



جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الاجتماعية



ثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية بجامعة الشهيد حمه لخضر - طلبة جامعة الوادي نموذجا -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص تنظيم وعمل

إشراف الأستاذ (الدكتور):

- سالم يعقوب

إعداد الطلبة:

- صهيب باي

- ياسين بن عماره

الأستاذ	الرتبة	الصفة	المؤسسة
يوسف بالنور	أستاذ محاضر أ	ممتحنا	جامعة حمه لخضر - الوادي -
مرابط شوقي	أستاذ محاضر أ	ممتحنا	جامعة حمه لخضر - الوادي -
سالم يعقوب	أستاذ محاضر أ	مشرفا و مقررا	جامعة حمه لخضر - الوادي -

الموسم الجامعي: 2021/2020

إهداء

الحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، الحمد لله الذي تتم بنعمه الصالحات،
والصلاة والسلام على خير الأنام محمد بن عبد الله شكر الله بكل خضوع وعبودية على ما
من علينا من خير وبفضل الله نتم هذا العمل الموفق بإذن الله ثمرة جهدي.

أهدي عملي هذا ، إلي الشمعة التي أنارت دربي وفتحت لي أبواب العلم والمعرفة ، إلي أعز
الناس في الوجود و قدوتي في الحياة اللذان ضحيا من أجلي ، إلي الصدر الحنون والقلب
الرفيق إلي أعز ما أملك في الدنيا امي الغالية. وإلى الإنسان الذي سعى جاهدا إلي تربيتي
وتعليمي وتوجيهي والوقوف إلي جانبي بكل ما أوتي أبي الحنون الغالي الطيب الودود جزاه
الله خيرا .

كما أتقدم بجزيل الشكر للأستاذ المشرف" سالم يعقوب" وتأطيره لهذا العمل بارك الله فيه
وأسأل الله له كل الخير والتوفيق والنجاح .

كما أتوجه بالشكر لكل من الاساتذة: غدير عبد القادر و الذي رحب بنا لم يبخل علينا في
تقديم يد المساعدة جزاه الله كل خير، وكذلك كل من الاستاذ مرابط شوقي و الاستاذ فتحي
بوخاري اللذان ساعدانا في إتمام هذا العمل بفضل تقييماتهم.

وإلى دفعة سنة ثانية ماستر تخصص علم إجتماع تنظيم وعمل.

وأخيرا إلي كل من وجهني و ساعدني من قريب أو بعيد

صهيب باي

إهداء

اهدي ثمرة جهدي هذا إلى والدي أبيديهم الله وحفظهم الذي أثار دربي بنصائحهم ومن زين
حياتي

بضياء البدر وشموع الفرح إلى من علمني الصبر والاجتهاد وكان سببا في مواصلة دراستي
(وآخرون)

إلى زملاء الدراسة والأصدقاء إلى كل من كان له اثر طيب على حياتي أتمنى لهم التوفيق

إلى زميلي صهيب باي من ساعدني في إعداد المذكرة

إلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلمي ..

ياسين بن عماره

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
03	الإهداء
05	فهرس المحتويات
07	فهرس الجداول
09	مقدمة
13	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة
14	أولا: تحديد الإشكالية
16	ثانيا: فرضيات الدراسة
17	ثالثا: أسباب إختيار الموضوع
17	رابعا: أهمية الدراسة
18	خامسا: أهداف موضوع الدراسة
18	سادسا: تحديد المفاهيم والمصطلحات
22	سابعا: الدراسات السابقة
26	خلاصة
27	الفصل الثاني: المقاولاتية والمقاول: الأسس والخصائص
28	تمهيد
29	أولا: مفهوم المقاولاتية
31	ثانيا: خصائص المقاولاتية
31	ثالثا: أهمية المقاولاتية
32	رابعا: أهداف المقاولاتية
33	خامسا: دور المقاولاتية
34	سادسا: نجاح وتطوير المقاولاتية
35	سابعا: استراتيجيات ومعوقات المقاولاتية
36	ثامنا: المقاولاتية والمفاهيم المتداخلة

36	تاسعا: وظائف المقاولاتية
38	عاشرا: خصائص ودور المقاول
41	خلاصة الفصل الثاني
42	الفصل الثالث: الثقافة المقاولاتية في الوسط الجامعي
43	تمهيد
44	أولا: التعليم المقاولاتي في الجامعة
46	ثانيا: أهمية و أهداف التعليم المقاولاتي
49	ثالثا: إستراتيجيات التعليم المقاولاتي لتعزيز روح المقاولاتية
51	رابعا: مجالات وإستراتيجيات التعليم المقاولاتي وبرامجه
55	خامسا: أساليب وطرق ترسيخ الثقافة المقاولاتية في المؤسسات الجامعية
64	سادسا: أهمية الحملات الإعلامية في دعم وتعزيز الثقافة المقاولاتية
68	خلاصة الفصل الثالث
69	الفصل الرابع: الجانب الميداني للدراسة
70	أولا: مجالات الدراسة
71	ثانيا: منهج الدراسة
72	ثالثا: عينة الدراسة
73	رابعا: أدوات جمع البيانات
77	خامسا: عرض النتائج ومناقشتها
104	سادسا: تحليل ومناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
107	سابعا: النتائج العامة
108	التوصيات
111	الخاتمة
112	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول:
الجانب النظري للدراسة	
53	الجدول 01 :أنماط برامج التعليم المقاولاتي
56	الجدول 02: لجنة قيادة دار المقاولاتية بجامعة الوادي
57	الجدول 03: أهم نشاطات دار المقاولاتية بجامعة الوادي لسنة 2019
الجانب النظري للدراسة	
77	الجدول 1 : يوضح عينة الدراسة حسب الجنس
77	الجدول 2 : يوضح عينة الدراسة حسب السن
78	الجدول 3 : يوضح عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي
79	الجدول 4 : يوضح عينة الدراسة حسب الكلية
81	الجدول 5 : يوضح عينة الدراسة حسب ادراك مفهوم المقاولاتية:
81	الجدول 6 : يوضح عينة الدراسة على حسب الرأي في ماهية الثقافة المقاولاتية:
82	الجدول 7 : يوضح عينة الدراسة على استعداد لدخول عالم المقاولاتية
83	الجدول 8 : يوضح عينة الدراسة حول تلقي في بعض الاحيان توصيات بدخول عالم المقاولاتية
84	الجدول 9 : يوضح عينة الدراسة حسب التمتع بمهارات و مقومات تخولهم لان تصبح مقاول:
85	الجدول 10 : يوضح عينة الدراسة امتلاك روح المغامرة في انشاء المشاريع
85	الجدول 11 : يوضح عينة الدراسة حسب تفضيل العمل المقاولاتي:
86	الجدول 12 : يوضح عينة الدراسة حسب الإهتمام بالتوظيف بالقطاع الخاص
88	الجدول 13 : يوضح عينة الدراسة حسب تداول زملاؤك الجامعيين أفكار حول إنشاء مشاريع خاصة
89	الجدول 14 : يوضح عينة الدراسة حسب تلقي نوعا من التعليم المقاولاتي داخل الجامعة:

90	الجدول 15 : يوضح عينة الدراسة شجيع جامعتك فكرة المبادرة والعمل الحر لطلابها
90	الجدول 16 : يوضح عينة الدراسة حسب مساهمة البرامج الدراسية في تعزيز الثقافة المقاولاتية :
91	الجدول 17 : يوضح عينة الدراسة مساهمة جامعتك في نشر الثقافة المقاولاتية وسط الطلبة
92	الجدول 18 : يوضح عينة الدراسة احتواء المقرر الدراسي الذي تدرسه على مادة المقاولاتية
92	الجدول 19 : يوضح عينة الدراسة جدوى فعالية برامج التوعية والتكوين في غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي:
93	الجدول 20 : يوضح عينة الدراسة حول تولى الجامعة إهتماما خاصا للطلبة المقبلين على التخرج
95	الجدول 21 : يوضح عينة الدراسة جدوى طرق تعليم المقاولاتية في الجامعة
96	الجدول 22 : يوضح عينة الدراسة العراقي التي تجعل إسهام الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية محدود
97	الجدول 23 : يوضح عينة الدراسة تواصل مع دار المقاولاتية من قبل:
98	الجدول 24 : يوضح عينة الدراسة حول تنظيم الجامعة ودار المقاولاتية ندوات تثقيفية للتعريف بالثقافة المقاولاتية
99	الجدول 25 : يوضح عينة الدراسة تعاون جامعتك مع دار المقاولاتية في تنظيم حملات اعلامية لنشر الثقافة المقاولاتية:
101	الجدول 26 : يوضح عينة الدراسة حول الطرق و الوسائل التي تعتمدها الجامعة في نشر و ترويج الثقافة المقاولاتية وسط الطلبة
102	الجدول 27 : يوضح عينة الدراسة حسب دور وسائل الاعلام والاتصال في تشكيل وعي الطلبة حول الثقافة المقاولاتية:
103	الجدول 28 : يوضح عينة الدراسة العراقي التي تساهم في تعطيل أساليب وطرق نشر المقاولاتية

أصبح موضوع المقاولاتية وإنشاء المؤسسات يحتل حيزا كبيرا من إهتمام الحكومات والعديد من الدول، خاصة مع تزايد المكانة التي تحتلها المقاولات في اقتصاديات مختلف هذه الدول مهما كان مستوى تطورها، والدور الذي باتت تلعبه في مختلف برامج التنمية المستقبلية والإستراتيجية، حيث يعد الدخول إلى عالم الأعمال خطوة مهمة جدا في حياة الفرد خاصة إذا تعلق الأمر بطرح منتج جديد مبتكر، فحتى لو كانت الفكرة جيدة وكان الفرد يمتلك مهارات وقدرات مقاولاتية إلا أن هناك بعض العراقيل التي يمكن أن توقف أو تأجل مساره نحو المقاولاتية، ويكفي أن العديد من الإحصائيات تشير إلى أن نسبة كبيرة جدا من المقاولات تزول أو تخرج من السوق خلال السنوات الأولى من بداية نشاطها وتسجل المقاولات غير المستفيدة من الدعم والمرافقة النسبة الأكبر، وبالتالي فإن عملية مرافقتها ودعمها خاصة في السنوات الأولى من إنشائها وبداية نموها يعد أمرا ضروريا.

تشكل المقاولات عنصرا أساسيا في النسيج الإقتصادي للدول، إذ تعتبر في كثير من الدول المكان المفضل للتشغيل على صعيد الإقتصاد ككل، كما تنتج في دول أخرى الحصة الكبرى من القيمة المضافة، التي تحدد في نهاية المطاف معدل النمو الإقتصادي، ونظرا لهذه الأهمية، ما فتئت مختلف الدول تبذل جهودا كبيرة لتشجيع إنشاء هذه المقاولات وجعلها رافدا لتتويج الإقتصاد من جهة وتعزيز النمو الإقتصادي والتشغيل من جهة ثانية، فهناك من الدول من نجحت في ذلك لأنها فهمت العوامل الحقيقية المساعدة على إنشاء هذه المقاولات ونجاح إستمرارها وتطورها، وهناك دول أخرى كانت أقل نجاحا أو فشلت تماما بسبب إهمالها لهذه العوامل أو قصرت في الإعتناء بها.

