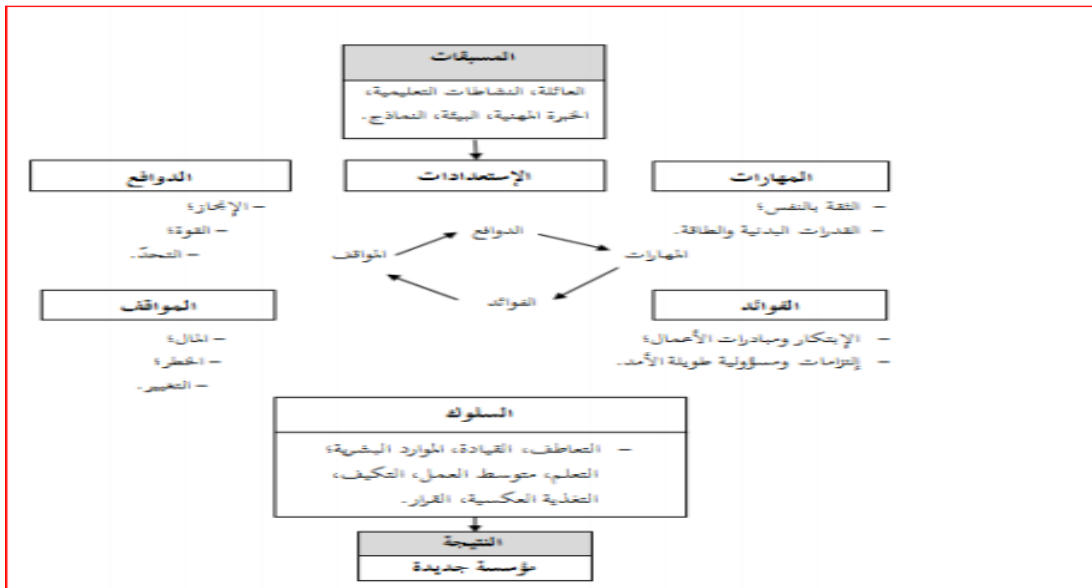
² بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، مرجع نفسه، ص61-62.

لديهم آباء يعملون لحسابهم الخاص لديهم إمكانيات المقاولاتية أكبر بالمقارنة مع الآخرين.¹

❖ الإستعدادات (La prédisposition) : وهي مجموع الخصائص النفسية التي تظهر عند المقاتول وتمثل المحفزات، المواقف، الأهلية والفائدة المرجوة، والتي تتفاعل في ظل ظروف ملائمة لتتحول إلى سلوك.

❖ تجسيد الإمكانيات والقدرات المقاولاتية في مشروع: وهذا يكون تحت تأثير الدوافع المحركة والتي تشمل العوامل الإيجابية وعوامل عدم الاستمرارية(انقطاع).
فكلما زادت كثافة الدوافع المحركة فهي تشجع الأفراد أكثر على خلق مؤسسة، والأفراد الذين يملكون إمكانيات وقدرات مقاولاتية أكبر فهم يحتاجون لدوافع محرّكة أخف.²

شكل 4: (J .P SABOURIN et Y.GASSE 1989) لثقافة المقاولاتية



المصدر: هواري معراج، فتيحة عبيديك دار المقاولاتية ودورها في تحفيز الطالب الجامعي لولوج عالم الاعمال "جامعة الجلفة نموذجاً" مجلة دراسات الاقتصادي، مجلة دولية محكمة، العدد25، جامعة الاغواط، الجزائر، جانفي2016، ص111-112.

¹ هواري معراج، فتيحة عبيدي، دار المقاولاتية ودورها في تحفيز الطالب الجامعي لولوج عالم الاعمال "جامعة الجلفة نموذجاً" مجلة دراسات العدد الاقتصادي، مجلة دولية محكمة، العدد25، جامعة الاغواط الجزائر، جانفي2016، ص111-112.

² هواري معراج، فتيحة عبيدي، مرجع نفسه، ص111-112.

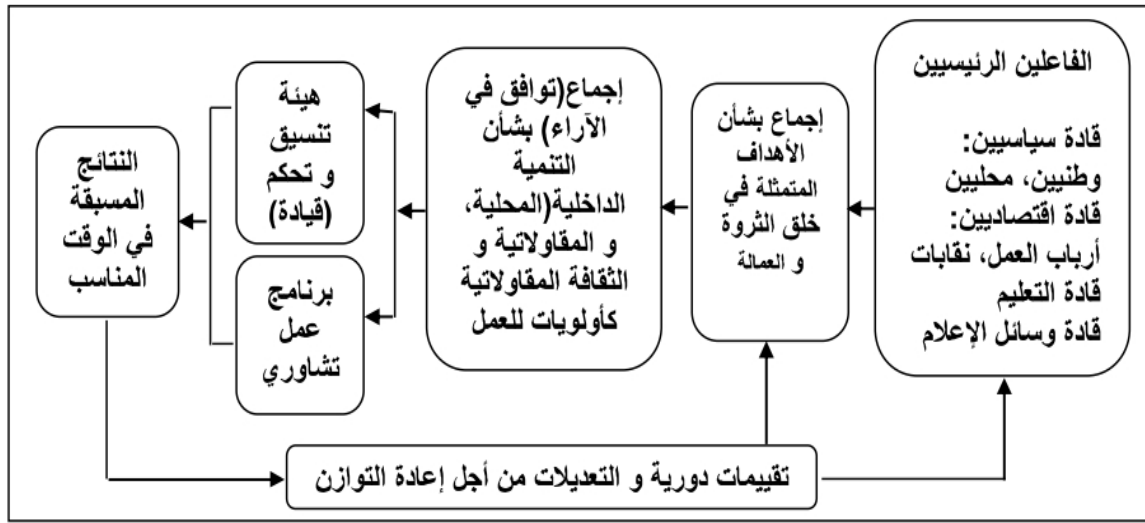
ثانيا: Fortin (2002)

اقترح Fortin نموذج المعرفة: بنموذج التطور المتسارع لثقافة المقاولاتية والمقاولاتية، الذي يستند ويشمل المشاركة الكاملة لجميع الممثلين الاجتماعيين في البلاد. كما يعتبر أن الفاعلين الرئيسيين في تطوير الثقافة المقاولاتية هم القادة السياسيين، القادة الاقتصاديين، القيادات التعليمية وكذا زعماء وسائل الإعلام، الذين يجمعون على تحديد الأهداف المتمثلة في خلق الثروة والعمالة (مناصب عمل) في بلد ما، وكذا جعل من الثقافة المقاولاتية و المقاولاتية إستراتيجية أولية للتدخل التي تسمح بالتنمية الداخلية للبلد. هذا الإجماع أو التوافق قد يثمر في تصميم مخطط عمل وطني، وتشكيل هيئة تنسيق وطنية للقيادة والتحكم في تجسيد هذا المخطط، كل ذلك من أجل تعزيز السياسات الشاملة للثقافة المقاولاتية و المقاولاتية. على أن هذه العملية يمكن أن تخضع لتقييمات دورية وتعديلات شاملة قصد تحقيق النتائج المرجوة.

والشكل الموالي يوضح ذلك.¹

¹ جمعة عبد العزيز، المقاولاتية وبعث الثقافة الجهوية مدخل استكشافي، مذكرة ماجستير، علوم التسيير، جامعة معسكر، الجزائر، 2015-2016، ص55.

شكل 5: نموذج الثقافة المقاولاتية Fortin (2002)



المصدر: جمعة عبد العزيز: المقاولاتية وبعدها الثقافة الجهوية، مدخل استكشافي، دراسة ميدانية تحليلية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مخبر البحث في التنمية المحلية وتسيير الجماعات المحلية، جامعة مصطفى اسطنبولي، معسكر، 2015-2016، ص56.

ثالثا: نموذج الثقافة المقاولاتية ل : Stephan (2007)

حاول هذا النموذج عرض الثقافة المقاولاتية، عبر التعريف بأوجه الثقافة الملائمة للمقاولاتية وهي: المبادرة المخاطرة، تحمل المسؤولية، التفتح بقدرات، الصفات، التفتح على الفرص والتغير، وأخيرا الحافز المقاولاتي، وفيما يلي نعرضها بشيء من التفصيل:

1- القدرة على المقاولاتية: الدرجة التي يكون فيها الفرد قادرا على تنفيذ مشروع جديد.

2- تحمل المسؤولية: الدرجة التي يدرك فيها الفرد لأمر وانشغالات الآخرين في بيئته لأخذ مسؤولياتهم في العمل .

