اليقظة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة:
بين مفهوم تحديد الفرصة واليقظة الاستراتيجية.

Between the concept Entrepreneurial vigilance for startups: of identifying opportunity and strategic vigilance

ليلى بن عيسى ، جامعة محمد خيضر–بسكرة–، Leila.benaissa@univ-biskra.dz
سولاف رحال،جامعة محمد خيضر–بسكرة– soulef.rahal@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2021/03/22 تاريخ القبول: 2021/05/10 تاريخ النشر:2021/09/30

ملخص: تهدف هذه الدراسة لتسليط الضوء على مفهوم اليقظة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة ،بالتركيز على طبيعة العلاقة بين هاته الأخيرة ومفهومي الفرصة واليقظة الإستراتيجية، ومن بين أبرز نتائج الدراسة هو أن اليقظة المقاولاتية تمثل سيرورة متواصلة في نشاط منشئ الشركة الناشئة، فهي ذات أهمية في بلورة الفكرة وتحديد الفرصة، وهو ما يتطلب دراسة وتحليل بيئة المشروع وفقا لأهم معالم اليقظة الإستراتيجية التي تمثل الإطار العام لأبعاد اليقظة المقاولاتية، إلا أن خصوصيات السياق المقاولاتي تفرض هيكلة مختلفة ضمنيا للمفهوم.

الكلمات المفتاحية : يقظة مقاولاتية ؛ مؤسسة ناشئة ؛تحديد الفرصة ؛ يقظة إستراتيجية.

تصنيف *JEL: M13، L26*

Abstract: This study aims at highlighting the concept of entrepreneurial vigilance for Start-up, by focusing on the nature of the relationship between this kind of enterprise and the concepts of opportunity and strategic vigilance. Among the most important results of the study is that the entrepreneurial vigilance represents a continuous process in the activity of the startup creator, as it is important in creating the idea and determining the opportunity, which requires studying and analyzing the project environment according to strategic vigilance features that represent the general framework in drawing the dimensions of the entrepreneurial vigilance.

keyword: entrepreneurial vigilance.; startups; opportunity identification; strategic vigilance;

JEL classification code : *M13:، L26*

المؤلف المرسل: ليلى بن عيسى. Leila.benaissa@univ-biskra.dz

1. مقدمة

لقد أدت التطورات التكنولوجية والإبتكار إلى بروز مفاهيم جديدة على مستوى واقع إنشاء المؤسسات وتسييرها، ولعل من بين أبرز هذه التغييرات والتطورات هو ظهور مفهوم المؤسسات الناشئة ،الذي يعتبر ميدانا خصبا للدراسة والتحليل على مختلف الأصعدة، ويظهر جليا الإهتمام الذي توليه معظم الدول لهذا النوع من المؤسسات نظرا لما له من أهمية وتأثير على تحقيق قيمة اقتصادية كبيرة، حيث يؤكد الباحثين في هذا السياق،على أن المؤسسات الناشئة هي أكثر تأهيلا واحتمالية للبقاء والاستمرار في السوق، إلا أن هذا بطبيعة الحال يعتمد على توفر مجموعة من الشروط والخصائص، التي تعتبر ضرورية لأي مؤسسة إلا أنها في سياق المؤسسات الناشئة لها نوع من الخصوصية يفرضها الإطار الخاص لقيام واستمرار هاته الأخيرة.

على غرار المؤسسات القائمة ،يتطلب إنشاء مؤسسة ناشئة توافر مجموعة من الأطر العلمية والعملية التي تساعد على تجسيد فكرة المشروع ونجاحه،ولعل من بين أبرز المفاهيم التي لازالت تمثل ميدانا خصبا للدراسة والتحليل هو مفهوم اليقظة المقاولاتية، التي يمثل محورا ديناميكيا في سيرورة الإنشاء من بلورة الفكرة إلى تجسيدها من خلال استثمار الفرص المقاولاتية .