يرجع السبب الرئيسي لهذه الإخفاقات المتتالية خصوصا في جانب التسيير والتخطيط إلى غياب أهم عنصر يبني عليه مسار العمل المقاولاتي وهي الثقافة المقاولاتية، والتي من خلالها يمكن للفرد المقاول أن يتنبه للهفوات والعثرات والعراقيل التي تصادفه في طريقه نحو الريادة في عالم المال والأعمال كون هذه الأخيرة تتيح له التعرف على فحوى العمل المقاولاتي وركائزه وخصوصياته وتخضعه لتكوين وتدريب محترف تجعل منه انسانا واعيا ومثقفا يحمل في نفسه مجموعة المهارات والقدرات والخبرات الثمينة التي يستتجد بها في بناء صرح مقاولاتي محترف على اكمل وجه ويتجسد ذلك من خلال تطبيق ما يتعلمه في تنفيذ وتسيير مشروعه الحالي، ولا تتأتى هذه الحنكة إلا من خلال برنامج رسمي شامل يهيكل

ويخطط وفق آليات دراسة لواقع سوق العمل وميدان المقاولاتية وتسهر على تنفيذها هيئة رسمية تعليمية، وبما أن الطالب الجامعي هو من يستهدف ليقود مساره نحو مجال العمل المقاولاتي فإن الجامعة هي التي تحمل مسؤولية توعية وتثقيف الطالب الجامعي في الجانب المقاولاتي، إلا أن دورها لا يقتصر فقط على تلقين الطالب دروس، في المجال النظري فحسب، بل لا بد من الجمع بين النظري والميداني لأن الثقافة المقاولاتية تتمثل في مجمل الممارسات النظرية والميدانية داخل الوسط الجامعي وتطبيق الفكرة الجديدة من طرف صاحبها على أرض الواقع فلا بد من المساهمة الفعلية الجادة وملموسة الأثر للجامعة في توعية طلابها بكيفية إنشاء المؤسسة وتحذيرهم بأهم المخاطر التي يمكن أن تواجههم، حتى يكونوا في استعداد للتصدي لها، وفي هذه المرحلة من الدراسة يعتبر الطالب الجامعي رأس المال الحقيقي لأي مجتمع، وأساس تحريك عجلة التنمية، والشعار الذي تقوم عليه المقاولاتية، إن طالب اليوم، هو مقاول الغد وهو الأساس في تطوير وإنشاء المشاريع، وفي نفس الوقت فإن فكرة إنشاء مشروع في حد ذاته يعتبر تجديدا، لما له من آثار على تعود على الفرد والمجتمع يعتبر مهمة عظيمة، تتطلب اندفاعا ومخاطرة، وبهذا يكون نجاح المقاولاتية مرتبطا بمدى نشر هذه الثقافة، في أوساط الطلبة الجامعيين وأهم الطرق المستخدمة في نشر هذا الوعي، ومما تم التطرق إليه سنحاول من خلال دراستنا هذه معرفة تصور الطلبة الجامعيين للثقافة المقاولاتية، وأهم إسهامات الجامعة في زيادة الوعي المقاولاتي.

وقد تضمنت دراستنا هذه أربعة فصول وكانت كالتالي:

الفصل الأول: وتمحور حول اشكالية الدراسة، وتم التطرق للفرضيات و أسباب اختيار الموضوع ومن ثم تحديد الأهداف من هذه الدراسة واخيرا الدراسات السابقة التي خدمت موضوعنا.

الفصل الثاني: تناولنا فيه المقاولاتية والمقاول من حيث الأسس والخصائص والتطور التاريخي للمقاولاتية، أهميتها وأهدافها، نجاحها وتطورها، الفكر المقاولاتي كآلية لدعم الاستثمار

الفصل الثالث: تم فيه التطرق إلى الثقافة المقاولاتية في الوسط الجامعي، بالإضافة إلى عناصرها من دار المقاولاتية والتعليم المقاولاتي، وأهمية الحملات الإعلامية في تعزيزها وكذلك دور المؤسسات الجامعية في تنمية الثقافة المقاولاتية

الفصل الرابع: وتضمن هذا الفصل إجراءات الدراسة الميدانية من مجالات الدراسة، منهج وعينة الدراسات، وأهم الأدوات المستخدمة لإجرائها، والتوصل في الأخير إلى النتائج بعد تحليل وتفسير المعطيات.

وكأي دراسة من الدراسات العلمية وجب أن يصادفنا في إنجازها بعض العراقيل والصعوبات منها ما هو متعلق بالجانب النظري حيث وجدنا صعوبة في إيجاد مراجع وكتب تتناول موضوع المقاولاتية خصوصا الثقافة المقاولاتية مما دفعنا بالإعتماد على المذكرات والمواقع الإلكترونية وما تحتويه من مقالات ودراسات علمية، وكذلك بما يتعلق بالإتصال بدار المقاولاتية فقد حاولنا مرارا وتكرارا الإتصال بمصلحة دار المقاولاتية سواء بالحضور في مكتب المصلحة او من خلال وسائل التواصل الإجتماعي ولم نلقى استجابة فعلية بل بعض الاجابات الروتينية حيث لم نتحصل على المعلومات المطلوبة إلا في اواخر إنجاز الدراسة أما بما يتعلق بالجانب الميداني، فإن فترة اجراء الدراسة تزامنت مع أزمة وباء فيروس كورونا (كوفيد19) وما تبعه من سلالات متحورة كالبريطانية والنيجيرية والهندية و أيضا الاجراءات الصحية المشددة التي فرضتها الوزارة الوصية من خلال بروتوكول صحي مشدد ادى لتقسيم فترات الدراسة وفق جداول زمنية محددة لم تسمح لنا بالإحتكاك بالطلبة و اجراء دراسة استكشافية معهم لمعرفة مدى موضوعنا المدروس لديهم، ومما ساهم ايضا في عرقلة مسارنا هو التشديد غير المبرر والتعسفي من قبل بعض المكلفين بالرقابة حول الالتزام بإجراءات الوقاية ادى لوجود نسب طلبة قليلة خلال فترتنا الدراسية المقررة مما ادى بنا لتغيير نمط البحث وتكييفه مع الواقع المفروض، اما في توزيع الاستبيانات فأرتأينا لتوزيعها الكترونيا على الطلبة من خلال وسائل التواصل الإجتماعي إلا اننا صادفنا مشكلة عدم الإستجابة من قبل الطلبة كون هذه الوسيلة جديدة وعملية ولأن نمط استعمال الطلبة لوسائل التواصل الإجتماعي غني عن التعريف فإن نسبة التطوع في ملئ الاستمارات قليلة جدا وقد اخذت منا وقتا وجهدا كبيرا في نشر الروابط وسط المجموعات الطلابية وقد اخذت مدة زمنية طويلة نوعا لبلوغ عدد العينة المحدد من قبل فرقة البحث.

الجانب النظري للدراسة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة

1. تحديد الإشكالية
2. فرضيات الدراسة
3. أسباب إختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف موضوع الدراسة
6. تحديد المفاهيم والمصطلحات
7. الدراسات السابقة

أولاً: تحديد الإشكالية:

اختلف الباحثون في آرائهم ودراساتهم حول التوجه المقاولاتي، فهناك من يرى أن المقاولاتية هي مهنة تتوارث عبر الأجيال، وهناك من يرى أن المقاولاتية هي علم يمكن أن يكتسب، فالمقاولاتية مسلك علمي يفرض منطقياً تفاعلية البحث الجامعي مع تطورات محيطها المعقد في التكوين والممارسة، فالحديث عن ثقافة المقاولاتية من الناحية السوسيو أنثروبولوجية ليس المراد به الحديث عن ثقافة المجتمع في المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية فقط - وإن كان ضرورياً - بل القصد الأول هو ثقافة المقاولاتية كنتاج للكيان الاجتماعي المتفاعل داخل المقاولاتية بصفاتها تنظيمياً ومؤسسياً متميزاً يفرض استقلاليته النسبية عن المحيط الذي يوجد به، إضافة إلى وجوب اعتماد استراتيجية مناسبة تدعم الفكر المقاولاتي وتهدف إلى غرس روح المقاولاتية لدى الشباب خاصة منهم الطلبة الجامعيين، وعلى الرغم من انتشار مفهوم المقاولاتية، إلا أنه لم يتحقق في معظم الدول العربية، ذلك لاعتماد معظم أفراد مجتمعاتها على الثقافة الاتكالية في تسيير شؤونها الاقتصادية منها والاجتماعية والسياسية.

ونظراً للعجز الذي تعاني منه الجزائر، من توفير فرص عمل خاصة للطلبة المتخرجين من الجامعات والأفراد بشكل عام، وبالتالي زيادة نسب البطالة، وكحل لذلك قامت الدولة الجزائرية بإتباع إستراتيجية تعميم الثقافة المقاولاتية لدى فئة الشباب عامة والجامعيين منهم خاصة، لما لها من دور اقتصادي واجتماعي في زيادة نسب التشغيل، ومكافحة ظاهرة البطالة وتحقيق العدالة الاجتماعية في توزيع المدخول، وكذلك تحقيق الترقية الاجتماعية، فهي بذلك وكغيرها من الدول الأخرى تسعى للنهوض باقتصادها ومجتمعها من خلال تنمية ما تملكه من مواهب وقدرات.

ومن هنا، فإن الجزائر ومختلف مؤسساتها ومنظماتها أصبحت تولي اهتماماً بارزاً بها ، لذلك تصب جل السياسات نحو تشجيع الشباب على ولوج عالم المقاولاتية من بابها الواسع، فقدمت كل الدعم المالي والتسهيلات القانونية من أجل خلق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وفي الآونة الأخيرة انتقل هذا الإهتمام إلى مجال التعليم العالي، حيث أصبح التعليم المقاولاتي يحظى بمكانة هامة في الجامعات الجزائرية وذلك من خلال استراتيجياته وبرامجه التي يقدمها والتي تساعد الشباب على صقل مهاراتهم وتنمية كفاءاتهم من أجل دفعهم وزرع

الرغبة فيهم لإنشاء مؤسساتهم الخاصة، فهي حاجة ماسة وأكثر من أي وقت مضى، إلى أن تستفيد من المهارات والمواهب التي تزخر بها، من هذا المنطلق ولبناء اقتصادياتها على النمط الحديث اتجهت إلى تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبالأخص في الجانب المقاولاتي، والتي تلعب دورا هاما في مختلف برامج التنمية المستقبلية.