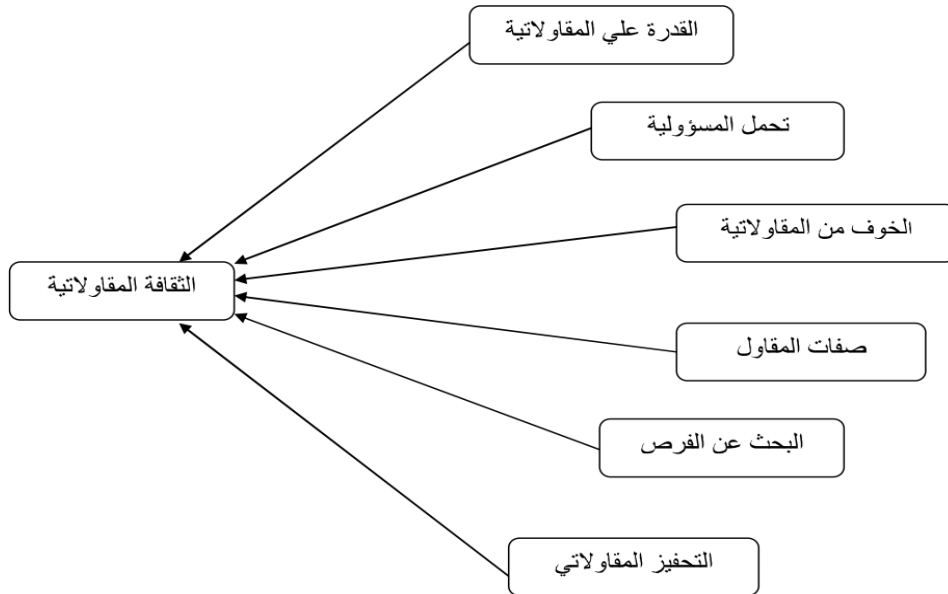
3- الخوف من المقاولاتية: الشخص الذي يخشى من الخضوع في مشروع مقاولاتي، فإنه غير قادر على إكمال هذا المشروع.

4- صفات المقاول: هي الدرجة التي يمكن للفرد أن يدرك بعض صفات المقاول (كالمخاطرة والمبادرة، الاستقلالية...، الخ) وكما يقدرها أيضا المجتمع وهي مشتركة من قبل أفراده .

5- البحث عن الفرص: هي الدرجة التي يتصور فيها الفرد على أن أفراد بيئته لديهم نفس الرغبة وتفتح على السعي والبحث عن فرص الأعمال.

6- التحفيز المقاولاتي: هي درجة تصور الفرد بأن الآخرين لديهم علاقة ايجابية اتجاه المقاولاتية، قد تدفعه إلى اتخاذها كخيار مهني.¹ نوضح هذا النموذج في الشكل أدناه:

شكل 6: نموذج الثقافة المقاولاتية من قبل Stephan



La source : saulo barbosa, walter marinho de oliveira, Alain Fayolle et fransico vidal barbosa, perceptions culturelles et intention d'entreprendre : une comparaison entre des étudiants brésihien et français, revue internationale PME, vol 23, n 02, 2010, p 19.

¹ جمعة عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 410-411.

خلاصة الفصل

يمثل الذكاء الاقتصادي Intelligence Economic مجالاً معرفياً حديثاً كان وما يزال محور العديد من الدراسات والأبحاث، ومن هذه الدراسة التي تناولنا فيها دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية، تطرقنا للإطار النظري للذكاء الاقتصادي والمفاهيم المتعلقة به خصائصه، أهميته، أهدافه، أبعاده الأساسية بالإضافة إلى أدواته، مكوناته ومراحله، ومن جهة أخرى تطرقنا للمفاهيم المتعلقة بالثقافة المقاولاتية ومختلف جوانبها، خصائص، أهمية، عناصر ومقومات، وظائف، مكونات إضافة إلى بعض النماذج على الثقافة المقاولاتية .

وسنحاول في الفصل الموالي إبراز الذكاء الاقتصادي وتأثيره على الثقافة المقاولاتية

تطبيقاً.

الفصل الثاني:

الإطار الميداني لمحاكاة الأعمال

جامعة المسيلة

تمهيد:

بعد تناولنا في الفصل السابق الإطار النظري لمتغيرات الدراسة المتمثلة في الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية توجهنا في هذا الفصل لإعداد الإطار الميداني للدراسة والذي تم على مجموعة من مؤسسات الناشئة في حاضنة الأعمال بجامعة المسيلة من أجل معرفة مساهمة كل بعد من أبعاد الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية ومن أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة وإختبار فرضياتها، وقد تم اللجوء إلى أسلوب المقابلة للحصول على البيانات والمعلومات اللازمة حول موضوع الدراسة، وتحليلها باستخدام التحليل التقليدي للمقابلة.

بناء على ما سبق تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث هي كالآتي:

المبحث الأول: منهجية الدراسة؛

المبحث الثاني: التعريف بالأداة المستخدمة في الدراسة؛

المبحث الثالث: تحليل تحليل معطيات اداة الدراسة واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: منهجية الدراسة

يمثل هذا المبحث الإطار المنهجي للدراسة الميدانية التي تم فيه أولاً التطرق إلى المنهج المستخدم وتوضيح أسباب التوجه نحو أسلوب دراسة الحالة، وتم أيضاً تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، بالإضافة إلى معرفة مصادر بيانات هذه الدراسة.

المطلب الأول: المنهج المستخدم

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث تم استخدامه في جمع الحقائق والمادة العلمية في أشكالها المختلفة من المصادر والمراجع في الفصل النظري، كما تم الاعتماد على أسلوب دراسة الحالة لأنه الأنسب لهذا الفصل في تحليل المقابلة والتعليق عليها بناء على اطلاعنا وملاحظتنا.

حيث البحوث الوصفية هي التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كيميا أو كمي، وهي تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها.¹

المطلب الثاني: عينة الدراسة

تتألف عينة الدراسة من مجموعة الخبراء الذين يمثلون أصحاب (مدراء ومسيري ومؤسس) مؤسسات ناشئة في حاضنة الاعمال جامعة المسيلة الحاصلة على علامة المؤسسة الناشئة (Label S tartup) فقد تم إستهداف هذه الفئة لمعرفة وجهة نظرهم حول دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولانية وتم إجراء مقابلات معهم بمختلف وسائل الإتصال نظرا لكون طبيعة الدراسة كيفية، فقد كان أسلوب إختيار العينة غير عشوائية بطريق قصدية من خلال الاتصال والتواصل مع أصحاب المؤسسات الناشئة وكان في بداية 7 خبراء حيث اثنين من الخبراء لم يكملوا المقابلة نتيجة إلتزاماتهم وقلة

مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية، ط01، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان، 2000م، ص125¹

الوقت، واثنين خبراء لم يستطع تحديد موعد معهم وعليه تم اختيار عينة بالغ عددهم 03 وذلك راجع لصعوبة الوصول إليهم،

والمبررات إختيار الخبراء كالاتي:

- دراية وإلمام الخبراء بواقع الميداني للمؤسسات الناشئة في حاضنة الاعمال؛
- معرفة تجارب الخبراء والثقافة المقاولاتية المكتسبة لأنشاء مؤسساتهم الناشئة؛
- تنوع تخصصات وعمل الخبراء مما يضمن عدم تجانس الإجابات.

المطلب الثالث: مصادر بيانات الدراسة

تم في هذا المطلب تحديد وذكر المصادر التي تم الاعتماد عليها في الدراسة سواء في الفصل النظري أو في الفصل الميداني الذي يمثل الإسقاط الميداني للجزء النظري، وتقسم مصادر بيانات الدراسة إلى جزئين: الأول يتمثل في المصادر الثانوية، أما الثاني فهو يمثل المصادر الأولية.

أولاً-المصادر الثانوية: من أجل تناول التأصيل النظري للدراسة تمت الاستعانة بمجموعة من المصادر المتنوعة والتي تعد أساس الدراسة، وتمثلت هذه المصادر فيما يلي:

- مراجع كتب كلها باللغة العربية؛

- استخدام المجالات، المقالات، المداخلات، الأطروحات والرسائل الجامعية؛

- الاستعانة بالملتقيات التي تناولت تقريبا نفس الدراسة؛

ثانياً-المصادر الأولية: للإسقاط الميدان للدراسة وجعلها أكثر عمقا تم الاعتماد على مصادر ذات البيانات الأولية التي توصلنا إلى بيانات مباشرة تخص الدراسة.

تمثلت المصادر الأولية التي اعتمدها في الدراسة الميدانية في التواصل مع أفراد

عينة الدراسة من خلال جمع المعلومات من مصادرها والتي تتمثل في إجراء مقابلة معهم.

لقد تم الاعتماد على الشروط التالية عند صياغة أسئلة المقابلة لبناء أسئلة واضحة ودقيقة:

- مراعات التسلسل المنطقي للأسئلة؛

- يجب أن تكون صياغة الفقرات واضحة وتحاشي الأسئلة المبهمة؛

- تجنب ازدواجية المعنى للفقرة؛

وقد تم صياغة أسئلة المقابلة بدقة ووضوح، وقمنا بإجراء هذه المقابلة مع مجموعة من أصحاب المؤسسات الناشئة في حاضنات الأعمال بالجامعة وهذا من أجل تلقي المعلومات التي تخص الدور الذي يقوم به الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية.