1.1 الإشكالية:

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية التطرق إلى مفهوم اليقظة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة، وذلك من خلال الربط بين خصوصية السياق المقاولاتي ومفهوم الفرصة، ومرجعية مفهوم اليقظة (اليقظة الإستراتيجية) منطلقين في ذلك من التساؤل الرئيس التالي:

ما مفهوم اليقظة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة من منظور الفرصة واليقظة الإستراتيجية؟

لهذا الغرض وبهدف عرض هاته الأهمية وفقا لتسلسل فكري ممنهج ،أدرجنا مجموعة من التساؤلات الفرعية التي مثلت أساس تسلسل هذا العرض ،والتي تظهر على النحو التالي:

- ماهو مفهوم المؤسسات الناشئة وما هي خصوصيتها ؟
- ما المقصود بالفرصة المقاولاتية وما علاقتها بمفهوم اليقظة في سياق المؤسسات الناشئة؟
- ما هي أبعاد اليقظة المقاولاتية للمؤسسة الناشئة؟

2.1 أهداف الدراسة :

يمكن أن نلخص أهداف الدراسة في الآتي :

- التطرق إلى أحد أهم معالم إنشاء المؤسسات في السياق المقاولاتي ويتعلق الأمر بالمؤسسات الناشئة التي أضحت حديث الساعة على الصعيد الوطني.
- توضيح خصوصية اليقظة المقاولاتية في سيرورة إنشاء المؤسسة الناشئة.
- محاولة التطرق لتموضع مفهوم اليقظة المقاولاتية كخاصية في السياق المقاولاتي وبين أبعادها مقارنة باليقظة الإستراتيجية التي تمثل عامل رئيس في استدامة المؤسسات.

3.1 منهج البحث:

على اعتبار أن المنهج يعد المحدد الأكثر أهمية في بلورة البحث، وتحديد جوانبه المختلفة وتحديد الكيفية التي سيتم من خلالها دراسة عناصره الأساسية، فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي كونه يرتكز على الوصف الدقيق والتفصيلي لموضوع البحث، ويهدف إلى جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الموضوع فضلا عن دراسة وتحليل ما تم جمعه من أفكار ومعلومات. وُظّفت في تغطية البيانات المطلوبة لتنفيذ هذه الورقة ذات الطابع النظري التي استعنا فيها بما تيسر من مراجع علمية (كتب، ملتقيات، مقالات) ذات الصلة بموضوع الدراسة.

2. المؤسسات الناشئة: إطار نظري

يعتبر مصطلح المؤسسات الناشئة من المصطلحات الفتية في عالم الأعمال، وقد قدمت له العديد من التعاريف التي لا تتعارض في أسس وأبجديات المضمون .

1.2. مفهوم المؤسسات الناشئة:

لغويا يتكون مصطلح المؤسسات الناشئة Start-Up من قسمين: كلمة Start والتي تعني الإنطلاق،وكلمة Up وهي كلمة تستخدم في العديد من المصطلحات المركبة والتي تعني عموما النمو أو العُلو .

وقبل التطرق للتعاريف الأكاديمية وتعاريف الباحثين، نذكر أن مفهوم المؤسسة الناشئة اصطلاحا تم تناوله بمضمون متشابه كثيرا في مختلف القواميس العالمية. غير أن هاته التعاريف لم تلم بجميع الجوانب التي يقوم عليها المفهوم وهو ما سنحاول توضيحه فيما يلي:

- يعرف القاموس الإنجليزي cambridge Dictionary المؤسسة الناشئة على أنها:"مشروع/ شركة صغيرة بدأت للتو"(Cambridge Dictionary)

القصور في هذا التعريف هو تعريف المؤسسة الناشئة وفقا لخاصية الحداثة أو الجدية فقط ،إذ اعتبر أن أي عمل تجاري جديد يعتبر مؤسسة ناشئة ، بغض النظر عن طبيعته وقابليته للنمو والتوسع .