ومع ذلك تعرف العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي يؤسسها عادة خريجي الجامعات فشلا لأسباب كثيرة، أهمها سوء التسيير وغياب الثقافة المقاولاتية بالرغم من المجهودات المبذولة لإنشائها ودعمها، وعليه فالأمر يقتضي ضرورة إعداد حملات إعلامية في المجال المقاولاتي لأصحاب هذه المشاريع في مجالات مختلفة تمس في عمومها تأسيس وتدعيم وتطوير المؤسسة.

ويمكن أن تكون الثقافة المقاولاتية هدفا في التدريس الأكاديمي والتطبيقي، كما أن تدريسها يعد أحد الأشكال البديهية التي تهيب الأفراد لخلق مؤسسات، لذلك فعلى مؤسسات التعليم الجامعية أن تلعب دورا فعالا في تقديم التعليم وتشجيع طلبتها بالشكل الذي يجعل مهنة المقاولاتية سهلة البلوغ، فيعتبر نشر وتعزيز وإدماج الحملات الإعلامية في الجامعة له نتائج كبيرة ومكتسباته المستقبلية وآثاره القوية على التنمية النوعية المستدامة، لأنه يخلق قاعدة عريضة من المقاولين والمبدعين في جميع المجالات، وإعداد هذا الجيل لثقافة مقاولاتية قوامها الإبداع والابتكار والانجاز.

كما تلعب دور المقاولاتية داخل الجامعات دورا فعالا لدعم الشباب الجامعي من خلال الحملات الإعلامية التي تقدمها لتنمية الثقافة المقاولاتية لديه، خاصة من خلال تزويد فئة الطلبة المقبلين على التخرج بالمعارف والمهارات اللازمة لإنشاء مؤسساتهم الخاصة وضمان استمراريته والعمل على تطويرها، مما يعني ذلك أن الحملات الإعلامية التي تقوم بها دور المقاولاتية داخل الجامعات يمكن أن تكون قادرة على خلق روح المقاولاتية لدى الطالب في الوقت التي تحولت فيه الجامعة إلى الحاضنة الطبيعية والمرجعية الحقيقية لتنمية الثقافة المقاولاتية. وبالتالي لابد من تصميم حملات إعلامية مكثفة لدعم الثقافة المقاولاتية وتوعية هؤلاء الطلبة بأهميتها في إنشاء مشاريعهم الخاصة وهو ما جعلنا نسلط الضوء على هذا الموضوع.

إن نجاح عملية غرس ثقافة المقاولاتية يحتاج بدوره إلى دوام الارتباطات بين مؤسسات البحث العلمي والمؤسسات الاقتصادية، إضافة إلى توفير بيئة محفزة على تعلم المقاولاتية لجميع الطلبة، ونشرها في مختلف الجامعات، من هنا نجد أن اختلاف الطلبة الجامعيين في تصوراتهم حول هذه الثقافة أمر طبيعي، وعليه فإن الإشكالية التي تسعى هذه الدراسة لطرحها تتمثل في: السؤال الرئيسي: ما هو واقع تصور الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

التساؤلات الفرعية:

وتحليل هذه الإشكالية ودراستها بطريقة معمقة قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما مدى إنتشار الثقافة المقاولاتية لدى طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بولاية الوادي؟

2- إلى أي مستوى يقوم التعليم الجامعي بتهيئة الطالب وتعزيز الثقافة المقاولاتية لديه؟

3- هل تستخدم الجامعة ودار المقاولاتية طرق فعالة في نشر الثقافة المقاولاتية بين الطلبة الجامعيين؟

ثانيا: فرضيات الدراسة:

• الفرضية الرئيسية:

- إن واقع تصور الطلبة الجامعيين للثقافة المقاولاتية جد محدود

• الفرضيات الفرعية:

1- إن مدى إنتشار الثقافة المقاولاتية لدى طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر محدود جدا

2- إن دور برامج التعليم الجامعي في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي غير مجدي.

3- عدم فعالية الطرق المستخدمة من قبل الجامعة ودار المقاولاتية في نشر الثقافة المقاولاتية بين الطلبة الجامعيين.

ثالثاً: أسباب إختيار الموضوع:

لقد وقع اختيارنا على هذا الموضوع لعدة أسباب منها:

- الميل والرغبة في معرفة تصورات الشباب الجامعي حول الثقافة المقاولاتية، و واقع إنشاء مؤسساتهم الخاصة، بعد تخرجهم من الجامعة، ومدى وعيهم وقدرتهم على إدارتها وإنجاحها، وكذلك نوع المؤسسات التي يطمحون لإنشائها.

- كما أن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن صدفة وذلك باعتبار اننا مقبلين على تخرج و سنشهد مصير آلاف من الخريجين الذين لم يجدوا وظائف ومنه ما جعلنا نفكر في التوجه نحو العمل الحر والميدان المقاولاتي كوسيلة للهروب من شبح البطالة

- و أثارت الثقافة المقاولاتية فضولنا في علاقتها مع المحيط الجامعي بصفة خاصة، والمحيط الاجتماعي بصفة عامة، ومكانتها داخل المجتمع ككل، وباعتبارها ثقافة ذات قيم ومعايير تختلف من فرد لآخر ومن مجتمع لآخر.

- كما أصبح موضوع المقاولاتية مرتبط بتخصصنا من جهة، والتطرق إلى وجهة نظر الطالب للمبادرة الشخصية في إنشاء مؤسسته من جهة أخرى.

رابعاً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كون المقاولاتية واحدة من الاستراتيجيات المتبعة لمجابهة ظاهرة البطالة للطالب الجامعي نفسه؛ الذي يعد مكسبا حقيقيا لتمتعه بالمعرفة التي تؤهله لإنشاء مؤسسات بعد التخرج.

ومن أجل تخفيف العبء على مختلف مصالح الوظيفة العمومية التي أرهق كاهلها الأعداد الهائلة التي تدفع بها الجامعة سنويا إلى سوق العمل، تزايد الإقبال والاهتمام الدولي بالممارسة المقاولاتية، وبت الروح المقاولاتية في الطلبة الجامعيين.

وعليه فقد برزت أهمية الدراسة من خلال المتغيرات التي تناولناها ، حيث تعد المقاولاتية من أكثر الظواهر انتشارا في وقتنا الراهن تهدف إلى إشباع حاجات الفرد، فتساهم في الرفع من معدلات النمو والخفض من البطالة.

كما تتبع أهمية هذه الدراسة من جانبها التطبيقي ولاسيما طبيعة العينة المختارة والمتمثلة في طلبة المقاولاتية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

خامسا: أهداف موضوع الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1 . تنمية قدرة الطالب الجامعي على اكتشاف ذاته بالدعم الذي يتلقاه من الجامعة.
- 2 . التعرف على واقع الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- 3 . تعريف الطالب الجامعي بخصائص الثقافة المقاولاتية وتطبيقاتها.
- 4 . معرفة دور التعليم المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم المقاولاتية .
- 5 . معرفة مدى مساهمة الجامعة و دار المقاولاتية في تكوين الثقافة المقاولاتية للطلبة الجامعيين.

سادسا: تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1-الجامعة:

لغة: لفظة الجامعة university مأخوذة من الكلمة اليونانية universitas وفي اللغة العربية تعني جمع الشيء عن تفرقة، يجمعه جمعا وجمعه فاجتمع.

وتعد كلمة الجامعة ترجمة دقيقة للكلمة الإنجليزية university التي تعني التجمع والتجميع للمعارف والخبرات).

وتشير الجامعة إلى التجمع والقراءة معا، وقد استخدمت في القرن 13 من طرف الرومان لتدل على مجموعة الحرفيين، وفي القرن 18 أطلق اسم كلية لتدل على مكان يجمع المجتمع المحلي للطلاب¹

¹ أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم: لسان العرب، المجلد الثامن، بيروت، ص- ص، 53 - 59.

اصطلاحاً: الجامعة حسب الموسوعة البريطانية فإنها معهد خبير للدراسات العليا يتألف من كليات الآداب والعلوم، ومدارس للمهنيين ومدرسة خريجي الدراسات العليا فهي المؤسسة المسؤولة عن التعليم العالي²

وتعرفها الأكاديمية للتعليم العالي بأنها عبارة عن مؤسسة للتعليم العالي والبحث تمنح درجات أكاديمية في مختلف المواد.

ويذهب "عبد الله محمد عبد الرحمان" في تعريفها إلى أنها «إحدى المؤسسات الاجتماعية والثقافية والعلمية، فهي بمثابة تنظيمات معقدة، وتتغير بصفة مستمرة مع طبيعة المجتمع³

تركز معظم هذه التعاريف على أن الجامعة هي مؤسسة تعليمية، تثقيفية، تتغير بتغير طبيعة المجتمع وخصائصه، وأنها أساس العلم والمعرفة والابتكار لما تحويه من الطبقة المثقفة متناسين في ذلك أن الجامعة هي مكان تجمع بين الأشياء المادية من وسائل وأدوات والجانب المعنوي والإنساني المتمثل في الطلبة والأساتذة وتعمل على التوفيق بينهما لخلق أفرد موهوبين ومبدعين.

التعريف الإجرائي للجامعة:

الجامعة هي مؤسسة اجتماعية، تعليمية، تثقيفية، تسعى لتطوير المجتمع بشكل عام والطالب الجامعي بشكل خاص وكذلك البحث العلمي، فتسعى لإعداد قوى بشرية مؤهلة نحو سوق العمل، لها هيكل تنظيمي متسلسل، تتفاعل مع البيئة المحيطة بها فهي تعمل على تعليم ونشر ثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين من خلال التعليم المقاولاتي.

2-الطلبة الجامعيين:

اصطلاحاً: الطلبة الجامعيين من المنظور العلمي التقليدي هم جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يركز المئات و الآلاف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية.

² جديد كاتيا وحوالدية مديحة: دور البحث العلمي في تحقيق التنمية الاجتماعية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر علم الاجتماع تخطيط دراسة ميدانية بجامعة قلمة، 2012 – 2013، ص. 10.

³ خالد عبد الوهاب الزبيديين: القيادة الإدارية وتطوير منظمات التعليم العالي، دار الأيام، الأردن، 2014، ص.15.

ويذهب عبد الله عبد الرحمان إلى أن الطالب هم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية⁴

فهم بهذا الأشخاص المتمدرسين والحاصلين على ثقافة أكاديمية من الجامعة⁵

من خلال هذه التعاريف التي كانت مرتكزة على أن الطلبة الجامعيين هم عبارة مدخلات تستقبلهم الجامعة، وتوفر لهم كافة الإمكانيات المادية والمعرفية وتأهلهم حتى مرحلة التخرج، لكنها في المقابل تجاوزت بأن هؤلاء الطلبة هم أساس قيام الجامعة، وتجسيدها وكيلهما يكملان بعضهما البعض في الدور الوظيفي الذي يقدم للمجتمع.