المبحث الثاني: التعريف بالأداة المستخدمة في الدراسة وخطوات الدراسة

تم تناول في هذا المبحث التعريف بأداة الدراسة المقابلة وكيفية هيكلة محاورها

المطلب الأول: التعريف بأداة الدراسة المقابلة

تم الاعتماد في دراستنا على أداة المقابلة من أجل جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة، والتي يتم من خلالها طرح مجموعة من الأسئلة على عدد من الخبراء الذين تم اختيارهم.

تعددت تعريفات المقابلة من كاتب إلى آخر، ومن محلل إلى آخر ومنه اخترنا

التعريف التالي: "المقابلة هي الوسيلة التي يحاول الباحث الحصول بواسطتها على

البيانات، والتي لا توجد في أي مكان آخر، وتكون مع الأشخاص الذين كانوا في معظم

الأحيان شهودا أو مشاركين في الفعاليات التي شملها موضوع البحث، والمقابلة من حيث

المبدأ هي الحصول على بيانات لموضوع بحث ما، ويمكن أن تستخدم لمراقبة ردود أفعال

موضوع البحث لقياس مدى استجابته للمحفزات التي يحدثها الباحث.¹

يوجد عدة أنواع وتصنيفات للمقابلة منها مقابلة حرة (غير موجهة)، مقابلة موجهة

ومقابلة نصف موجهة، وتم الاستعانة في هذه الدراسة بأداة المقابلة وبالأخص اعتماد

أسلوب المقابلة نصف الموجهة مع مجموعة من الخبراء.

المطلب الثاني: هيكلة محاور أداة الدراسة المقابلة

تم هيكلة أسئلة مقابلة الدراسة كالتالي:

أولاً- مقدمة تمهيدية: فيها تم توضيح مختلف حيثيات أسئلة الدراسة الموجه لأفراد عينة

الدراسة، مع إعلامهم بأن البيانات التي سيقدمونها تهدف إلى الإسقاط الميدان للدراسة

العلمية فقط.

ثانياً- تم تقسيم مقابلة الدراسة إلى أربعة محاور وهي كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية؛

¹بوجمعة عمرون، منهجية البحث العلمي، دليل اعداد مشروع بحث علمي: نظري تطبيقي، ب ط، ب ن، ب ت، ص217-221.

المحور الثاني: الذكاء الاقتصادي؛

المحور الثالث: الثقافة المقاولاتية؛

المحور الرابع: الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالثقافة المقاولاتية.

المطلب الثالث: خطوات الدراسة

تمثلت خطوات الدراسة في المراحل التالية:

- المرحلة الأولى: تم اختيار ثلاثة خبراء في ميدان الدراسة كونهم على إحاطة تامة بموضوع الدراسة.
- المرحلة الثانية: تم إعداد دليل مقابلة، مع تحديد مواعيد مع عينة الدراسة واختيار الوقت المناسب.
- المرحلة الثالثة: تم فيها التحليل التقليدي للمقابلات، وذلك بإعداد جدول شامل ملخص لجميع أجوبة الخبراء وهذا ما سمح لنا بتحديد أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين أجوبتهم وتحديد نظرتنا الشخصية لأقوالهم.

المبحث الثالث: تحليل معطيات أداة الدراسة واختبار الفرضيات

تم في هذا المبحث تحليل المقابلة التي تم إجرائها وكذلك اختبار فرضيات الدراسة لهذا تم تقسيمه إلى ثلاثة مطالب وهي كالتالي:

المطلب الأول: عرض خطوات إجراء المقابلة

تم في هذا المطلب شرح مناخ المقابلة التي تمت وكيف تم إجرائها في المؤسسات ميدان الدراسة، بحيث تم تلخيص فيه جميع المجرىات بالتبرير العلمي والواقعي الميداني، وذلك من أجل إعطاء البحث مصداقية أكبر للبيانات التي تم جمعها وأعتد عليها، حيث في الجزء الأيمن الأول خصص إلى معرفة الخبير من سنه وخبرته ومكان عمله والمنصب الذي يشغله، وفي الجزء الثاني تم التطرق لتاريخ المقابلة ومكان اللقاء ومدة المقابلة وطبيعة التسجيل وكيفية التفريغ ومدته، وثم الجزء الثالث الذي فيه تم عرض ظروف إجراء المقابلة، وفي الجزء الرابع والأخير الأهداف الأساسية لأبعاد المقابلة ومناخ المقابلة موضحة في الجدول التالي:

جدول 1: خطوات إجراء المقابلة

الأهداف الأساسية	ظروف إجراء المقابلة	تاريخ ومدة المقابلة وطبيعة التسجيل	الخبير
<ul style="list-style-type: none"> • أجريت هذه المقابلة من أجل معرفة دور الذي يلعبه الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية من خلال: • معرفة دور اليقظة الاستراتيجية في ارساء الثقافة المقاولاتية • معرفة مكانة أمن المعلومات في تكريس الثقافة المقاولاتية • معرفة علاقة بعد التأثير بالثقافة المقاولاتية 	<p>الظروف التي أجريت فيها المقابلة مع الخبراء كانت ممتاز من حيث المعاملة وكان التفاعل مع الموضوع بشكل جيد من حيث الاثرء الهائل بالمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة ساعد في الحصول على معلومات أكثر وفي الموعد بالإضافة إلى منح الخبراء الوقت الكافي للاستفسار على الموضوع والإجابة.</p>	<p>تاريخ المقابلة: يوم 2022/06/07 على 10:19 الساعة صباحا اللقاء: عبر الهاتف مدة المقابلة: ساعة و 31 دقيقة</p> <p>تدوين المعلومات كانت مسجلة بالهاتف وبشكل يدوي بعد إذن الخبير -عملية تفرغ في شكل كتابي ومنتظمة دامت 5ساعات.</p>	<p>الخبير الأول: السن: 44 سنة. الخبرة 20: سنة. اسم المؤسسة: Sarl. Vision Intek. نشاط المؤسسة: متخصصة في الصناعات الذكية</p>
		<p>تاريخ المقابلة: 2022/06/06 على الساعة 16:34 دقيقة مساءا.</p> <p>اللقاء: عبر مكالمة في تطبيق المسنجر مدة المقابلة: دامت 4ساعات</p> <p>تدوين المعلومات كانت مسجلة ومكتوبة بعد اذن الخبير</p>	<p>الخبير الثاني: السن: 25 سنة الخبرة مهنية: سنة اسم المهنية: gritter partner نشاط مؤسسة: تصنيع الأجهزة الذكية الخاصة في المجال الطبي</p>

		عملية التفريغ في شكل كتابي ومنتظمة دامت 7 ساعات و 20 دقيقة.	
		المقابلة: 2022/06/06 على الساعة 16:00 مساء اللقاء: في حاضنة الاعمال مدة المقابلة: دامت ساعة و 26 دقيقة المعلومات كانت مسجلة بالهاتف ومدونة	الخبير الثالث: السن: 38 سنة الخبرة: سنتين اسم المؤسسة:- نشاط المؤسسة: جهاز تفقيص البيض المحمول

المصدر: من إعداد الطالبتين

المطلب الثاني: تحليل محاور أداة الدراسة

بعد اجراء المقابلات مع عينة الدراسة تم تحليلها وتوضيح أهم ما أجاب به خبراء

عينة الدراسة، وقد تم تلخيص ذلك في الجدول الموالي:

جدول 2: تحليل المقابلات

الخبير الثالث	الخبير الثاني	الخبير الاول	الخبراء المحاور
المحور الأول: الذكاء الاقتصادي			
- تؤكد الخبيرة على متابعة كافة المستجدات التكنولوجية على حسب التطور الأنّي فلولا المتابعة لا تكون هناك قدرة على افراض الوجود في	- يقول الخبير أنه من لازم على المؤسسة متابعة كافة المستجدات التكنولوجية فالتطور أصبح ضرورة حتمية وكونها	- يقول الخبير أنه يعمل على متابعة كافة المستجدات التكنولوجية لمواكبة التطورات وللحفاظ على الحصة السوقية لها، حيث يتم الحصول على	اليقظة الاستراتيجية