- كما عرف القاموس الفرنسي la rousse وقاموس le Robert المؤسسة الناشئة على انها "المؤسسات الشابة المبتكِرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة (Le Robert.dico en ligne)

اقتصر هذا التعريف في حصر مفهوم الشركات الناشئة في المشاريع التي تعتمد على التكنولوجيا والتقنية بصورة محددة، وبالرغم من إدراج التعريف لخاصية أخرى أساسية في مفهوم المؤسسات الناشئة والمتمثلة في الإبتكار إلا أنه يبقى يشوبه نوع من النقص من خلال تركيزه على التقنية فقط في المشاريع المقاولاتية المصنفة ضمن إطار المؤسسات الناشئة ، وإهماله لباقي المشاريع التي لا تعتمد كليا على التكنولوجيا والتقنية.

- حسب ويكيبيديا المؤسسة الناشئة startup company هي شركة ذات تاريخ تشغيلي قصير. وهذه الشركات، والتي غالبًا ما تكون حديثة الإنشاء، وتكون في طور النمو والبحث عن الأسواق وهو التعريف القانوني المعمول به في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا .

على غرار المفاهيم المتناولة من قبل الباحثين في مختلف الحقول العلمية ،لم يصل الباحثون لمفهوم موحد للمؤسسات الناشئة، ونذكر هنا انه كان هناك بعض التباين في التعاريف التي قدمت لها، لا سيما بعد ظهور ما يعرف بشركات الدوت كوم.

- تعريف ستيف بلانك Steve Blank : يعرف رائد الأعمال الشهير ستيف بلانك المؤسسة الناشئة على أنها« منظمة مؤقته مصممة للبحث عن نموذج أعمال قابل للتكرار وقابل للتطوير"(Géméto, janvier 2019, p. 10)

يعتبر تعريف ستيف بلانك من بين التعاريف التي صنفها المختصون بأنها الأكثر دلالة، والأكثر شمولية ،كما أنه يعتبر التعريف الأكثر اعتمادية عند المستثمرين ورواد الأعمال، والذي بنيت عليه مجموعة أخرى من التعاريف التي قدمت للمؤسسات الناشئة.

– تعريف Eric Ries: "الشركة ناشئة هي مؤسسة بشرية مصممة لإنشاء منتجات وخدمات جديدة في ظل مخاطر متراكمة وبعيدا عن اليقين"(Ries, 2018, p. 4)

من خلال ما تقدم يمكننا القول أن المؤسسة الناشئة هي شركة في المراحل الأولى من تطورها، تظهر لطرح منتج/خدمة جديد(ة) في السوق، وذلك في ظل درجة عالية من المخاطرة وظروف عدم التأكد ، ويميزها معدل النمو المرتفع للأرباح في حالة نجاح المشروع، كما يمكن أن تخرج من السوق في فترة وجيزة في حالة الإخفاق والفشل، كما أنها يمكن أن تتميز باعتمادها على التكنولوجيا الحديثة التي تمثل ميزة أساسية تحكم نشاط المؤسسات المعاصرة.

2.2 خصائص المؤسسات الناشئة:

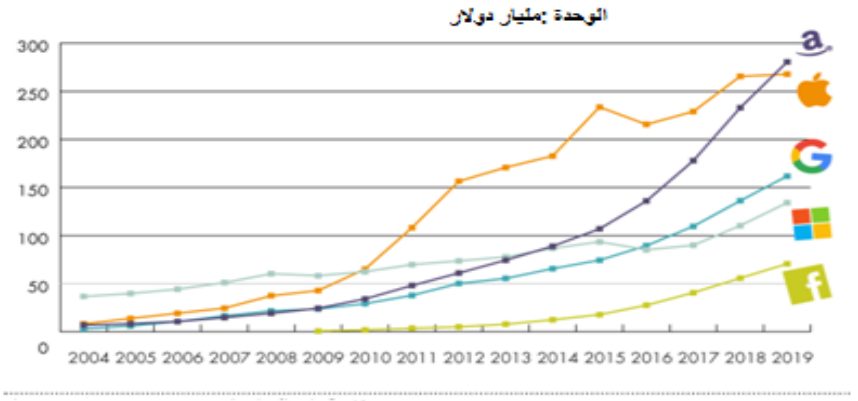
لا نجد في الأدبيات المختصة تفصيلا دقيقا لخصائص المؤسسات الناشئة، إلا أن معظم الباحثين يهتمون بذكر بعض الجوانب في هذا السياق ،سنحاول من خلال ما يأتي التطرق لأبرزها:

- **شركات حديثة النشأة:** وهذه الخاصية لا يمكن حصرها في الحداثة وإنما في نوع المؤسسة التي يجب أن تتميز بحداثتها في السوق من منظور ما ستقدمه من قيمة مضافة تسد بها فجوة سوقية معينة.
- **تواجه درجة عالية من اللايقين :**أمامها خياران إما التوسع والنمو أو التدهور والإضمحلال وإن كانت هذه الخاصية تبدو عامة وقابلة للتطبيق على كل المؤسسات إلا أنها في المؤسسات الناشئة تعتبر خاصية جد مؤثرة في تفسير قيام ونمو هذا النوع من المؤسسات ، أي أنه يمكنها النمو وتوليد الإيراد أسرع بكثير من بنية التكاليف فيها. وهذا يعني أن الشركات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس، هي شركات قادرة على توليد أرباح كبيرة جداً في فترة وجيزة ،كما أنه يمكن أن تخرج من السوق بسرعة خيالية .
- **ارتباطها بالتكنولوجيا الحديثة** : وإن كان هناك من المختصين من يقر بعدم ضرورة توفر هاته الخاصية ، إلا أننا لا نستطيع أن ننكر أهمية التكنولوجيا في تفسير أحد أهم أبعاد المؤسسة الناشئة ،حيث نجد أن معظم المؤسسات الناشئة عالميا إنما كان نجاحها وتركيبتها مبنيا على التكنولوجيا والإبتكار الذي يوفره هذا المجال وهو حال أغلب مؤسسات السيليكون فالي "silicon valley . وفي سياق حديثنا عن الثورة التكنولوجية

وأثرها في ظهور وتطور المؤسسات الناشئة نذكر هنا التطور الهائل للممارسة المقاولاتية وظهور المؤسسات الناشئة التي تعرف اليوم بمجموعة GAFAMs والتي تمثل اختصار لأسماء الشركات المكونة لهذا المصطلح وهي (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) .

- **تنشأ بتكاليف منخفضة:** تتميز الشركات الناشئة بأن لها تكاليف صغيرة جداً بالمقارنة مع الأرباح التي يتم الحصول عليها، ومن المعتاد أن تنمو بشكل مفاجئ. وكمثال على ذلك نجد الشركات: أمازون، Apple، جوجل أو ميكروسوفت بدأت بتكاليف بسيطة لكنها اليوم تحطم أرقاما قياسية في رقم الأعمال والأرباح وعليه يمكن القول أن أهم عامل في نشاط الشركات الناشئة هي المحافظة على تكاليف منخفضة للحصول على المزايا بطريقة سريعة .ففي هذا السياق واستكمالا للمثال السابق نورد فيما يلي تطور رقم الأعمال لمجموعة GAFAMs

الشكل رقم 01: تطور رقم الأعمال لمجموعة GAFAM



Source : https://www.lafinancepourtous.com/decryptages

- **استمرارية الإبتكار:** يبحث الكثير من المقاولين في سياق المؤسسات الناشئة عن ذلك الابتكار المعجزة، لكن هذا غير كافي فاستمرارية نمو المؤسسة في الأجل الطويل قائمة على شرط أساسي آخر هو استمرارية البحث واكتشاف الفرص الجديدة في السوق،واستغلال الإبداع والمواهب على جميع مستويات المنظمة.

- **المؤسسة الناشئة هي وحدة عمل مميزة:** يقوم نجاح المؤسسات الناشئة على تجديد الإبتكار والذي بدوره يتطلب العمل ضمن مجموعة فرق تنشط داخل هاته المؤسسات وتشكل كيانا ذا أهمية في بلورة دورات الإبتكار لتحديد مصادر جديدة للنمو القائم على نشاط هاته الفرق . (Ries, 2018, p. 8).

3. اليقظة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة:

بالنسبة لمنشئ المؤسسة الناشئة، تعد اليقظة أمرا ضروريًا أكثر منه في المؤسسات القائمة، ولكنه يأخذ جوانب محددة، وأبعاد متباينة سواء عند التحضير لإنشاء مؤسسته أو بعد إنشائها ودخولها للسوق.