التعريف الإجرائي للطلبة الجامعيين:

الطلبة الجامعيين هم الطبقة المثقفة في المجتمع، والأشخاص الذين ينتقلون من المرحلة الثانوية إلى المرحلة الجامعية، تدرس في إطار التعليم العالي والبحث العلمي، يحصلون على ثقافة أكاديمية من الجامعة وهي بدورها تساهم في تكوينهم وتأهيلهم نحو سوق العمل، واكتشاف المبدعين وتنمية إبداعهم خاصة في مجال ثقافة المؤسسة الخاصة.

3- مفهوم المقاوله: هي وحدة إنتاجية تنتج السلع وكذلك وحدة لتوزيع الثروة و الخدمات وتقوم المقاوله بمزج مجموعة من عوامل الإنتاج و الهدف من هذا المزج هو الوصول لأرباح مهمة وبأقل تكلفة ومن خلال عملية الإنتاج تعتمد المقاوله على العمل و الرأسمال وهذا الأخير ينقسم إلى قسمين رأسمال تقني و رأسمال مالي

المقاوله هي جهاز منظم يعتمد على رؤساء ومرؤوسين والكل ينخرط في عملية الإنتاج داخل المقاوله ولكل واحد من هذه العناصر مهام معينة : إدارة الإنتاج التسوق...

المقاوله هي جهاز منفتح على عدة شركات ممولين، زبناء ابنائك...

إذا كانت المقاوله تنتج سلع فهي صناعية أما إذا كانت تنتج خدمات أي تشتري المنافع لتتبعها دون أن تحدث عليها آية تغيير فهي تجارية.

⁴ العود خرفية، الأساليب البيداغوجية في الجامعة وعلاقتها بتكيف الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علم الاجتماع التربوي، 2013 – 2014، ص.7

⁵ سحر محمد وهبي ، دور وسائل العالم في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 1996، ص، 238.

تصنف المقاولات حسب معايير مختلفة أهمها: ملكية الرأسمال و حجم المقاوله
إذا كان رأسمال في ملكية الدولة بصفة كاملة فالمقاوله تسمى عموميه. إذا كان الرأسمال
مشتركا -بين الدولة و الخواص فالمقاوله تسمى شبه عموميه⁶

3-تعريف ثقافة المقاولاتية : هي مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو

مجموعة الأفراد، ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس
الأموال بإيجاد أفكار مبتكرة، وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال
المقاولين، بالإضافة إلى التخطيط، اتخاذ القرارات، التنظيم والرقابة، وترسخ هذه
الثقافة من خلال ثلاث فضاءات مهمة هي: العائلة، المدرسة والمؤسسة .

يعتبر تعريف Shein.H.E لثقافة المقاوله أكثر التعاريف انتشارا وتداولا ويعرفها ب: "البنية
التي تتشكل من المسلمات الأساسية التي تبتكرها، تكتشفها أو تصوغها مجموعة معينة
عندما تتعلم كيف تواجه مشاكل التكيف الخارجي والاندماج الداخلي، وهي مسلمات أدت
دورها بشكل جيد لدرجة اعتبرت معها كشيء صالح أو كشيء يلقن للأعضاء بوضعه
طريقة صحيحة في الإدراك والتفكير والإحساس في التعامل مع تلك المشاكل" .

ويعرفها سامي فياض العزاوي بأنها: "مجموعة المعتقدات الخفية والظاهرة من الطقوس
والشعائر والرموز التي يعتنقها المشاركون، التي يكون لها دور أساسي في كيفية ممارسة
تلك الشعائر والطقوس واللغة والروتين والمنافسة ودرجة قبولهم لقادهم ومدبريهم ودرجة
مشاركتهم مع قيم المنظمة.⁷

كما نجد تعريف لإليوجاك Jacques.E لثقافة المقاوله حيث اعتبرها: "طريقة التفكير
والسلوك الاعتيادي والتقليدي وتتميز بنقاسمها واشتراكها بين أعضاء التنظيم وتعلم تدريجيا
للأعضاء الجدد بهدف قبولهم في المقاوله " . فهي تعبر عن مجموعة من الصفات والمواقف
المعبرة عن الرغبة في المبادرة والمشاركة في ما يراد القيام به وتنفيذه، إذ ينظر إليها كثقافة
خاصة بخلق المشروعات كونها تعمل على إنتاج الجديد وإحداث التغيير، أو كثقافة إنشاء
وبناء. ويمكن تقسيم الثقافة المقاولاتية إلى ثلاثة عناصر :

⁶ المقاوله مفهومها و أنواعها و البنية التنظيمية لها PDF UniversityLifeStyle - ، مقال بعنوان تحليل المقاولاتية، اطلع عليه بتاريخ:
2021/05/15 - 13:30.

⁷ ملخص لـ المقاولاتية (univ-chlef.dz) ، مقال بعنوان ملخص المقاولاتية، اطلع عليه بتاريخ 2021/05/15 - 14:05.

- **المسبقات** : وهي مجموع المعارف المتقاسمة بواسطة أفراد، والتي يكتسبها الفرد من محيطه والتي تساعد على ظهور الاستعدادات عند الأفراد .

- **الاستعدادات**: وهي مجموع الخصائص النفسية ، المواقف والقيم التي تظهر عند المقاتل (المواقف، الإبداع، الشعور بالمسؤولية، الثقة بالنفس، التضامن، الريادة،...)

- **مهارات الخبرة والمعرفة**: ومدى حسن التصرف مع الآخرين خاصة في العملية المقاولاتية.⁸

سابعاً: الدراسات السابقة:

1- الدراسة الأولى: دراسة الباحثة دراجي فوزية 2019 جانت هذه الدراسة بعنوان: "تصور الطلبة الجامعيين للثقافة المقاولاتية" (2018-2019)⁹

* إذ تتبثق منها إشكالية مفادها: ما هو تصور الطلبة الجامعيين الجزائريين للثقافة المقاولاتية؟

* تقوم بدورها على فرضية أساسية، إن تصور الطلبة الجامعيين الجزائريين للثقافة المقاولاتية تصور سلبي.

* أما الفرضيات الفرعية تتمثل في:

1. تستخدم الجامعة ودار المقاولاتية طرقاً غير فعالة في نشر الثقافة المقاولاتية بين الطلبة الجامعيين.

2. إن إسهام الجامعة الجزائرية وغرسها للثقافة المقاولاتية في أذهان الطلبة الجامعيين محدود.

3. يؤثر المستوى الاجتماعي والمحيط الأسري على طبيعة تصور الطلبة الجامعيين للثقافة المقاولاتية.

⁸ ملخص لـ المقاولاتية (univ-chlef.dz) ، نفس المرجع السابق.

⁹ دراجي فوزية، تصور الطلبة الجزائريين للثقافة المقاولاتية، دراسة ميدانية بمجمع سويداني بوجمعة جامعة - 8 ماي 1945 قالمة نموذجاً ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع التنظيم والعمل، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2018-2019.

* استخدم الباحث المنهج الاستكشافي الوصفي، ليتم من خلاله معرفة تصور الثقافة المقاولاتية في أذهان الطلبة الجامعيين.

➤ أما الأداة التي اعتمد عليها في إجراء الدراسة فتمثلت في: الملاحظة و الاستمارة والمقابلة التقنية.

➤ وتوصلت الدراسة إلى النتائج:

- أن فعالية وسائل وأساليب نشر المقاولاتية تفتقر للعصرية والحداثة والذي أثر بدوره بالسلب في الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي
- خلصت إلى ان اسهام الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية محدود جدا فهي مهمة لهذا الجانب ولا يوجد محاولات للرقى بالواقع المقاولاتي في الجامعة.
- وجوب قيام الأسر على دعم تكوين أبنائهم ودفعهم للفكر المقاولاتي وتسهيل اختياراتهم الحياتية وتطوير قدراتهم ومهاراتهم مما يسهم في تعزيز الروح المقاولاتية لدى الفرد
- وكنتيجة عامة للدراسة وصلت إلى ان تصور الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي سلبي.

- تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في تركيزها على عنصر التعليم المقاولاتي في الجامعة يعد كعنصر اساسي لاغنى عنه غي توجيه فكر الطالب الجامعي نحو المقاولاتية وغرس روح المقالة في ذاته من خلال تكوينه وفق برامج تعليمية تتيح له استكشاف قدراته وشغفه وتحويله صوب تجسيده في شكل مشروع مقاولاتي مبتعدا عن فكرة الوظيف والتوظيف.
- كما أنها تختلف في نقطة تناولها لعنصر التنشئة الأسرية كمنطلق رسمي لفكر المقاولاتية لدى الطالب الجامعي وهو ما يتعارض مع جوهر دراستنا كون ان دراستنا تعنى بالطالب الجامعي أما فكرة التنشئة الاسرية المقاولاتية ليست موجهة للطالب الجامعي بل لكل شريحة من شرائح المجتمع بمختلف العناصر ولأن موضوع دراستنا الثقافة المقاولاتية فإن الوصول لمكونات هذه الثقافة لا يأتي عن طريق الأسرة بل عن

طريق مجتمع علمي بحثي كالجامعة التي تحتوي خبرات وطاقات وحتى توجيهات من شأنها أن تصحح مسارات الشباب المقاول.

2- الدراسة الثانية: دراسة غلاب صليحة و روابحية مريم 2017 جائت بعنوان:

"فعالية الحملات الإعلامية في تنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي (2016-2017)¹⁰

➤ يتجسد السؤال المركزي في هذه الدراسة في: ما مدى مساهمة هذه الحملات الإعلامية في تطوير الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟
➤ أما أهم التساؤلات الفرعية فتمثلت في:

1 . ما هو واقع الثقافة المقاولاتية لدى طلبة جامعة 8 ماي 1945 قالمة؟

2 . ما هي استراتيجيات الحملات الإعلامية في المجال المقاولاتي لدى الطلبة؟

➤ هدفت هذه الدراسة إلى:

التعرف على استراتيجيات وبرامج الحملات الإعلامية المتعلقة بالمجال المقاولاتي، والتعرف على محتويات هذه البرامج، بالإضافة إلى البحث عن وجود ارتباط معنوي بين تعليم الطالب والثقافة المقاولاتية لديه.

➤ كما تكمن أهمية هذه الدراسة في: أهمية كل من الثقافة المقاولاتية والحملات الإعلامية، فهي تقوم على أساس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتطورها.

➤ تم الاعتماد في هذه الدراسة على: المنهج المسحي، كما يتمثل مجتمع الدراسة هنا في الطلبة الجامعيين بجامعة 8 ماي 1945 قالمة المعرضين للحملات الإعلامية المختلفة التي تقوم بها دار المقاولاتية على مستوى الجامعة لمحاولة غرس الثقافة المقاولاتية وتشجيعهم على تبني المشاريع الخاصة.

¹⁰ غلاب صليحة، روابحية مريم، فعالية الحملات الإعلامية في تنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، مجلة اقتصاديات، المال والأعمال، 2016-2017.

➤ كانت العينة المعتمدة هنا في: العينة الصدفية والمتمثلة في مجموع الطلبة الذين قاموا بزيارة دار المقاولاتية.

➤ أما الأداة المستعملة في الدراسة فكانت: الاستمارة.