<p>السوق، ويتم الحصول على هذه المعلومات من خلال البيئة الخارجية ومواقع التواصل كافة.</p> <p>-هناك منافسة خارج الوطن ومنافسة الاستيراد والوسائل المستخدمة عن طريق الانترنت والاعلانات .</p> <p>-لا تعمل على جمع المعلومات التسويقية فهي في قيد الإنتاج إلا أنها تحرص على المعلومات للحصول عليها من خلال البحث والاطلاع والقيمة المضافة للمنتج.</p> <p>-تحصل على المعلومات من طرف متخصصين في نفس المجال والعمل على اشباع رغبتهم واحتياجاتهم .</p> <p>-تقوم بالاعتماد على نفسها في جمع المعلومات فهي خبيرة فيما يخص منتجها.</p> <p>-المراحل المعتمدة في الحصول على معلومات دقيقة الاتصال بالأشخاص مهتمين بهذا المنتج احتياجهم له.</p>	<p>تقدم قيمة مضافة في السوق، حيث يتم الحصول على المعلومات من خلال البحث والاطلاع على براءة الاختراع.</p> <p>-هناك منافسين بطريقة مباشرة وغير مباشرة سواء المنافسة على نفس المنتج أو منتج بديل والوسائل المستخدمة في الحصول على المعلومات عن طريق الاعلانات، السجل التجاري، مواقع التواصل الاجتماعي، الانترنت ومواقع خاصة .</p> <p>-العمل على جمع المعلومات التسويقية من خلال الطرق التسويقية والخدمة المقدمة للمنتج والقيمة المضافة له وأساليب تطوير المنتج.</p> <p>- المعلومات المتحصل عليها فيما يخص الزبائن هي احتياجاتهم والعمل على حل مشاكل التي يواجهونها.</p> <p>- يقوم بالاعتماد على نفسه بجمع المعلومات و يتلقى مساعدات من خبراء في نفس الوقت في المجال.</p>	<p>المعلومات من خلال صناعة بيئة تكنولوجية خاصة بأي طريقة كانت.</p> <p>- يؤكد على وجود منافسين في صيغ مختلفة كما أنه يستخدم وسائل مختلفة في الحصول على معلومات حول المنافسين في أي وقت.</p> <p>- يعمل على جمع المعلومات التسويقية المتعلقة بمنتجاته من خلال الاعتماد على عناصر المزيج التسويقي وتحليل SOWT حيث يحرص على الحصول على المعلومات من خلال ما يطرئ على المنتج الرؤى الاستراتيجية، خاصة المنتج...الخ.</p> <p>- المعلومات المتحصل عليها فيما يخص الزبائن الأدواق وكل المتطلبات بجودة عالية وبأقل سعر لاشباع رغباتهم.</p> <p>- يؤكد أنه خبير لنفسه في جمع المعلومات.</p> <p>- يرى بأنه لا وجود لمراحل في الوصول للمعلومات الدقيقة إنما هي عبارة عن نشاطات.</p>
--	---	--

	<p>- المرحلة الأولى في الوصول إلى المعلومات الدقيقة هي البحث على نفس اختصاص المجال والتعمق فيه ومن ثم آليات المعتمدة والنظام المستعمل ومعرفة الخدمة المضافة للمنتج .</p>		
<p>-لا تمتلك نظام خاص لحماية المعلومات إنما ذاتيا فقط. -لم تصل بعد لاستخدام آليات تشفير ولا تضع معلوماتها في أنظمة تخترق. -لم تبرم عقود مع مؤسسات أمنية، معتمدة فقط على هيئات الملكية الفكرية . -الوسائل التي تحمي صورة وسمعة المؤسسة هي جعل المنتج في صورة لم تكن من قبل. -تؤكد على حماية الارث المعلوماتي لها من خلال حقوق الملكية الفكرية لها براءة اختراع.</p>	<p>- صرح الخبير أنه لا يمتلك نظام خاص لحماية المعلومات لكن هناك أنظمة تعتبر ذاتية فقط. -لم يصل لاستخدام آليات تشفير لمنع الاختراق فالمؤسسة في المرحلة الابتدائية فقط. -لم يبرم بعد عقود مع مؤسسات أمنية إنما هناك هيئات تحميه كحقوق المؤلف والملكية الفكرية الصناعية ويحضر لأبرام عقود في المستقبل إذا كانت المؤسسة تحتاج لها. -الوسائل التي تحمي صورة وسمعة المؤسسة هي الالتزام بالوعود والاتفاقيات والمصادقية في المنتج المطروح. - أكد فأي مؤسسة ضمن المجال الصناعي تعتمد</p>	<p>-صرح الخبير بأنه لا يمتلك نظام خاص لحماية المعلومات المتحصل عليها لا قانونيا ولا اجرائيا إنما أمن ذاتي فقط. -لا يستخدم آليات تشفير لمنع الاختراق أنظمة المعلومات، فالمعلومات والأفكار الإبداعية يتم حمايتها من قبل آليات ووسائل لا تخترق وهناك هيئات إدارية قانونية على مستوى معاهد خاصة لحماية هذه الأنظمة. -يعمل على إبرام اجراءات عمل مع مؤسسات أمنية ومع الهيئات المعتمدة رسميا بصفة قانونية ورسمية. -هناك وسائل لحماية السمعة والصورة من خلال اجراءات والتصرفات والسلوك، التحصيل العلمي، الميداني والاحتكاك بالمؤسسات رائدة. -نعم فالملكية الفكرية توجب</p>	<p>امن وحماية المعلومات</p>

	حلول للمشاكل.	احساس في التميز لا يعلن على المؤسسة.
المحور الثالث: الثقافة المقاوالتية		
<p>-أكدت الخبرة على قدرتها الذاتية في نجاح المشروع.</p> <p>-الأهداف المستقبلية تطوير المنتج قدر المستطاع وادخال تكنولوجيا جديدة له.</p> <p>-العمل على تنمية الروح القيادية من خلال الانخراط مع متخصصي في المجال والمشاركة في دورات والاجتهاد في ذلك.</p> <p>-هناك مشاكل مادية حاليا وتعمل على حلها من خلال الاعتماد على إدارة المؤسسات الناشئة والمرافقة التامة.</p> <p>-هناك قدرة على اتخاذ القرار وتعتمد على المرافقة من صناديق الدعم.</p> <p>-بصفة مستمرة ومن اللازم يتم البحث عن الافكار الابداعية لضمان البقاء في السوق.</p> <p>-تحمل كل المخاطر والمجازفة ومستعدة لذلك.</p> <p>-يتم باستمرار المشاركة في دورات تدريبية في دار المقالاتية اوفي حاضنة</p>	<p>-أكد الخبير على الايمان القوي في القدرة الذاتية.</p> <p>-الأهداف المستقبلية هي الانتشار الواسع في السوق وفي الخدمات والمنتجات من خلال المنافسة للمراتب الأولى.</p> <p>-العمل على تنمية الروح القيادية من خلال المشاركة في دورات لتحسينها والعمل والاجتهاد.</p> <p>-أكد تصادف المشاكل وأي مؤسسة لها مشاكل ونعمل دائما على تخطيها.</p> <p>-ليس من السهل اتخاذ القرار إنما من خلال تقديم مساعدات من طرف أعضاء المؤسسة.</p> <p>-الهدف الأول البحث عن الأفكار الابداعية وتجسيدها على ارض الواقع فهي اساس النشاط.</p> <p>-العمل كل ما في الوسع لتحمل المخاطر الناتجة على الافكار الابداعية في أي وقت.</p> <p>-تمت المشاركة في</p>	<p>-أكد الخبير على الدافعية والشجاعة وحب الشيء تجعله يؤمن بقدرته الذاتية.</p> <p>-أهدافه المستقبلية هي الاستمرار على وتيرة ايجابية والعمل على التطوير والتحسين واكتساب المعارف وتنمية الروح القيادية شيء فطري ومكتسب التحلي بالشجاعة وعدم التفكير في الفشل .</p> <p>-هناك أكيد مشاكل في مجال العمل وسر النجاح أن تصادفك مشاكل فهي تعتبر تجربة في العمل.</p> <p>-هناك قدرة على اتخاذ القرار وخير دليل تأسيس مؤسسة من خلال التطوير والصارع والشجاعة.</p> <p>-يتم بصفة مستمرة البحث عن الأفكار الابداعية والعمل على أساس مزاولة النشاط.</p> <p>-تحمل كل المخاطر الناتجة على تجسيد الافكار الابداعية آنيا ومستعد مستقبليا.</p> <p>-باستمرار يتم المشاركة في دورات حول المقاوالتية وكل</p>

<p>الأعمال . -تسعى لوضع الشراكة الملائمة والتنويع في المشاريع وهذا من صالح المؤسسة. - المحاولة بصفة مستمرة عن كيفية استغلال الفرص في السوق .</p>	<p>دورات تدريبية منها دورة مؤسسة ناشئة، دورة طريقة جلب العملاء، دورة أساليب التسويق دورة طريقة تحسين المنتجات...الخ. -نرحب بوضع كل شراكة والتنويع في المشاريع المبتكرة. -أي مؤسسة تحاول تستغل الفرص في السوق خاصة المنتجات الجديدة المبتكرة .</p>	<p>الدورات دار المقاولاتية جامعة المسيلة تم الحضور فيها. -العمل على التنويع في المشاريع واطافة شراكة. -دائما هناك محاولة لمعرفة استغلال الفرص المتاحة في السوق والاعتماد على متخصصي في المجال لذلك.</p>	
--	---	---	--

المحور الرابع: الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالثقافة المقاولاتية