ونذكر هنا أن فكرة تأسيس المؤسسة الناشئة تنطلق من مجموعة من الفرضيات يتطلب تحليلها،اختبارها والتحقق من صلاحيتها ونجاحها اعتماد اليقظة المقاولاتية لإدراك فعالية الفرصة المقاولاتية من عدمها. .(UZAN, 2020).

من خلال ماتقدم نلاحظ ان اليقظة هي ضرورة في النشاط المقاولاتي عموما والمؤسسات الناشئة خصوصا ،من خلال دورها في تحديد فرصة النشاط واستمراريته،وسنحاول فيما يلي توضيح *العلاقة* بين اليقظة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة ومفهومي الفرصة واليقظة الإستراتيجية.

1.3 اليقظة المقاولاتية ومفهوم الفرصة:

على غرار المؤسسات القائمة، يبحث المقاول عن معلومات تساعده على التنبؤ بالتغيرات التي تحصل في محيطه بهدف خلق واكتشاف الفرصة المقاولاتية، ومن ثم إنشاء مؤسسته ،وفي هذا السياق نذكر أن *تحديد الفرص* identification d'opportunité (IO) يعتبر مجالًا جديدًا مهمًا للغاية للبحث في المقاولاتية من قبل عدد قليل من الباحثين الرائدين وذلك في أوائل الثمانينات، وسرعان ما تم التعرف على IO كظاهرة أساسية لفهم المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الناشئة.

وقد قدمت العديد من التعاريف لمصطلح الفرصة، لكن أغلبها استخداما هو تعريف SHumpeter(شومبيتر)(1974) الذي يرى:" أن الفرص المقاولاتية هي تلك التركيبة التي تسمح بخلق منتج جديد،طريقة جديدة للإنتاج،اكتشاف أسواق جديدة، إيجاد مصادر جديدة

للإمداد، وعموما اكتشاف شكل جديد للمنظمة الصناعية " (Aguili & Boujelbene, 2016, p. 03).

وعليه فإن الفرصة المقاولاتية هي ذلك المجال الذي يتمتع فيه المشروع بميزة تنافسية في الأسواق تميزه عن باقي المنافسين. أو بمعنى آخر هي ثغرة/فجوة في السوق المراد خدمته، يراها المقاول الذي يرغب في إنشاء مشروع ناشئ، ويتأكد من وجودها ويحلل كيفية الإستفادة منها،وهو ما يتطلب جمع معلومات تفصيلية عنها.

من منظور اقتصادي، فإن الفرصة المقاولاتية هي خلل في السوق أو عدم توازن اقتصادي يمكن استغلاله من خلال إعادة السوق إلى حالة التوازن (Kirzner، 1973؛ 1979). يؤكد Kirzner (1973) أن الفرص (الاختلالات) موجودة بسبب جهل الجهات الفاعلة في السوق والمقاولون هم هؤلاء الأفراد النادرون الذين سيستفيدون من إخفاقات السوق هذه، من خلال التعرف على أشياء لن يفعلها الآخرون. هذا يعني أن الفرص موجودة، ولكن الأفراد الذين يتمتعون بما يسميه Kirzner "اليقظة" هم فقط الذين يمتلكون قدرة التعرف عليها.

يعتبر Kirzner (1979) أن تحديد الفرصة حدثًا يعتمد على "اليقظة المقاولاتية" التي يعرّفها من هذا المنظور على أنها: "القدرة على تحديد الفرص التي تم تجاهلها ولم تتم بعد عملية اكتشافها والتي تتطلب بحثا وتحليلا".(CHELLY, 2003, p. 07)

ومن هذا المنطلق ووفقًا لـ Kirzner ، فإن اليقظة المقاولاتية هي التي تسمح للمقاولين المحتملين بتحديد الفرص وهي سمة فردية لهم.

2.3 اليقظة المقاولاتية واليقظة الإستراتيجية

تتطلب اليقظة المقاولاتية البحث في إمكانية تقليص الأخطار واكتشاف التهديدات وكذا عوامل نجاح المشروع، لاسيما في المؤسسة الناشئة التي من بين أبرز خصائصها ارتفاع درجة لايقين البيئة، لذا فتحليل المنشئ لبيئته الخارجية العامة بواسطة اليقظة المقاولاتية هو أمر ضروري.