➤ تخلص هذه الدراسة إلى استخلاص النتائج التالية:

• أن أغلبية الطلبة يفضلون عند متابعة دراستهم الجامعية اختيار ماستر أكاديمي، مقارنة بـ ماستر مهني، وذلك لاستكمال دراستهم العليا.

• قيام دار المقاولاتية على مستوى الجامعة بالعديد من الحملات الإعلامية للتعريف بالفكر المقاولاتي، ونشر ثقافة المقولة لدى الطلبة الجامعيين معتمدة في ذلك على الانترنت، الشبكات الاجتماعية، مطويات، ملصقات.

• عدم كفاية للمعلومات الطلبة حول هذه الثقافة.

• رغم امتلاك الكثير من الطلبة الجامعيين العديد من الأفكار والرغبة في إنشاء المشاريع الخاصة بهم، إلا أنهم لا يبادرون في إنشائها.

➤ تتماشى هذه الدراسة مع الدراسة الحالية، في كونها تناولت العنصر البشري المتمثل في الطلبة الجامعيين، وهو متغير مشترك بينها وبين الدراسة الحالية، بالإضافة إلى متغير الثقافة المقاولاتية، والعناصر المكونة لها، ودور الجامعة ودار المقاولاتية في نشر هذه الروح لديهم.

➤ وكباقي الدراسات الأخرى، فإن هذه الدراسة تستخدم المنهج المسحي، ليبقى الاختلاف الوجيه بين الدراستين في استخدام لدراسة لعينة البحث عكس هذه الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي.

بالإضافة إلى اختلافهما في أدواتهما التي تستعملها في نشر ثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين والتي تمثلت في الحملات الإعلامية عل عكس هذه الدراسة التي أخذت بصفة عامة صورة الثقافة المقاولاتية وواقعها في ذهنية الطالب الجامعي.

خلاصة:

في هذا الفصل تم التطرق إلى مشكلة الدراسة والمتمثلة في طبيعة واقع الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين وما مدى مساهمة الجامعة في نشرها، حيث تم طرح الفرضيات المناسبة للإجابة عن هذه الإشكالية، كما تم توضيح أهمية وأهداف موضوع دراستنا، وتم التعرض إلى أهم المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بهذه الدراسة، والدراسات السابقة المدعمة لموضوع بحثنا.

وبناء على ما تم التعرض إليه من عناصر في هذا الفصل، فقد تمكنا من الوصول إلى رؤية واضحة عن موضوع بحثنا، وهذا من خلال ما تحصلنا عليه من معطيات مدعمة للإطار المفاهيمي والنظري لهذه الدراسة.

الفصل الثاني: المقاولاتية والمقاول: الأسس والخصائص.

1. مفهوم المقاولاتية
2. خصائص المقاولاتية
3. أهمية المقاولاتية
4. أهداف المقاولاتية
5. دور المقاولاتية
6. نجاح وتطوير المقاولاتية
7. استراتيجيات ومعوقات المقاولاتية
8. المقاولاتية والمفاهيم المتداخلة
9. وظائف المقاولاتية
10. خصائص ودور المقاول
11. ادوار المقاول

تمهيد

تزايد مؤخرًا اهتمام الباحثين بمجال المقاولاتية وإنشاء المؤسسات بحيث أصبحت تعرف كمجال للبحث، وتحولت إلى موضوع محوري للنقاش في مجال الدول. و هذا نظرًا للأهمية المتنامية التي تدرها على اقتصاديات البلدان، حيث تشير الإحصاءات العالمية إلى استحواد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على نسب عالية من النمو، في مقابل انكماش المؤسسات العملاقة، ويرجع ذلك إلى تميزها بفعالية في الأداء وقدرة كبيرة على التأقلم في مختلف الظروف، إذ أصبحت تعتبر كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي. لذا نجد أن المقاولاتية اليوم أصبحت تأخذ أهمية واسعة في مجتمعاتنا لمساهماتها الكبيرة على مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية.. وخير دليل على هذا الاهتمام، نجد الحكومة في الجزائر مثلاً قامت بعدة مبادرات تهدف إلى تشجيع الشباب وصغار المستثمرين للتوجه نحو هذا القطب الاستثماري الجديد نظرًا لما يمكن أن تلعبه تلك المؤسسات مستقبلًا إذا حظيت بالعناية الكافية، ويظهر ذلك من خلال إنشاء هياكل تهتم خصيصًا بدعم وتأهيل هذه المؤسسات في مختلف قطاعات النشاط الاقتصادية

أولاً: مفهوم المقاولاتية :

تعددت التعاريف ذات العلاقة بمفهوم وطبيعة المقاولاتية حيث اخذ حيزا كبيرا مقارنة بالسنوات الماضية فبعدما كان الاهتمام منصبا فقط على المؤسسات الكبيرة باعتبارها المولد الوحيد للثروة والوظائف لكن سرعان ما تغيرت هذه النظرة بعد زيادة الاهتمام بقطاع المقاولاتية

1-1 تعريف المقاولاتية :

لغة :

المقولة هي صيغة مبالغة على وزن مفاعله تقتضي المشاركة من أطراف متعددة ' وأصل اشتقاقها الفعل قال يقول قولاً ومقالاً ،وقاولة في أمره وتقالوا ،فالمقولة معناها المفاوضة والمجادلة¹¹

اصطلاحاً :

هي الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة ،فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني ، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها¹²

2-1 تعريف المختصين للمقاولاتية:

عرف غارنتر ، المقاولاتية على أنها عمل بسيط يتمثل في إنشاء مؤسسة مع تحمل المخاطر ، إن إنشاء المؤسسة يستوفي ثلاث حالات مختلفة : الإنشاء، إعادة بعث المؤسسة ، تفعيل المؤسسة

حسب بيتر وهيسريش تعرف على أنها نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار : تنظم الآليات الاقتصادية والاجتماعية¹³

هي عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة ، وهذه الثروة تقدم عن طريق الأفراد الذين يتخذون المخاطرة في رؤوس أموالهم ومن هنا نصل إلى أربعة جوانب رئيسية وهي :

¹¹ ريم لونيبي ،المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر .رسالة لنيل شهادة الماجستير ، قسم العلوم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية ، جامعة سطيف 2 ، الجزائر ، الجزائر السنة الجامعية :2014-2015 ص 32

¹² سفيان يراوي ،ثقافة المقولة لدى الشباب الجزائري المقاول .رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص علم اجتماع التنمية ، قسم علم

اجتماع التنمية البشرية ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية ، جامعة أبي بكر بالفايد، السنة الجامعية 2014-2015ص34

¹³ فضيلة بوطورة ، فاطمة زهراء ، مداخلة حول التعليم المقاولاتي في الجامعة ، ملتقى وطني حول اهمية ودور دار المقاولاتية في الجزائر ،

جامعة تبسة 2018ص3

- عملية إنشاء شيء جديد ذا قيمة
 - تخصص الوقت، الجهد والمال
 - حركية واستغلال فرص أعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة ، من اجل خلق القيمة أي أن المقاولاتية تقوم على أساس الافتراضات التالية :
 - وجود فرص
 - وجود فروق بين الناس
 - العلاقة بالمخاطرة¹⁴
- مرصد المقاولاتية العالمي :

إن المقاولاتية محاولة جديدة في العمل أو خلق مغامرة جديدة إنشاء منظمة جديدة أو توسيع المنظمة الحالية أو توسيع مجالات العمل الحالي من قبل الأفراد أو فريق الأفراد أو تأسيس أعمال تجارية

ومنه نستنتج أن المقاولاتية هو ذلك النشاط الذي يقوم به الفرد يتمثل في خلق مجموعة من المخططات والإبداعات ، يسعى لتطبيقها من اجل خلق ثروة إنتاجية وذلك بتحمل المخاطر والمجازفة باستعمال المهارات الفكرية والفنية لتحقيق أهداف المشروع .

من خلال جميع التعريفات نستخلص أن المقاولاتية هي الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول ، لإنشاء مؤسسة جديدة أو تطوير مؤسسة قائمة في ضل إطار قانوني محدد ، بهدف تحقيق الربح ، وذلك بتحمل المخاطر والأخذ بالمبادرة والتعرف على فرص الأعمال ومتابعتها لتجسيدها على ارض الواقع¹⁵

¹⁴ عمر علي اسماعيل ، خصائص الزيادة في المنظمات الصناعية ومآثرها على ابداع التقني .مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية ، العدد 4 ، الصادرة في 2010ص10

¹⁵ صكري ايوب ، واقع التعليم المقاولاتية في الجزائر الانجازات والطموحات ، مجلة اقتصاديات المال والاعمال ، العدد4الصادر بتاريخ 2017ص14

ثانيا : خصائص المقاولاتية:

تتسم المقاولاتية بأنها إنشاء مؤسسة غير نمطية فهي تتميز بالإبداع :

- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تأتي بالجديد ، وبمعدلات عوائد مرتفعة في حالة قبول المنتج في السوق
- إمكانية النمو : تملك المقاولات قدرة قوية وإمكانية النمو
- الأهداف الإستراتيجية إن المشروع المقاولاتي عادة يذهب إلى بعد كبير حيث يرتبط بتطوير السوق
- تتميز المقاولاتية بالفردية النسبية ، المبادرة وتمكن المقاول من ممارسة التسيير بشكل مباشر ومستقل بدل الاعتماد على مجلس الإدارة ، وهو مايسمح له بتجسيد أفكاره على الواقع
- زيادة متوسط دخل الفرد والتغيير في هيكل الأعمال والمجتمع ، تعمل المقاولات على زيادة متوسط الدخل الفردي
- تسمح بتشكيل الثروة للأفراد عن طريق زيادة عدد المشاركين في مكاسب التنمية مما يحقق العدالة في توزيع مكاسب التنمية
- توجيه الأنشطة في المناطق المستهدفة ، تستطيع الدولة أن الاتجاه المقاولاتي في أعمال معينة الأعمال التكنولوجية¹⁶

ثالثا : أهمية المقاولاتية:

تلعب المقاولاتية دورا مهم في اقتصاديات الدول ، فوفقا ل فيرمولين و قريقرز لايمكن الفصل بين كلمة المقاولاتية والازدهار الاقتصادي وقد اقر الباحثين على ضرورة القيام بالمقاولاتية ليس فقط لتحقيق الاستقرار وإنما يتعدى ذلك إلى تحقيق النمو الاقتصادي ويمكن حصر الأهمية في :

- للمقاولاتية دور هام في خلق الوظائف ، فعلى مدى عدد من السنوات وبالأخص منذ بداية السبعينات ظهرت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كمصادر هامة لخلق الوظائف
- الابتكار والإبداع ، إن أصحاب المشاريع يشكلون المحرك الرئيسي لعملية الابتكار ، فمن خلال اقتناص الفرص التي لايمكن أن يراها الفاعلون الاقتصاديون وكذلك تطوير