<p>-توافق الخبرة أن هناك دور كبير في ممارسة اليقظة الاستراتيجية فهي أساس الاستمرار في تحقيق الهدف. -تعمل اليقظة على دعم الثقافة المقاولاتية من خلال معرفة الامتيازات الاستعداد للربح والخسارة ومعرفة المحيط الخارجي. -ترى أن هناك دور كبير لأمن المعلومات في نجاح المؤسسات الناشئة ضروري ولازم. -وجهة نظر الخبرة غير كافيا من المعلومات لدعم الثقافة المقاولاتية لكن بدونها</p>	<p>-يوافق الخبير على أن اليقظة تلعب دور في الثقافة المقاولاتية من خلال المعلومات والبحث والتطلع لتطوير الخدمة والمنتج وكذا الزبون. -تعمل اليقظة الاستراتيجية على دعم الثقافة المقاولاتية من خلال معرفة المحيط الخارجي ومن معرفة الفرص والتحديات ونقاط القوة والضعف. -بالتأكيد لأمن المعلومات دور كبير في المؤسسات فهو وسيلة مهمة وضرورية لأن بيانات</p>	<p>-يوافق الخبير ان ممارسة اليقظة الاستراتيجية تلعب دور في الثقافة المقاولاتية من خلال المعلومات المتحصل عليها وهي من المحاور الأساسية لتسطير استراتيجية معينة لبلوغ الهدف. - اليقظة الاستراتيجية اساس قيام الثقافة المقاولاتية من خلال الاستعداد القدرة، اليقظة، المهارات، الكفاءة الفعالية واستراتيجية مسطرة. -أمن وحماية المعلومات أساس قيام دول ليس فقط المؤسسات الناشئة فهو ضرورة قسوة وهناك</p>	
---	---	---	--

<p>يمكن الاستمرار في النشاط. - يمكن لامن المعلومات ان يدعم الثقافة من خلال حماية المهارة الذاتية والفكرة الابداعية . - ترى بان تأثير المؤسسات الناشئة على المحيط الاقتصادي ينجر عنه رواج للثقافة المقاولاتية من خلال الفكرة المبتكرة. - تأثير المؤسسات الناشئة على دعم الثقافة المقاولاتية من خلال الابتكار.</p>	<p>المؤسسة متعلقة به. - أمن المعلومات غير كافي وينصح بالعمل على ذلك ليكون كافي. - يدعم أمن المعلومات الثقافة المقاولاتية من خلال جمع المعلومات ومعرفة كافة جوانب المشروع. - يرى بأنه ينجر رواج الثقافة المقاولاتية على تأثير المؤسسات الناشئة من خلال النشاطات والتوسع والابتكار . - تأثر المؤسسات الناشئة على دعم الثقافة المقاولاتية من خلال التأثير على المستهدفين بالابتكار، فتح أبواب للمشاريع.</p>	<p>توصيات في هذا الجانب التوسع في الدراسات المستقبلية لهذا البعد. - امن وحماية المعلومات ليس كاف بتاتا ويكاد ينعدم لدعم الثقافة المقاولاتية فهو على مستوى شخصي في المؤسسات الصغيرة. - يمكن لامن المعلومات أن يدعم الثقافة المقاولاتية من خلال حماية المهارات والمعلومات السرية والفكرة لانشاء المشاريع. - رواج الثقافة المقاولاتية هو الذي يدفع التأثير على المؤسسات الناشئة لأنها هي تحصيل الحاصل لرائد الأعمال. - يمكن لتأثير المؤسسات الناشئة أن يدعم الثقافة المقاولاتية من خلال الابتكار، إيجاد حلول تقنية للمشاكل الموجودة، انتاج منتوج بخاصية جديدة ومختلفة.</p>
--	--	---

المصدر: من اعداد الطالبتين

من الجدول السابق يمكن استنتاج نقاط التشابه ونقاط الاختلاف وتحليل الاجابات:

أبرز نقاط التشابه في اجابات الخبراء:

- كانت اجابات الخبراء نفسها فيما يخص بعد اليقظة الاستراتيجية مضمونها جمع المعلومات حول كل الأحداث والعلاقات في البيئة الخارجية والتفطن لمستقبل المؤسسة.
- اشترك الخبراء في اجابتهم فيما يخص بعد أمن وحماية المعلومات على الحفاظ على السرية وتوفير السلامة للمعلومات وهي الاصل في المؤسسات عبر التطبيق الفعلي لسياسات الأمنية من خلال تعزيز الوعي والتعلم والتدريب.
- تمحورت اجابات الخبراء على بعد ساسية التأثير في المحيط حيث ابرزو تشابه في استراتيجيات المستعلمة في التأثير والضغط المؤثرة في السوق والوضعية التنافسية لهم.
- كان القاسم المشترك في محور الثقافة المقاولاتية على حسب الخبراء مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة والاهداف المسطرة واثبات الذات ومحاولة استغلال الفرص وتطبيقها لايجاد افكار جديدة ومبتكرة.
- تشابه ما فند به الخبراء في محور الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالثقافة المقاولاتية من خلال الدور الكبير الذي تلعبه ابعاد الذكاء الاقتصادي في الثقافة المقاولاتية من يقظة وأمن وتأثير.

ابرارز نقاط اختلاف الخبراء:

- اختلف الخبراء نوعا ما في البعد الاول في كيفية الجمع والحصول على المعلومات.
- تفاوت الخبراء في البعد الثاني في الوسائل المستخدمة لا من معلوماتهم .
- اختلفت اجابات الخبراء في البعد الثالث من وجهة النظر والتصريح على النشاط واختلاف اساليب التأثير من خبير لآخر.
- في حين اختلفوا في نقاط المحور الثالث من خلال الروح القيادية والقدرة على اتخاذ القرار والوسائل المستخدمة في حل المشاكل.

- وقد اختلف الخبراء في المحور الرابع في وجهة نظرهم على كيفية دعم ابعاد الذكاء الاقتصادي الثقافة المقاولاتية من خبير لأخر.

بالإضافة الى ما جاء به الجدول السابق فإنه يمكن استنتاج مايلي:

1. الذكاء الاقتصادي:

- بعد اليقظة الاستراتيجية: بعد تحليل إجابة الخبراء استنتجنا أنهم على متابعة كافة المستجدات التكنولوجية وكيفية الحصول عليها وعلى جمع كل المعلومات المتعلقة بالمنافسين والزبائن والمنتج لتسويق أي لديهم يقظة تامة فيما يخص هذه المعلومات.

- بعد أمن وحماية المعلومات: من خلال التحليل تبين أن هناك نقص في أمن المعلومات فهو على المستوى الذاتي فقط للخبراء وهناك مؤسسات أمنية تحمي الملكية الفكرية لهم وأيضا فضل استخدام وسائل تحمي صورة وسمعت مؤسساتهم.

- بعد التأثير على المحيط: حسب الخبراء فالمصداقية والتميز في النشاط واستخدام تقنيات وأساليب بغرض الضغط على المنافسين والتأثير فيهم هذا من أسس ضمان الاستمرار وفرض الوجود والبقاء في السوق.

2. الثقافة المقاولاتية:

استنتجنا من الخبراء أن الايمان بالقدرة في نجاح المشاريع والتخطيط للأهداف واتخاذ القرار بالمجازفة وحل المشاكل واستغلال الفرص في السوق كله راجع للروح القيادية والثقافة المقاولاتية لديهم لإبداع أفكار جديدة.

3. الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالثقافة المقاولاتية:

بعد تحليل اجابات الخبراء وجد ان هناك علاقة بين الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية، ويمكن القول انه لو لم تكن هناك مهارات ومعلومات وأفكار وروح مقاولاتية لدى الخبراء لما وجدنا الدور الكبير لأبعاد الذكاء الاقتصادي من يقظة وامن وتأثير في ثقافة المقاولاتية للخبراء، وهذا ما استتبته صحة الفرضيات في الجزء الموالي.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

تم في هذا المطلب اختبار فرضيات الدراسة من خلال تحقيقها أو رفضها كما يلي:
 أولاً- اختبار الفرضية الأولى: تنص الفرضية الأولى على أنه: "يوجد اهتمام بتطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة" ومن أهم النتائج التي تحصلنا عليها عند تحليلنا للمقابلة ما يلي:

- هناك يقظة تامة حول كل الأحداث والعلاقات في بيئة المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة؛

- نقص في أمن وحماية المعلومات ووجود وسائل ذاتية فقط تعمل على ذلك؛

- المؤسسات الناشئة لها تأثير قوي على البيئة الخارجية.

من خلال هذه النتائج يمكننا القول أن فرضية "يوجد اهتمام ذو دلالة إحصائية بتطبيق الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة" محققة فمن خلال تحليلنا لأجوبة الخبراء الذين أجرينا معهم المقابلة تبين لنا المؤسسات الناشئة لها اهتمام كبير بالذكاء الاقتصادي كونه مرتبط بالبحث وبث المعلومات المفيدة وتوفير الضمانات والحماية في ظل أحسن الظروف الوقت الجودة والتكلفة.