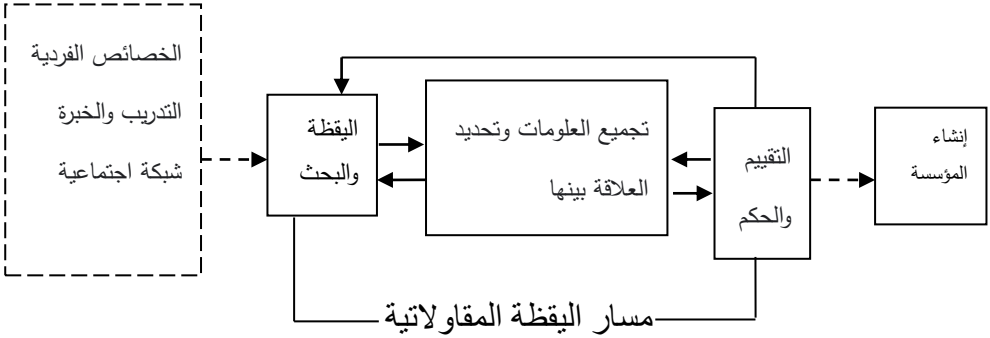
فإذا كان مفهوم *اليقظة الإستراتيجية* هو البحث عن المعلومة عن طريق يقظة ثابتة ومراقبة دائمة للبيئة وهذا لأهداف إستراتيجية، حيث عرفت اليقظة الإستراتيجية بأنها: "جهاز الإعلام الذي تقوم المؤسسة من خلاله باكتشاف ومعالجة التهديدات التي قد تؤثر سلبا على إستمراريتها، وهذا من خلال تمكين المؤسسة من الحد من عدم اليقين الناجم أساسا عن التغير

المتسارع في بيئتها الاجتماعية، الاقتصادية والتكنولوجية". (LESCA & SCHULER, 1998, p. 160) . فإن مفهوم اليقظة المقاولاتية لا يختلف عنه كثيرا وإنما يفصل بينهما السياق الذي يعرف فيه كل مصطلح ، فبالنسبة لليقظة المقاولاتية هي مرتبطة–كما سبق الذكر– أكثر شيء بالبحث وإكتشاف الفرصة المقاولاتية، وبخصائص المقاول

وقد عرفت اليقظة المقاولاتية من هذا المنظور بأنها :"العلاقة بين المقاول وبيئته العملية،وهي نظام مراقبة هذه البيئة والذي ينشؤه المقاول لتوقع التغيرات والقدرة على الإستجابة للفرص أو التهديدات التي تواجه مشروعه.(UZAN, 2020)

مجمل التعاريف التي قدمت لليقظة ربطت هذه الأخيرة بالمحيط المتسم باللايقين ولعل هاته الخاصية هي أكثر وجودا في محيط المؤسسات الناشئة ، وعليه من الأهمية بمكان أن يولي مؤسس المؤسسة الناشئة أهمية لهذا المحور الذي –كما سبق الذكر – له خصوصيته في السياق المقاولاتي. فمفهوم اليقظة هنا يمثل مسارا مبني على تكريس اليقظة لتحليل البيئة واكتشاف الفرص، وكذا استمرارية التحليل والإهتمام بالبيئة بعد قيام المشروع،وهو ما يوضحه الشكل:

الشكل رقم 02: نمذجة اليقظة المقاولاتية حسب Tang et al2012



المصدر:(Guiliani, 2016, p. 48)

نموذج اليقظة المقاولاتية الذي اقترحه(Tang et al2012) يفترض أنه بمجرد قيام المقاول بتحليلاته وأبحاثه حول البيئة،وتجميعه للمعلومات التي تم جمعها، يمكنه بعد ذلك تقييم ما إذا كانت المعلومات المتحصل عليها تتفق مع فرضياته ونموذج الفرصة المقاولاتية التي تم تحديده . (Guiliani, 2016, p. 48)

4. أبعاد اليقظة المقاولاتية للمؤسسات الناشئة:

عموما لخص الباحثون أهم أبعاد اليقظة المقاولاتية في :

الشكل رقم 03: مكونات اليقظة المقاولاتية

source : https://outilspourdiriger.fr/la-veille-entrepreneuriale.