¹⁶ طارق احمد المقفاد ، ادارة المشاريع الصغيرة الاساسيات و المواضيع المعاصرة ادارة المشاريع ، الاكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ،

التكنولوجيات والمفاهيم التي تولد أنشطة اقتصادية جديدة ، فمفهوم الابتكار مهم جدا و يجعل
المقاول ناقلا للتنمية الاقتصادية

- المقاولاتية تشجع الابتكار عن طريق إنشاء مؤسسات مبتكرة جديدة
- وسيلة الإنتاج السلع والخدمات
- تسعى الى رفع من مستويات الإنتاج
- خلق ثروة إضافية وأسواق جديدة¹⁷

رابعا :أهداف المقاولاتية :

يمكن تلخيصها فيما يلي :

- استقطاب الشباب للعمل الحر ، والمبادرات الفردية والأعمال المقاولاتية ، والاستثمار أموالهم وطاقتهم في مشروعات صغيرة
- تحقيق المكاسب المالية وتعظيم الربح فهو أهم هدف تسعى إليه المقاولاتية
- عامل من عوامل الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي خاصة أثناء الأزمات
- نشر ثقافة المقاولاتية في الأوساط العلمية
- الاهتمام أكثر بالعلم والتكنولوجيا
- العمل على تغيير اتجاهات جميع فئات المجتمع و غرس ثقافة العمل الحر في مختلف مجالاته
- تنمية القدرات والمواهب وإتاحة الفرص للإبداع
- توفير فرص أكثر رؤية أوسع واشمل للمقاولين
- السعي إلى إنشاء مشروعات جديدة أو استحداث وحدات إدارية داخل المنشآت
- تطبيق التجديد الاقتصادي الذي يشمل إعادة التفكير بالوجهات والفرص المتاحة للمنشآت
- ترقية روح المبادرة : هم رجال الأعمال اللذين يتميزون بكفاءة وجرأة ، يتحملون المخاطر الكبيرة وذلك في سبيل الاستثمار وابتكار المستقبل¹⁸

¹⁷ -سيد احمد يوسف ، تأثير المهارات المقاولاتية على الطلبة الجامعيين . اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص المالية والمؤسسة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة تلمسان ، السنة الجامعية 2017-2018 ص 19

¹⁸ حمزة لفقير ، روح المقاولاتية وانشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر . رسالة لنيل شهادة الدكتوراه .كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة بومرداس ، السنة الجامعية 2016-2017

خامسا : دور المقاولاتية :

عرفت السنوات الأخيرة اهتمام متزايد بالمقاولاتية حيث بينت دراسات عديدة مساهمة هذه الأخيرة في ارتفاع معدلات نمو الاقتصاد الوطني وتحسين المستوى المعيشي لأفراد المجتمع وقد تبين لنا ذلك في

1-الدور الاقتصادي :

يمكن اعتبار المقاولاتية على أنها العمود الفقري للاقتصاد الوطني فقد بينت الإحصائيات المنشورة في الولايات المتحدة الأمريكية أن من بين 21 مليون مشروع هناك مايقارب 20.5 مليون أي نسبة 98% من تلك الأعمال اعتبارها مشروعات مقاولاتية ، وتعمل هذه المشروعات في كل المجالات الاقتصادية على الرغم من أن اغلبها تركز على التجارة والخدمات

- نقل التكنولوجيا من خلال المبادرة وابتكار بسلع وخدمات جديدة بأساليب و تقنيات عمل جديدة
- - للمقاولاتية مرتبة عالية في النشاط الاقتصادي ، بحيث يمكن أن تتجاوز قطاعات كثيرة خاصة القطاع الصناعي¹⁹

- إن النمو الاقتصادي والذي يعبر عنه بالنتائج المحلي الإجمالي ومستوى التشغيل يكون نتيجة الديناميكية الاقتصادية والمتمثلة في الحركة المقاولاتية أي خلق وتوسيع المؤسسات
- تساهم في تنمية الصادرات ودوران ميزان المدفوعات
- المساهمة في تحسين ميزان المدفوعات من خلال زيادة الإنتاج المحلي بدل الاستيراد وكذلك الذهاب إلى التصدير وجلب العملة الصعبة
- زيادة مستوى الإنتاجية في الأعمال والأنشطة من خلال استغلال الموارد المتاحة²⁰

2- الدور الاجتماعي :

رغم أن المقاولاتية هي مشروع اقتصادي هدفه تحقيق الربح وتحسين الدخل الشخصي للمقاول ولها دور اقتصادي مهم في أي دولة إلا أن لها دور اجتماعي كبير أيضا إذ أن المقاولاتية مؤسسة اقتصادية ، اجتماعية و مالية مستقلة لها مزايا اجتماعية تتمثل في :

¹⁹ طارق احمد المقداد ، مرجع سابق ، ص19

²⁰ -سفيان فتيط ، هشام بورمة ، ثقافة وروح المقاولاتية لدى الشباب الجامعي ، مجلة انماء الاقتصاد والتجارة ، جامعة جيجل ، عدد خاص ،

الصادرة بتاريخ 2018 ، ص 124

-زيادة التشغيل : أن الاهتمام الدولي المتزايد بالمقاولات راجع إلى الدور الذي تؤديه على مستوى التشغيل وبالتالي المساهمة في استخدام الأساليب الإنتاجية مما يجعلها أداة هامة لاستيعاب الغرض المتزايد للقوة العاملة

-عدالة توزيع الدخل : إن وجود مقاولات بالعدد الكبير ومقاربة في الحجم ، والتي تعمل في ظروف تنافسية بسيطة تساهم في تحقيق عدالة توزيع الدخل وهذا يساعد في توسيع حجم الطبقة المتوسطة وتقليص حجم الطبقة الفقيرة

-زيادة المسؤولية الاجتماعية من خلال ابتكار منتجات وخدمات تخدم البيئة ومتطلبات المجتمع -المساهمة في الدعم الاجتماعي الحد من البطالة ، محاربة الفقر و الآفات الاجتماعية ، دعم الصحة والتعليم والرياضة و المواهب تنمية المناطق النائية²¹

سادسا: نجاح وتطوير المقاولاتية :

إن المقاولاتية ليست ظاهرة شخص او وحدة أعمال في عزلة عن المحيط او البيئة التي تنشأ فيها ، بل تؤثر وتتأثر بها إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، وبشكل كبير او صغير ، وعليه ومن اجل تطوير المقاولاتية في الجزائر وكذلك في الدول العربية الإسلامية ، وكي تصبح هذه الأمم ريادية تضاهي مثيلاتها في بقية العالم ، فهناك توصيات لآجال القريبة والبعيدة نذكر منها :

واجبات السلطات العمومية المركزية وباعتبارها اولي الأطراف في تطوير المقاولاتية في البلد ، فهي المسؤولية عن التنمية ، فمن أهم التوصيات التي يجب توجيهها لهذه السلطات ما يلي:

الوقوف الفعلي لتنفيذ الإستراتيجية التنموية وكذلك إصدار القوانين التي تسمح في التكوين في مجال المقاولاتية سواء كان ذلك في الجامعات او المعاهد ، بالإضافة إلى المراقبة وضمان جودة التعليم والتكوين المهني من حيث الوسائل ونظم التعليم ، ودعم الجهود في الجامعات التي ترغب أعضاء هيئات التدريس او الطلبة على إنشاء منشآت صاعدة جامعية

اما بالنسبة لواجبات المجتمع في مجال المقاولاتية ، فهو يقوم على تلقين الشباب الاعتماد على الذات بالإضافة الى تشجيع ثقافة خدمة الغير اما فيما يخص واجبات التربية والتكوين والتعليم العام ، فهي تلقين التلاميذ في مراحل الإعدادي المعارف النظرية في الاقتصاد والتسيير وان

²¹ سفيان فتيط ، مرجع سابق ص124

الهدف من التعلم هو الابتكار والأداء الفعال بالإضافة الى توعيتهم حول قيمة العمل والمسؤولية ،وكذلك تدريبهم على الزيارات الميدانية الى المؤسسات الاقتصادية العامة والخاصة بهدف التعرف على عناصر المحيط

كما لا بد على الجامعات والمعاهد العليا ان توفر الدروس والبرامج في مجال المقاولاتية ، بحيث لا تقتصر على قسم بل لا بد أن تشمل مختلف الأقسام حتى يكون هناك وعي أكثر²²

سابعا : استراتيجيات ومعوقات المقاولاتية :

1- إستراتيجية المقاولاتية : هذه الإستراتيجية من أهم الاستراتيجيات التي تدفع منظمات الأعمال لتحقيق رغبات الزبائن والتي يجب على المقاول إتباعها لنجاح مشروعه وتتمثل في

أ-الإبداع : هي عملية الوعي لمواطن الضعف والثغرات والبحث عن حلول واستخدام المعطيات المتوفرة لنقل وتوصيل النتائج للآخرين

ب- الابتكار : وهذا يعني التمكن من الوصول الى فكرة جديدة تؤثر في المؤسسات المجتمعية ،فالابتكار مرتبط بالأفكار الجديدة

ج-المخاطرة : هذه الميزة تميز المقاول عن غيره فهي تتضمن تحمل كل من الربح والخسارة بغض النظر عن مخاطر المنافسة في الأسواق

د-التفرد : يعبر عن التميز من حيث إدخال طرق جديدة في السلع والخدمات الجديدة التي يتم تقديمها .

هـ- المبادأة :تتمثل في المشاركة في مشكلات المستقبل ومدى تقديم منتجات جديدة ، تعتمد على تقنية متطورة تتضمن نسبة عالية من المخاطرة²³

2- معوقات المقاولاتية :

بالرغم من أن المقاولاتية ايجابيات إلا أن هناك العديد من السلبيات والمخاطرة التي تواجه أعمال المقاولاتية أهمها :

²² محمد: اهداف ريادة الاعمال /، مقالة طيوف ، الموقع www.6yof.com تم نشره في 2017/12/17، تم زيارة الموقع يوم 2021/03/27 على الساعة 1:45

²³ بلال خلف السكارنة : الريادة وادارة المنظمات الاعمال ن دار المسيرة ، الاردن ، 2008، ص 52-70

- المخاطرة ، فنجد أن نسب الفشل في المشروعات المقاولاتية ، ترتفع خاصة في السنوات الأولى ، لكن في المقابل يجب على المقاول إدارة هذا الفشل والتعامل معه .
- عدم استقرار الدخل إذ انه يضمن إنشاء مشروع مقاولاتي
- ساعات العمل الطويلة ، فنجاح أي مشروع يتطلب في البداية ساعات عمل طويلة لتحقيق دخل مناسب
- مستوى معيشة اقل يحتاج أي مشروع يتطلب في البداية إنشاء مشروع وتوفير نفقات واستثمار من اجل تنمية مشروع مقاولاتي وهذا يعني مستوى معيشي منخفض للمقاول
- المسؤولية الكاملة ،حيث يواجه المالكين للمشروع المقاولاتي صعوبة في البحث عن مرشدين مما يعرضهم لشعور كبير للمسؤولية
- الإحباط ،فإنشاء مشروع مقاولاتي يتطلب تضحيات كبيرة ،فربما المشكلات التي تواجه المشروع قد تؤدي إلى الشعور بالقلق والاحباط²⁴

ثامنا: المقاولاتية والمفاهيم المتداخلة :

ارتبط مصطلح المقاولاتية بمصطلحات أخرى لها صلة بموضوع المقاولاتية حيث نجد

1-الثقافة المقاولاتية :

هو مفهوم يخضع لتأثير المحيط و العوامل الخارجية حيث تعرف على أنها -مجموعة القيم المشتركة المتقاسمة بين أطراف المجتمع والتي يستعملونها في التعاملات والتبادلات .