ثانياً- اختبار الفرضية الثانية: تنص الفرضية الثانية على أنه: "يوجد اهتمام ذو دلالة إحصائية بالثقافة المقاولاتية لدى المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة" حيث تمثلت أهم نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الثالث الخاصة بالثقافة المقاولاتية في:

- القدرة الذاتية والقدرة على اتخاذ القرار في نجاح مشاريع المؤسسات الناشئة؛

- تحمل المخاطر ومواجهة المشاكل والتخطيط للأهداف مستقبلاً؛

- امتلاك روح قيادية والبحث عن الأفكار الابداعية وتجسيدها؛

- الاهتمام بوضع الشراكة واستغلال الفرص المتاحة في السوق.

وقد تبين بأنه "يوجد اهتمام ذو دلالة إحصائية بالثقافة المقاولاتية لدى المؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة" وجدنا انا هذه الفرضية محققة من خلال تحليلنا الكلي للإجابات الخبراء.

ثالثا- اختبار الفرضية الثالثة

تتمثل الفرضية الثالثة في " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية بالمؤسسات الناشئة لحاضنة أعمال جامعة مسيلة" ومن أهم النتائج التي تحصلنا عليها عند تحليلنا لإجابات الخبراء في مجال الدراسة ما يلي:

- دور ممارسة اليقظة الاستراتيجية في دعم الثقافة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة؛
 - دور أمن وحماية المعلومات في نجاح المؤسسات الناشئة من خلال قواعد البيانات والمعلومات وتدعيم الثقافة المقاولاتية؛
 - تأثير المؤسسات الناشئة على المحيط مما ينجر عنه رواج ودعم للثقافة المقاولاتية.
- ومن خلال تحليلنا يمكننا إثبات وتحقيق الفرضية الثالثة والقول مقبولة وهذا من خلال العلاقة بين أبعاد الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية.

ثانيا: الاجابة عن اشكالية الدراسة

من خلال ما قمنا به في هذا الفصل من مقابلات التي قمنا بها مع خبراء اصحاب المؤسسات الناشئة ووقفنا على أهم ابعاد الذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية فقد كانت اجابات الخبراء على دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية في المؤسسات الناشئة، نقول ان الفرضية المتمثلة في :

- هناك دور لذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة، قد تحققت
- وأنا نرفض الفرضية البديلة والمتمثلة في:

- لا يوجد دور لذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية في دعم الثقافة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة.

بالإضافة الى الفرضيات الفرعية نستنتج من خلال التحليل أن بعد اليقظة الاستراتيجية وبعد التأثير في المحيط لهما دور في دعم الثقافة المقاوالتية، أما بعد أمن وحماية المعلومات دوره ضعيف لكون هذه المؤسسات لا تستخدم كثيرا هذا البعد وهذا ما ظهر في أجوبة الخبراء.

خلاصة:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها في هذا الفصل التطبيقي بالمؤسسات الناشئة لدى حاضنة الأعمال جامعة المسييلة، فقد تم عرض وتحليل بيانات المقابلة التي تم إجراؤها مع مجموعة من خبراء مؤسسات الناشئة، والتي تم تحليلها بالاعتماد على الأسلوب التقليدي للمقابلة، حيث تم انطلاق من عرض مناخ المقابلات ثم تحليلها، وأخيرا تم اختبار مدى صحة فرضيات الدراسة اين تم ايجاد ان الفرضيات كلها محققة، وسيتم توضيح اهم النتائج في خاتمة الدراسة مع تقديم بعض الاقتراحات وبعض آفاق لدراسات المستقبلية.

خاتمة

خاتمة:

يعتبر الذكاء الاقتصادي من أهم ركائز ودعائم المؤسسات وخاصة الناشئة في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها السوق، فالذكاء الاقتصادي ما هو إلا عملية ترقب وبقظة إستراتيجية، وتقديم معلومات تنافسية من أجل اتخاذ القرارات الإستراتيجية وخلق قيمة مستدامة للمؤسسة كيفما كان نوعها، وتحقيق الأمن الاقتصادي والتأثير على البيئة سواء الداخلية أو الخارجية وإذا تحقق تطبيق للذكاء الاقتصادي هذا الأخير يساعد على دعم ثقافة المقاولاتية لدى المؤسسات الناشئة. والثقافة المقاولاتية ما هي إلا مجموعة من الصفات والمبادئ والقيم التي يجب أن تتوفر في اصحاب المؤسسات الناشئة وهي تشمل روح المخاطرة، والتجريب، وعدم الفشل مهما كانت النتائج، والإرادة والرغبة، والإبداع وتجديد الأفكار، والتخلي بروح المسؤولية.

حيث هدفت هذه الدراسة لمعرفة دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية تم معالجة إشكالية دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية بالإضافة الى ايجاد صلة بين ابعاد الذكاء والثقافة المقاولاتية وقد تمت معالجتها وفق فصلين يجمع بين الجانب النظري والجانب التطبيقي، حيث تم تناول في الجانب النظري من هذه الدراسة كلا من الإطار النظري للذكاء الاقتصادي والثقافة المقاولاتية أما الجانب التطبيقي فقد خصص لدراسة حالة مؤسسات الناشئة لدى حاضنة الاعمال، وتمت الدراسة على ثلاثة خبراء من مؤسسات ناشئة لدى حاضنة الاعمال جامعة المسيلة حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة، وذلك لمعرفة مساهمة أبعاد الثلاث للمتغير المستقل في دعم المتغير التابع، وقامت هذه الدراسة بإجراء مقابلات مع خبراء الذين لديهم صلة مباشرة بموضوع الدراسة، وفي أخير يتم عرض النتائج التي تم التوصل إليها من أجل مناقشتها وتقديم اقتراحات.

أولاً- النتائج:

- تم التوصل من الجانب التطبيقي لهذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- وجود اهتمام من طرف المؤسسات الناشئة فيما يخص الذكاء الاقتصادي ونجد أنها تهتم بدرجة كبيرة جدا باليقظة ثم امن المعلومات ثم التأثير؛
- وجود اهتمام من طرف المؤسسات الناشئة فيما يخص الثقافة المقاولاتية؛
- ممارسة اليقظة الاستراتيجية تلعب دور في الثقافة المقاولاتية؛
- يوجد دور لأمن وحماية المعلومات في نجاح المؤسسات الناشئة التي تعتمد على قواعد بيانات ومعلومات في نشاطها الاساسي؛
- يوجد تأثير المؤسسات الناشئة على محيطها الاقتصادي على دعم الثقافة المقاولاتية؛

ثانياً- اقتراحات الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات كالاتي:

- زيادة التحسيس بأهمية الذكاء الاقتصادي في نجاح المؤسسات محليا ووطنيا؛
- العمل على توعية ومعرفة اهمية الثقافة المقاولاتية من خلال ملتقيات ودورات تدريبية؛
- توسيع دائرة البحث ومتابعة التطورات والمستجدات التي تطرأ وزيادة اليقظة الاستراتيجية؛

- العمل على دعم امن وحماية المعلومات المؤسسات من طرف الدولة؛
- انشاء استراتيجيات خاصة لتأثير على المحيط لتدعيم التنافس.
- إنشاء بنك للمعلومات يعتمد على الرصيد المعرفي.

ثالثاً-افاق الدراسة:

بالنظر الى ما جاء به في هذه الدراسة نجد ان مجال البحث مزال مفتوحا بالنظر الى اتساع موضوع الذكاء الاقتصادي وما يرتبط بيه من متغيرات، نقتراح مواضيع التالية:

- دور الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الناشئة؛

- اعادة دراسة نفس الموضوع مع توسيع عينة الدراسة للحصول على كم أكبر من المعلومات؛
- اعادة دراسة الموضوع باستخدام ادوات كمية ونوعية معا.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أ. الكتب العربية:

1. بوجمعة عمرون، منهجية البحث العلمي، دليل اعداد مشروع بحث علمي: نظري تطبيقي، ب ط، ب ن، ب ت.
 2. صدوق فتيحة، المقالة في الجزائر بين التنظير والتطبيق، دار المجدد لنشر والتوزيع، سطيف، الجزائر، 2019.
 3. فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة -مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، عمان الاردن، 2006.
 4. مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط01، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع عمان، 2000 .
 5. منصف بن خديجة، اليقظة الاستراتيجية، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017.
 6. نبيل مهدي الجنابي، محمد نعمة محمد الزبيدي، الذكاء الاقتصادي المدخل الحديث للاقتصادي المعرفي، ط01، دار الغيداء لنشر والتوزيع، الاردن عمان، 2018.
- ب. المذكرات والرسائل والأطروحات:

1. بدر اوي سفيان، ثقافة المقالة لدى الشباب الجزائري المقاول، اطروحة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع والتنمية البشرية، قسم علوم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر 2014-2015.
2. بلخير وصيف سنوسي، خليفة نصرات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية "الفيس بوك" كنموذج، مذكرة ماستر، تخصص علم اجتماع اتصال، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر 2019-2020.