من خلال الشكل يظهر جليا أن مقومات اليقظة المقاولاتية لا تختلف كثيرا عن مكونات اليقظة الإستراتيجية ،فهاته الأخيرة تبقى مصدر الدراسة والتحليل وتكييف المعلومة ،غير أنها في السياق المقاولاتي تأخذ بعض الخصوصية التي تظهر في مضمون كل بعد وذلك على النحو التالي:

1.4 ***اليقظة التجارية:*** وهي النشاط الذي يدرس من خلاله المقاول(دراسة توقعات وتطلعات الفاعلين في السوق المراد الولوج إليه،والبحث في كيفية تحديد الفرصة القائمة على العديد من المعايير من بينها دراسة وتحليل الممارسات التجارية،يشير المختصون هنا أنه عموما فإن أفضل مصدر لرصد المعلومة هو التعاون أو ما يعرف بالذكاء الجماعي. وقد عُرّف الذكاء الجماعي للمقاولاتية على أنها العملية التطوعية والجماعية (وربما نتيجة هذه العملية) للإدراك والعمل المشترك من قبل مجموعة من المقاولين للوصول معًا إلى وضع معقد أو معرفة غنية يمكنهم تحقيقها. لا يمكن أن ينجح بشكل فردي. بعبارة أخرى، يعد عنصرا هاما من أجل مساعدة منشئي المؤسسات على إنشاء معنى استراتيجي لتحقيق أو استدامة مشروع نشاط

قائم على الإرادة المشتركة للقيام سويا باختبار العرض وضبطه" (Lafaye & Berger-Douce, 2012, p. 17)، في حالة عدم وجود مثل هذا المورد، ينبغي لمنشئ المؤسسة الناشئة أن يبحث في مصادر المعلومات التي تجمع آراء العملاء للمنتجات المنافسة، أو استكشاف مقارنات المنتجات، أو التشاور مع الخبراء أوالقيام باستطلاعات .

2.4 ***اليقظة التكنولوجية:*** تتعلق بتحديد درجة الابتكار التي تفرضها التكنولوجيا الأساسية التي يعبؤها المشروع، وبالتالي تحديد في أي مرحلة من دورة حياة تبني التكنولوجيا يقع المشروع وبالتالي ما هي مجالات الاحتمالات التي يجب دراستها وتحليلها في هذا الإطار. كما يفترض به التنبؤ بالتطورات المستقبلية في هذه التكنولوجيا ومخاطر ظهور التقنيات القابلة للاستبدال.

3.4 ***اليقظة التنافسية:*** يتم من خلالها تحديد وتوقع المنافسة التي سيتعين على الشركة الناشئة مواجهتها: تحديد نقاط القوة والضعف في العروض المنافسة على المستويات الثلاثة التالية: "تجربة العميل" ؛ تحديد طرق الترويج والتسويق ؛ توقع ردود الفعل على العرض الجديد.وبطبيعة الحال، وعلى غرار باقي أنواع اليقظة المقاولاتية يتم تسهيل هذه المرحلة إذا تم اعتماد الذكاء الجماعي ؛ خلاف ذلك من الضروري متابعة جميع المصادر التي تقدم معلومات عن المنافسين المستهدفين كالصحافة والشبكات الاجتماعية والرسائل الإخبارية المتخصصة على الويب.

4.4 ***اليقظة البيئية:*** وتضم، الأحكام التنظيمية بجميع أنواعها، الوضع الاجتماعي، الوضع الاقتصادي، السياسات الاقتصادية المعلنة، كل هذه العوامل وغيرها يجب أن يؤخذ في الاعتبار أثناء الإعداد وإطلاق المشروع لأن التغييرات المجتمعية المتوقعة هي الحاسمة للنجاح.