التوافق مع العوامل المحيطة ، وتتضمن الثقافة كذلك الأفكار المشتركة بين مجموعات الأفراد وكذا اللغات التي يتم من خلالها إيصال الأفكار بها ، وهو ما يجعل من الثقافة عبارة عن نظام سلوكيات مكتسبة²⁵

ان مفهوم ثقافة المقاولاتية مرتبط بمفهوم الثقافة حيث يمكن تعريفها على أنها مجموع القيم والمعتقدات والتوقعات المشتركة ، والتي تعد كدليل للأفراد ، ينتج من خلالها معايير تؤثر بشكل كبير على سلوكيات الأفراد والمجموعات بإيجاد أفكار مبتكرة ، إبداع في مجمل القطاعات ومحاولة تطبيقها في مجال الاستثمار رؤوس الأموال .

²⁴ وفاء بنت ناصر واخرون ، ريادة الاعمال ، مكتبة الملك ، ط2 ، السعودية ، 2011ص35-36
²⁵ بالقاسم ماضي ، عبير حفيفي ، ثقافة المؤسسة والمقاولاتية ، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الاول حول المقاولاتية : التكوين وفرص الاعمال ن جامعة بسكرة ص14

وبهذا فان الثقافة المقاولية تشير إلى مجموعات القيم والرموز والمثل العليا والمعتقدات والافتراضات الموجهة والمشكلات للإدراك ، والمساعدة في التعامل في مختلف الظواهر ، فهي تمثل روح المقاولية والسبب الرئيسي الفعلي لإنشائها

2- أهمية الثقافة المقاولية :

تمثل الثقافة المقاولية المحرك لإنشاء المقاولات ، فالثقافة تلعب دورا هاما في تماسك الأعضاء والحفاظ على هوية الجماعة و بقائها فالثقافة أداة فعالة في توجيه سلوك أفراد المجتمع ومساعدتهم على اكتشاف قدراتهم على الإبداع واكتساب الثقة بالنفس ، من خلال تحريك الدوافع النفسية والمالية نحو المقاولية

فمن خلال ما سبق يمكن تعريف الثقافة المقاولية على أنها مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد او مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال وذلك بإيجاد أفكار مبتكرة جديدة ، ابتكار في مجمل القطاعات الموجودة في مجمل القطاعات الموجودة إضافة الى وجود هيكل تسييري تنظيمي ، وهي تتضمن التصرفات التحفيز ، ردود أفعال المقاولين بالإضافة للتخطيط ، اتخاذ القرارات ، التنظيم والمراقبة ، كما أن هناك ثلاث أماكن لترسيخ فيها هذه الثقافة هي :العائلة ، المدرسة ،المؤسسة²⁶

تاسعا: وظائف الثقافة المقاولية :

- تستخدم الثقافة كأداة تحليلية للباحثين ، حيث تساهم نماذج الثقافة في فهم التنظيمات الاجتماعية المعقدة .
- تستخدم الثقافة للتغيير ووسيلة من وسائل التطوير
- تستخدم الثقافة كأداة لتحسين سلوكيات محددة ، وأيضا لتهيئة فئات اجتماعية مستهدفة لنقل قيم محددة
- ومن هنا نستنتج ان الثقافة المقاولية مجموعة من الوظائف أهمها :
- تهيئة الإحساس بالكيان والهوية لدى الشباب
- المساعدة على تخفيض معدلات البطالة

²⁶ شواق بن قدور ومحمد بالخير ، أهمية نشاط ثقافة المقاولية وانعاش الحس المقاولاتي في الجامعة ، مجلة الاجتهاد لدراسات القانونية والاقتصادية ، العدد 11 الصادر بتاريخ 11جانفي 2017 ، ص 250-251

- تهيئة إطار مرحلي يساعد على فهم الاتجاهات وأنشطة المقاولاتية ، ويرشد لاتخاذ قرار الخوض في مجال المقاولاتية

عاشرا: خصائص ودور المقاول :

تعريف المقاول : تعددت التعاريف والآراء حول مصطلح المقاول حيث عرفها كل حسب وجهة نظره

- تعريف الاقتصادي جوزيف شومبتر : هو الشخص الذي يريد وقادر على تحويل فكرة الى ابتكار ناجح

-المقاول في التعريف الاقتصادي : يعود الفضل في إدخاله الى النظرية الاقتصادية الى رينشاد كتيلون وجون بي ساي حيث قدموا تعريفا واضحا للمقاول

-تعريف كاتيلون : هو الشخص المخاطر يقوم بتوظيف أمواله الخاصة ، ويعتبر عدم اليقين عنصرا أساسيا في تعريفه فهو الشخص الذي يشتري او يستأجر بسعر أكيد ليبيع بسعر غير اكيد ، فهو يتحمل وحده الخطر المرتبطة بشروط السوق ، وبتقلبات الأسعار وبالظروف الطبيعية

-تعريف شومبتر : هو كل شخص مبدع يقوم باستخدام الموارد المتاحة بطريقة مختلفة ، كما يعتمد على الاختراعات والتقنيات المبتكرة من اجل الوصول لتوليفات صناعية جديدة²⁷

2-خصائص المقاول :

-الطاقة والحركية : انها سلوك ضروري لايمكن الاستغناء عنه ، فعملية إنشاء مؤسسة تتطلب بذل مجهود معتبر ، إضافة الى تهيئة الوقت الكافي والطاقة اللازمة لانجاز الأعمال فعلى المقاول ان يكون نشيطا

- الثقة بالنفس : هذه الثقة تدفعه الى عرض الأفكار جديدة تتميز بالإبداع مقارنة بالآخرين ، كما يتصف بالتواضع والعلو عن التكبر والاعتزاز الزائد بالنفس

- الدافعية نحو التميز وتحقيق الانجازات : للمقاول رغبة دائمة إنتاج الأفكار والأشياء الجديدة و الاستعداد لبذل مجهودات معتبرة من اجل الحصول على الأفكار

²⁷ محمد علي الجودي نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر 3 ، 2015 -2016 ، ص 5-6

- الاستعداد والميل نحو المخاطرة : ان الريادي هو الشخص المخاطر لذلك من أهم ميزة المقاولاتية نجد الميل نحو المخاطرة ، لذلك نجد أهم الشركات الصغيرة التي يملكها شخص واحد هي أكثر ميلا للمخاطرة من الشركات الكبيرة

- الالتزام : لابد أن يستمر المقاول بالتركيز على أهدافه وعدم تخليه عن تخطيط أنشطته ، كما ان سر نجاح المقاول هو التزامه بواجباته التي رسمها لنفسه
- الاندفاع نحو العمل : يظهر المقاول مستوى من الاندفاع نحو العمل أعلى من الآخرين ، حتى ان هذا الاندفاع والحماس يأخذ شكل العناد والرغبة في العمل الصعب والشاق
- التفاؤل : يتميز المقاول بأنه متفائل أكثر من غيره ، مع العلم ان الأشخاص قد يفشلون في تحقيق شيء ما في مراحل الحياة ، وهذا امر لا يمكن تفاديه ، ولكن يجب التعلم من ذلك الفشل الاستمرار النجاح

- القدرة على احتواء الوقت : ينبغي على صاحب الفكرة القيام بتطوير مجموعة من الأنشطة في الحاضر ، والتي سوف لن يكون لها أي اثر إلا لاحقا ، فلا يمكن تصور نجاح مؤسسة دون التفكير في المستقبل وتحديد الرؤية على مدى المتوسط والطويل
- تقبل الفشل : يشكل الفشل جزءا من النجاح وبالنسبة للمقاول الخطأ الفشل والحلم هي مصادر لاستغلال الفرص الجديدة ، وبالتالي تحقيق نجاحات مستقبلية
- التجديد والإبداع : فالاستمرار المؤسسة يجب ان تتطور من الناحية منتجاتها وهياكلها ومخططها الاجتماعي ، لهذا على المقاول ضرورة الانفتاح على التجديد والتطوير ، وهذا ما يتطلب قدرة على التحليل وتوفير الطاقة الأزمة للاستجابة للتوجيهات الجديدة
- المسؤولية الكاملة : فالمقاول باختياره لهذا المنهج عليه تحمل العواقب، فنجاح او فشل مشروع يكون على عاتقه وهو نتيجة للقرارات التي اتخذها ، لذلك فهو مسؤول على كل النتائج المترتبة بالشعور بالاستقلالية القصوى

-تحمل الغموض :المقاول يتمتع بخصائص نفسية تمكنه من ان يكون شخصا غير متأثر بالفوضى وعدم التأكد ، وهذه السمة مهمة للمقاول ، لان الظروف غير متأكدة وغامضة ومعقدة هي ميزة أعمال المقاول ، فالمقاول يتحمل المخاطرة المحسوبة

-القدرة على الإقناع : يمتلك المقاول القدرة على أقناع الآخرين ، وتحفيزهم للتحرك في اتجاه محدد في جو اللياقة والمرونة²⁸

عاشرا: ادوار المقاول :

-توفير الوظائف الجديدة :فالوظائف التي توفرها المشروعات الصغيرة تختلف على الوظائف التي توفرها الشركات الكبرى ، المشاريع الصغيرة عادة ماتدفع أجور نقدية وتقاعد وهو اقل مما تقدمه الشركات الكبرى كما أن العاملين في المشروعات الصغيرة حاصلين على مؤهلات علمية أدنى من تلك التي حصل عليها أولئك الشركات الكبرى وبالتالي فهذه المشروعات تسعى لتكوين فرص وظيفية جديدة تقلل من البطالة²⁹

-تقديم منتجات وخدمات جديدة : ان تبني المشروعات الصغيرة وتشجيعها للاختراعات يساهم بشكل كبير في تحسين موقف التنافس لشركات المشروعات الصغيرة وتثير مختلف الدراسات

- توفر احتياجات الشركات الكبرى : فالمشروعات الصغيرة تلعب دورها ما في نشاط الشركات الكبرى فهي تقوم بدور الموزع ، بالإضافة لدورها كمورد

- تقديم المنتجات والخدمات الخاصة :اغلب المشروعات الصغيرة بقيت لانها تتمكن من تلبية حاجات ومتطلبات الزبائن ، لان نظام الإنتاج فيها يعتمد على التنوع في اغلب الأحيان ، وليس على الإنتاج الواسع³⁰