3. جمعة عبد العزيز، المقاولاتية وبعد الثقافة الجهوية مدخل استكشافي، مذكرة ماجستير، علوم التسيير، جامعة معسكر، الجزائر، 2015-2016.
4. حلومي لامية، دور اليقظة الإستراتيجية والذكاء الاقتصادي في تعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة ميدانية حالة مؤسسة يسرف لأشغال البناء، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة بومرداس، الجزائر، 2009.
5. شرفة خديجة، تلال نور الهدى قياس اثر التعليم المقاولاتي على روح المقاول، مذكرة ماستر، إدارة العمليات والانتاج، علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة د.مولاي الطاهر-سعيدة، الجزائر 2016-2017.
- ج. الملتقيات:

1. بعيطيش شعبان، عربية سلوى، التميز التنافسي للمؤسسة الاقتصادية من خلال تطبيق نظام الذكاء الاقتصادي، وأهم الاجراءات المتخذة لدعمه في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي بعنوان التحول الرقمي للمؤسسات ونماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف مسيلة الجزائر، يومي 12-13 نوفمبر 2017.
2. بو عيني سميحة، التجربة الصينية في الذكاء الاقتصادي والامن الاقتصادي، الملتقى الدولي الخامس حول منظمات الاعمال والامن الاقتصادي، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، يومي الثلاثاء والاربعاء 1-2/مارس/2016.
3. رحمانى سناء، بلبول حدة، دور الذكاء الاقتصادي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية، الملتقى العلمي الدولي حول: التحول الرقمي للمؤسسات والنماذج التنبؤية على المعطيات الكبيرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، يومي 12-13 نوفمبر 2017.

4. فضيلة بوطورة وآخرون، أهمية ودور دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية في نشر الثقافة المقاولاتية، الجامعة المقاولاتية: التعليم المقاولاتي والابتكار، جامعة مصطفى اسطمبولي، معسكر، الجزائر، ايام 10/11 ديسمبر 2018.
5. اليمين فالتة، لطيفة برني، البرامج التكوينية وأهميتها في تعزيز روح المقاولاتية المقاولاتية: التكوين وفرص الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 06/07/08/افريل 2010.
- د. المجالات:

1. أحمد ميلي سمية، واقع الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 5، العدد 2، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2020.
2. بن سعودي زينب ومخلوفي عبد السلام، تقييم نشاط الذكاء الاقتصادي لتحقيق أهداف منظمات الأعمال، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04 العدد 02، جامعة بشار، الجزائر، 2018.
3. بن عبد العزيز سفيان، تفعيل استراتيجية الذكاء الاقتصادي في الجزائر في ظل الانضمام الى المنظمة العالمية للتجارة، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد 5، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، 2016.
4. بوزيداوي محمد، إدارة المعرفة كمدخل لذكاء الاقتصادي في المؤسسة، مجلة البديل الاقتصادي، جامعة تيبازة الجزائر.
5. بوعنيني سميحة، دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية لدى المقاولين في منطقة بشار، Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE، مخبر الدراسات الاقتصادية والتنمية المحلية في الجنوب الغربي المجلد 4، العدد 2،

- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، 2021.
6. جامعة ام البواقي وجامعة محمد الصديق بن يحيي جيجل، الجزائر مارس 2018.
7. جامعة طاهري محمد بشار، الجزائر، 2017.
8. جمعة عبد العزيز، الرغبة المقاولاتية وبعد الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين مدخل استكشافي، المجلد السابع العدد 1، مخبر النقود والمؤسسات المالية في المغرب العربي، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر، افريل 2021.
9. خوالد ابو بكر، بوزرب خير الدين، الذكاء الاقتصادي ودوره في تعزيز تنافسية اقتصاديات والدول قراءة في التجربة اليابانية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 3، العدد 3، جامعة باجي مختار، عنابة الجزائر، سبتمبر 2017.
10. دحماني محمد، اهمية الذكاء الاقتصادي في تحسين ملائمة مناخ الاعمال وجذب الاستثمارات الاجنبية، مجلة الاداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2، كلية العلوم الاقتصادية علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر. 2013.
11. رحيمة شخوم، عبد القادر حفاي، سبل توظيف الذكاء الاقتصادي لتطوير إدارة المخاطر البنكية، مجلة اقتصاد المال والاعمال، مجلد 6، العدد 1، مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حمه لخضر بالواد، الاغواط الجزائر، جوان 2021.
12. رقامي محمد، الذكاء الاقتصادي بين المنافسة والتعاون وتأثيره على تحسين اداء المؤسسات الاقتصادية "دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الاقتصادية جزائرية"، مجلة العلوم الانسانية، العدد 43، جامعة محمد خيضر بسكرة و جامعة عنابة، الجزائر، مارس 2016.

13. زقاوة احمد، خطوات منهجية لتعزيز ثقافة المقاولاتية في البرامج التكوينية الجامعية، مجلد 4 العدد 02، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية، المركز الجامعي غيليزان، الجزائر، ديسمبر 2018.
14. سارة كنزة بوحسان، مبارك بوعشة، الذكاء الاقتصادي كالية لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية دراسة تحليلية لتجربة الفرنسية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، عدد 51، جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري الجزائر 2019.
15. سامية بريعم، حنان بوشلاغم، دور الجامعة في ترسيخ وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، الجزائر، مارس 2018.
16. عبد المومن سي حمدي، علاء الدين يوسف، مساهمة الذكاء الاقتصادي في تعزيز الميزة التنافسية في الاسواق العالمية الصين نموذجا، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد 4، العدد 1، جامعة المسيلة الجزائر، مارس 2019.
17. عواطف عطيل لموالي، مدخل سوسيولوجي حول الثقافة المقاولاتية، العدد 1 مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية والانسانية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية جامعة الشاذلي بن جديد، الطارف الجزائر، جانفي 2019.
18. مجدوب بحوصي، عمار عريس، استراتيجيات الذكاء الاقتصادي للاستدامة المقاولاتية مع الاشارة لحالة الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والاعمال JFBE
19. مصطفى بودرامة، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات، المجلد 15، العدد 1 الجزائر 2018.
20. هواري معراج، فتيحة عبيدي، دار المقاولاتية ودورها في تحفيز الطالب الجامعي لولوج عالم الاعمال "جامعة الجلفة نموذجا" مجلة دراسات العدد الاقتصادي، مجلة دولية محكمة، العدد 25، جامعة الاغواط الجزائر، جانفي 2016.

21. وصال عبد الله حسين، بيدااء ستار لفتة، عناصر الذكاء الاقتصادي للمنظمة ودورها في تحقيق النمو الاقتصادي، مجلة الدراسات المحاسبية والمالية (JAFS)، المجلد 14، العدد 47، جامعة بغداد، 2015 .

ه. المقالات والمنشورات:

1. شرطي نسيمه، نشر التعليم المقاولاتي كمدخل لتعزيز روح وثقافة المقاوله لدى الطلبة الجامعيين والحد من بطالتهم، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة، الجزائر.

2. مولاي علي، المقاولاتية بين الثقافة المقاولاتية واشكالها انشاء المؤسسات معهد العلوم والتقنيات المطبقة، جامعة احمد بن بلة وهران، الجزائر.

ثانيا: المراجع باللغة الاجنبية:

1. saulo barbosa, walter marinho de oliveira, Alain Fayolle et fransico vidal barbosa, perceptions culturelles et intention d'entreprendre : une comparaison entre des étudiants brésiliens et français, revue internationale PME, vol 23, n 02, 2010.