5. خاتمة:

تمثل اليقظة المقاولاتية بمفهومها الموسع الإطار العام الذي يدعم عملية ظهور المؤسسة الناشئة وولوجها للسوق، كما أنها مطلب أساسي تقوم عليه عملية تحديد الفرصة المقاولاتية وتحليلها في مختلف الجوانب المهمة في ظهور المؤسسة الناشئة، وبناءا على ماتقدم يمكننا تلخيص مجموعة من الإستنتاجات، وذلك على النحو التالي:

- يخضع تحديد مفهوم المؤسسة الناشئة إلى العديد من الإعتبارات مما جعل تعريفها القانوني يختلف من دولة لأخرى.
- يعتبر تحديد ودراسة الفرصة المقاولاتية أول مرحلة من مراحل إنشاء المشروع المقاولاتي، بما في ذلك المؤسسة الناشئة.
- تمثل اليقظة المقاولاتية سيرورة متواصلة في نشاط المقاول، فلها أهمية قبل إطلاق المشروع، كما أن هاته الأهمية لا تقل مكانة بعد بلورة الفكرة وتحديد الفرصة لانطلاق المشروع.
- لا يمكن فصل مفهوم اليقظة المقاولاتية جذريا عن مفهوم اليقظة الإستراتيجية، فهاته الأخيرة متجذرة في معظم أبعاد اليقظة المقاولاتية وإنما خصوصيات السياق المقاولاتي تفرض هيكلة جديدة للمفهوم.

بناءا على مختلف هاته الإستنتاجات حاولنا رصد مجموعة من *التوصيات* نراها ضرورية ليأخذها منشئ Start-Up بعين الإعتبار في رسمه لخطة تكريس مشروعه:

- الإهتمام بتحديد الفرصة المقاولاتية من خلال دراسة فعالة للسوق ومتطلباته.
- الإهتمام بالإبتكار والتوظيف الفعال للتكنولوجيات الحديثة .
- العمل ضمن آلية الفريق أو ما يعرف بالذكاء الجماعي للإستفادة من تنوع واختلاف الآراء واختيار أفضل القرارات التي تخدم المشروع.

6. قائمة المراجع

Aguili, T., & Boujelbene, Y. (2016). L'opportunité entrepreneuriale:est-elle objective ou subjective?Approche processuelle. *XXVe Conférence Internationale de Management Stratégique*, (pp. 1-14). Hammamet,TUNISIE: AIMS.

Cambridge Dictionary. (s.d.). Consulté le 11 15, 2020, sur dictionary.cambridge.org: https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/start-up

CHELLY, A. (2003). L'intelligence économique au service de L'identification d'opportunités entrepreneuriales. *XIIème Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique*. Les Côtes de Carthage,TUNISIE: AIMS.

Géméto, M. (janvier 2019). *Comment «l'excubation» peut devenir un nouveau mode de management de l'innovation dans les grandes entreprises ?* . université PAUL-VALLERY MONPELLIER III: THese pour obtenir le deplome d'université de docteur en administration des affaires(DBA).

Guiliani, F. (2016). LA VIGILANCE ENTREPRENEURIALE : LES ANTECEDENTS LIES AU SOMMEIL DU DIRIGEANT DE PME. *these de doctorat,en science de gestion et management,université de Monpelier,France* .

Lafaye, C., & Berger-Douce, S. (2012). veille strategique en petit entreprise :proposition de la notion d'intelligence collective entrepreneuriale. *Revue de l'Entrepreneuriat* , pp. 11-30.

Le Robert.dico en ligne. (s.d.). Consulté le 11 28, 2020, sur dictionnaire.le robert.com: dictionnaire.le robert.com/ definition/start-up

LESCA, H., & SCHULER, M. (1998). Veille stratégique : comment ne pas être noyé sous les informations. *Economies et Societés,Sciences de gestion* , pp. 159-177.

Ries, E. (2018). *Devenir une entreprise moderne en adoptantle managemententrepreneurial*. France: Pearson.

UZAN, A. (2020, 03 30). *Outils pour dériger*. Consulté le 01 06, 2021, sur https://outilspourdiriger.fr/: https://outilspourdiriger.fr/la-veille-entrepreneuriale/