الملاحق

الملحق رقم 01: إستمارة المقابلة



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

استمارة مقابلة

في إطار الإعداد لمذكرة التخرج والتي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير والموسومة بعنوان: "دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية لدى المؤسسات الناشئة"، يسرني أن أقدم إلى حضرتكم بمجموعة من الأسئلة بغرض الإجابة عن إشكالية دراستنا المتمثلة في:

- ما هو دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية بالمؤسسات الناشئة؟

علما بأن إجاباتكم لن تستخدم إلا في إطار هذا العمل العلمي لهذه المذكرة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

-الجنس:

-السن:

-الخبرة المهنية:

-اسم المؤسسة:

-نشاط المؤسسة:

المحور الثاني: الذكاء الاقتصادي

-البعد الأول: اليقظة الإستراتيجية

1-هل تعمل على متابعة كافة المستجدات التكنولوجية فيما يخص المنتجات التي تقدمونها؟

2-كيف تحصلون على المعلومات المتعلقة بالمستجدات التكنولوجية في مجال عملكم؟

3-هل لديكم منافسين في مجال عملكم؟

4-ما هي الوسائل التي تستخدمونها في الحصول على معلومات حول المنافسين؟

5-هل تعملون على جمع المعلومات التسويقية المتعلقة بمنتجاتكم؟

6-ما هي المعلومات التسويقية التي تحرصون على الحصول عليها؟

7-ما هي المعلومات التي تحرصون على الحصول عليها فيما يخص زبائنكم؟

8-هل تقومون بجمع هذه المعلومات بمفردكم أم تقومون بتكليف خبراء في هذا المجال؟

9-ما هي المراحل التي تعتمدون عليها في الوصول إلى المعلومات الدقيقة؟

-البعد الثاني: أمن وحماية المعلومات

1-هل تمتلكون نظام خاص بحماية المعلومات التي تتحصلون عليها؟

2-هل تستخدمون آليات تشفير لمنع اختراق أنظمة المعلومات الخاصة بكم؟

3-هل تعملون على إبرام عقود عمل مع مؤسسات أمنية معلوماتية؟

4-ما هي الوسائل التي تستخدمونها لحماية سمعتكم وصورتكم أمام مختلف المتعاملين؟

5-هل تسعون لحماية إرثكم المعلوماتي من خلال العمل على الحصول على حقوق الملكية

الفكرية؟

-البعد الثالث: التأثير في المحيط

- 1-هل تعملون على وضع المعلومات المتعلقة بخدماتكم ومنتجاتكم في شبكات خارج إطار العمل؟
- 2-إذا كان كذلك ما هي هذه الشبكات؟
- 3-كيف يتم استخدام المعلومات المتحصل عليها في التأثير على المنافسين؟
- 4-هل تعملون على تغيير أساليب العمل واستخدام تقنيات جديدة بهدف التخفيف من المنافسة؟
- 5-إذا كان كذلك فيما تتمثل هذه التقنيات؟
- 6-كيف تعملون على التأثير على البيئة الخارجية لصالحكم؟ (التركيز على الموردين والزبائن)
- 7-هل تصرح عن كل المعلومات المتعلقة بنشاطكم بكل صداقية؟
- 8-من وجهة نظركم هل ترون أن هناك تميز في نشاطكم؟

المحور الثاني: الثقافة المقاوالاتية

- 1-هل تؤمنون بقدراتكم الذاتية على نجاح مشاريعكم؟
- 2-ما هي أهدافكم المستقبلية وكيف يتم التخطيط بغرض تحقيقها؟
- 3-كيف تعملون على تنمية الروح القيادية في ممارسة أعمالكم؟
- 4-هل صادفتكم مشكلات في مجال عملكم وكيف يتم العمل على حل هذه المشكلات؟
- 5-هل تمتلكون القدرة على اتخاذ القرار وعلى أي أساس تعتمدون في ذلك؟
- 6-هل تعملون على البحث عن الأفكار الإبداعية والعمل على تجسيدها؟
- 7-هل تتحملون المخاطر الناتجة من تجسيد هذه الأفكار الإبداعية؟
- 8-هل تقومون بالمشاركة في دورات تدريبية حول المقاوالاتية؟ أذكر البعض منها؟
- 9-هل تهتمون بوضع الشراكة أو التنويع في المشاريع؟
- 10-هل تحاولون معرفة كيفية استغلال الفرص المتاحة في السوق؟

المحور الثالث: الذكاء الاقتصادي وعلاقته بالثقافة المقاولاتية

- 1- هل ترون أن ممارسة اليقظة الاستراتيجية تلعب دور في دعم الثقافة المقاولاتية؟
- 2- كيف تعمل اليقظة الإستراتيجية على دعم الثقافة المقاولاتية؟
- 3- هل ترون أن أمن وحماية المعلومات له دور كبير في نجاح المؤسسات الناشئة خاصة تلك التي تعتمد على قواعد البيانات والمعلومات في نشاطها الأساسي؟
- 4- هل ترون بأن أمن وحماية المعلومات كاف لدعم الثقافة المقاولاتية؟
- 5- كيف يمكن لأمن وحماية المعلومات من أن يدعم الثقافة المقاولاتية؟
- 6- هل ترون بأن تأثير المؤسسات الناشئة على محيطها الاقتصادي قد ينجر عنه رواجاً للثقافة المقاولاتية؟
- 7- كيف يمكن لتأثير المؤسسات الناشئة على محيطها الاقتصادي أن يدعم الثقافة المقاولاتية؟

الملحق رقم 02: الإستمارات



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - Msila

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم:



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - Msila

رقم:/.....
المسيلة في:

إلى السيد: مدير جامعة الأعمال
بجامعة المسيلة

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء الترخيص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...
في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة الأعمال
فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء ترخيصهم الميداني بمؤسساتكم.
تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و.ر.س	الإمضاء
01	بوعافية دينا	171735094048	107413013	<u>Douma</u>
02	باهي فضيلة	171735103724	200358771	<u>Jouf</u>

عنوان المذكرة: دور الذكاء الاصطناعي في دعم الثقافة المعكولة

المشرف (الاسم و اللقب و الإمضاء)	هيئة الترخيص (الإمضاء والختم)	رئيس القسم (الإمضاء والختم)
<u>أولوي هديرة</u>		

http://virtuelcampus.univ-msila.dz/facsegc
https://www.facebook.com/Vice-Doyen-CEQLE-SEGC-Msila-475721049530765

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
ص ب: 166 المسيلة 28000. الجزائر. : 035 -33-33-035

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion



معة محمد بوضياف بالمسيلة
ة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Département:

م:

تصريح شرقي

بالالتزام بمعايير الأمانة و النزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

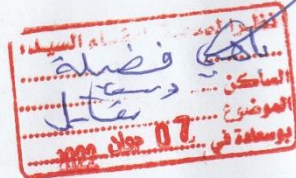
الطالب (ة) * **بها هي خديجة** المولود(ة) بتاريخ: **1994/01/10** بـ **بوسعادة**
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: **200358441** الصادرة بتاريخ: **2016-04-05** عن: **دارتة بوسعادة**
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبية: **علوم التسيير** تخصص: **إدارة أعمال** خلال السنة الجامعية: **2020**
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان * **دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولانية**

أصرح بشرقي أنني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة و النزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: **2021/06/05**

التوقيع و البصمة

.....
.....



عز رئيس المجلس الشعبي البلدي
ويستلمون من
العون الفسوف
امضاء: سدي عبد الحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion



معة محمد بوضياف بالمسيلة
ة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Département:

م:

تصريح شرقي

بالالتزام بمعايير الأمانة و النزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي أسقله:

الطالب (ة) * : بوعائنة دينا المولود(ة) بتاريخ: 1999/09/18 ب: مرحوم
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أ.ر.س.) رقم: 41313 الصادرة بتاريخ: 2022.01.27 عن: أولاد عبد القادر مسيلة
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبية: علوم التسيير تخصص: إدارة أعمال خلال السنة الجامعية: 2021-2022
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: تسويق المذكرات الإلكترونية كإستراتيجية تسويقية

أصرح بشرقي أي إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2022/06/13

التوقيع و البصمة

الملخص:

هدفت الدراسة إلى إبراز دور الذكاء الاقتصادي في دعم الثقافة المقاولاتية بالمؤسسات الناشئة، من خلال دراسة أبعاد الذكاء الاقتصادي اليقظة الاستراتيجية، امن وحماية المعلومات، التأثير في المحيط على الثقافة المقاولاتية. تم إجراء دراسة حالة على مجموعة من المؤسسات الناشئة لدى حاضنة الاعمال بجامعة المسيلة، وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة الميدانية على المقابلة كأداة في جمع المعلومات والإجابة على إشكالية وفرضيات هذه الدراسة. أهم نتائج الدراسة هي أن المؤسسات الناشئة تهتم بأبعاد الذكاء الاقتصادي بمستويات مختلفة بالإضافة إلى ذلك أظهرت هذه الدراسة وجود دور لأبعاد الذكاء الاقتصادي على الثقافة المقاولاتية .

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقتصادي، الثقافة المقاولاتية.

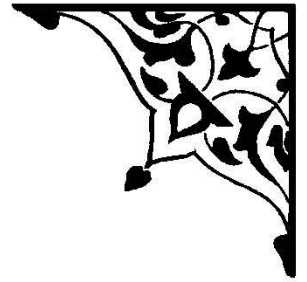
Abstract:

The study aimed to highlight the role of economic intelligence in supporting the entrepreneurial culture in emerging institutions, by studying the dimensions of economic intelligence, strategic vigilance, information security and protection, and the influence in the environment on the entrepreneurial culture.

A case study was conducted on a group of emerging institutions at the Business Incubator at the University of M'sila. In this field study, the interview was relied on as a tool in collecting information and answering the problem and hypotheses of this study.

The most important results of the study are that emerging institutions are interested in the dimensions of economic intelligence at different levels. In addition, this study showed the existence of a role for the dimensions of economic intelligence on the entrepreneurial culture.

Keywords: economic intelligence, entrepreneurial culture.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