* كما يقوم المقاول بأنشطة متعددة في المؤسسة حيث انه الشخص الذي يسير المؤسسة وهو الشخص الذي يطورها

* اعتبر جوزيف شميتز المقاول بأنه المنشئ الذي يحدث الإبداع التكنولوجي وهو الأساس في تحريك رؤوس الأموال ، فهو المنظم لقوى العمل³¹

²⁸ عمر علي اسماعيل ، خصائص الريادي في المنظمات الصناعية واثرها على الابداع التقني ، مجلة القادة للعلوم الاقتصادية ، جامعة الموصل ، العدد4 ، الصادر بتاريخ 2010ص64

²⁹ رفاعي واحمد محمد السيد : الادارة المعاصرة ، دار المريخ للنشر والتوزيع ، المملكة العربية السعودية ، الرياض ، 2001، ص146

³⁰ عمر علي اسماعيل ، مرجع سابق ، ص75-76

³¹ نيار نعيمة : الخلفية المهنية والاجتماعية للشباب المنشئ للمؤسسات المصغرة ، دراسة ميدانية لنعيمية من الشباب المستثمر في الوكالة الوطنية لدعم الشباب ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، تخصص تنظيم وعمل ، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 7-8

خلاصة الفصل الأول :

وبهذا تبرز الأهمية العظمى للمقاوالاتية في كونها تجعل الفرد أو المقاول في استطاعته ان يستغني عن الدولة ، لتوفر له او لها منصب شغل الذي يصبوا إليه وكونه تجعله أيضا ينتقل من باحث عن عمل إلى عارض لمناصب الشغل ، وهذا أمرا في غاية من الأهمية باعتبار مساهمة الفرد تجاه اقتصاد ومجتمع بلده ، وكذلك الأجيال القادمة فهي بذلك تسخير الطاقات والمبادرات والموارد بشكل فعلي وفعال في تغطية الطلب على المنتجات والخدمات وتسخير الأمور على ارض الواقع مع توفير الفرص للجميع دون تمييز حيث الجنس او الأصل وفي كل ربوع البلد

الفصل الثالث: الثقافة المقاولاتية في الوسط الجامعي

1. التعليم المقاولاتي في الجامعة
2. أهمية و أهداف التعليم المقاولاتي
3. إستراتيجيات التعليم المقاولاتي لتعزيز روح المقاولاتية
4. مجالات وإستراتيجيات التعليم المقاولاتي وبرامجه
5. أساليب وطرق ترسيخ الثقافة المقاولاتية في المؤسسات الجامعية
6. أهمية الحملات الإعلامية في دعم وتعزيز الثقافة المقاولاتية

تمهيد:

لقد أصبح من وإعداد الكفاءات ، وبناء القدرات المقاولاتية تطوير إلى الهادفة التوعوية البرامج والأنشطة العديد من المتخصصة، من خلال إتباع أنجح الوسائل المتبعة في مجال تشجيع ثقافة المقاولاتية عالميا وهذا لن يتم إلا بعد نشر الوعي حول هذه الثقافة بالدعم الذي تقدمه دار المقاولاتية بالتعاون مع الجامعة من خلال التعليم المقاولاتية لطالبها.

ومن هذا فقد أصبحت الثقافة المقاولاتية ضرورة حتمية تفرضها علينا الظروف الحالية للعصر، كأساس للتقدم بأفكارنا وتطوير إبداعاتنا ومواكبة الدولة المتقدمة.

أولاً: التعليم المقاولاتي في الجامعة:

تؤكد الدراسات على أن التعليم المقاولاتي يمثل ركيزة أساسية وذات أثر واضح في نجاح المشروعات الناشئة، وتظهر هذه الدراسات من أصحاب المشاريع الناشئة ذات التوجه بالمعرفة من خريجي المقاولاتية على أن دخلهم يتزايد عن زملائهم الذين لم يدرسوا المقاولاتية، بما يؤكد على أن التعليم المقاولاتي يساهم في ظهور مقاولين يتسمون بالروح المقاولاتية، وقد أدركت العديد من الدول هذه الحقيقة، فبدأت المقررات الدراسية والبرامج التعليمية في مجال المقاولاتية في الظهور بين المناهج الدراسية للعديد من الجامعات في العديد من دول العالم.

أولاً: مفهوم التعليم المقاولاتي:

يعد التعليم المقاولاتي أهم السبل التي تزود الطالب الجامعي بروح مقاولاتية، لذا يجب الاهتمام بهذا التعليم للتخلص من عوائق التوظيف لدى الطالب وكذا خلق فرص عمل للآخرين، ولقد تعددت التعاريف المتعلقة بالتعليم المقاولاتي فأهم هذه التعاريف:

أ- يعرف التعليم المقاولاتي على أنه مجموعة من أساليب التعليم النظامي الذي يقوم على إعلام وتدريب وتعليم أي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال مشروع يهدف إلى تعزيز الوعي المقاولاتي وتأسيس أو تطوير المشاريع الصغيرة.

ب - ومن جهة أخرى ينظر إلى التعليم المقاولاتي بأنه التعليم الذي يسعى إلى تعزيز احترام الذات والثقة بالنفس بالاعتماد على مواهب الفرد وإبداعه، وبناء المهارات والقيم المناسبة التي تساعد الطلبة على توسيع أفق نظرتهم إلى التعليم المقاولاتي وما بعده من فرص، وتقوم هذه المنهجيات على اعتماد نشاطات شخصية وسلوكية وتحفيزية ونشاطات تخطيط وظيفي.³²

ج- التعليم المقاولاتي هو مجموعة من أساليب التعليم النظامي الذي يقوم على إعلام، تدريب وتعليم أي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية، الاجتماعية من خلال مشروع

³² يونيسكو ومنظمة العمل الدولية، نحو ثقافة للريادة في القرن الواحد والعشرين، تحفيز الروح الريادية من خلال التعليم للريادة في المدارس الثانوية 2010، صص 22-23.

يهدف إلى تعزيز الوعي الريادي وتأسيس مشاريع الأعمال وتطوير مشاريع الأعمال الصغيرة.³³

يعرف بأنه "تلك العملية التي تهدف إلى تزويد الطلاب بالمعرفة والمهارات اللازمة وإثارة دافعيتهم وتعزيزها، وذلك من أجل تحفيزهم وتشجيعهم على النجاح المقاوالاتي على نطاق واسع ومستويات عديدة". وعرف المفكر ألان فايول التعليم المقاوالاتي بأنه كل الأنشطة الرامية إلى تعزيز التفكير، السلوك والمهارات المقاوالاتية وتغطي مجموعة من الجوانب كالأفكار، النمو والإبداع.

وتم تعريف التعليم المقاوالاتي على أنه "مجموعة من أساليب النظامي الذي يقوم على إعلام، وتدريب أي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال مشروع يهدف إلى تعزيز الوعي المقاوالاتي، وتأسيس مشاريع الأعمال أو تطوير مشاريع الأعمال الصغيرة".

ويمكن القول أن التعليم المقاوالاتي هو مجموع الأنشطة والأساليب التعليمية التي تهدف إلى غرس روح المقاوالاتية لدى الأفراد وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتأسيس مشاريعهم الخاصة.³⁴

³³ يونيسكو ومنظمة العمل الدولية، مرجع سابق ذكره، ص23.

³⁴ عصام سيد احمد السعيد إبراهيم ، مدخل لدعم توجه طلاب الجامعة نحو الريادة و العمل الحر ، مجلة كلية التربية ، جامعة بورسعيد، العدد الثامن عشر ، -مصر- 2015

ثانيا: أهمية و أهداف التعليم المقاولاتي:

1-2: أهمية التعليم المقاولاتي: يمكن القول إن أهمية التعليم المقاولاتي تتمثل فيما يلي:

- إن برنامج التعليم المقاولاتي التي لآتم ببنمية القدرة على توفير وظيفة للذات وللغير من خلال إقامة مشروعات ريدية جديدة تقوم بإنتاج سلع خدمات جديدة، لذلك ونظرا لأن المقاولاتية تسعى لبناء نظام اقتصادي يتسم بالإبداع والابتكار، فقد يكون من الأهمية للغاية أن يتم تفعيلها تحت مظلة مؤسسات التعليم العالي ليتمكنوا من استحداث الأفكار الريادية ويبني هذه الأفكار من خلال التعليم المقاولاتي لتصبح مشاريع رائدة منتجة؛
- يعتبر تعليم المقاولاتية خطوة أساسية نحو غرس روح المبادرة وزيادة فرص نجاح الأعمال وصناعة قادة المستقبل لتحمل أعباء النمو الاقتصادي الوطني المتواكب مع لتوجهات العالمية، كما أن تعليم المقاولاتية يزيد من القدرات المتميزة لخلق الثروة من خلال الاستقرار على الفرص مقاولين في الإبداع والابتكار بما يمكن التحول نحو إحداث طفرة في بناء الاقتصاد المعرفي من خلال الأفكار المتجددة ذات العلاقة ببنمية مجتمع المعرفة؛
- كما يسمح التعليم المقاولاتي للعاملين بالمؤسسات القائمة بكسب مهارات نادرة ومبتكرة تمكنهم من زيادة معدل نمو المبيعات بنسبة تفوق قرنائهم بنسبة كبيرة، كما يزيد من احتمال تطوير منتجات جديدة نظرا لأن المقاولين يصبحون أكثر إبداعا، كما يخلق تعليم المقاولاتية المزيد من الفرص المرتبطة بإحداث تقدم تكنولوجيا يستند إلى المعرفة؛
- يؤدي تعليم المقاولاتية إلى زيادة احتمال امتلاك الخريجين لأفكار مشروعات أعمال تجارية ذات التكنولوجيا العالية والتي تخدم التوجه نحو بناء مجتمع المعرفة والمساهمة في التغلب على مشكل البطالة.³⁵

³⁵ فضيلة بوطورة ، أهمية و دور دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية في نشر الثقافة المقاولاتية ، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول التعليم المقاولاتي و الابتكار ايام 10- 11 ديسمبر 2018، جامعة مصطفى اسطبولي- معسكر -، ص 7-8.

تظهر أهميته بإيجاز في كونه :

- الخطوة الأولى في غرس روح المبادرة وزيادة فرص نجاح الأعمال، وظهور مشاريع جديدة وبالتالي خلق فرص عمل مساعدة على التقليل النسبي في البطالة.
- يصنع قادة متكونين، مبدعين، مبتكرين مما قد يساهم في إحداث تغير كبير في مستقبل الاقتصاد و يساهم في تحقيق إستدامة المشاريع وبالتالي تنمية الاقتصاد وإنعاشه .
- يرفع من نسبة الأفكار الجديدة التي تتميز بالابداع.³⁶

2-2 : أهداف التعليم المقاولاتي:

يهدف التعليم المقاولاتي بشكل عام إلى إكساب الأفراد وهم في مراحل عمرية مختلفة سمات المقاولة وخصائصها السلوكية مثل المبادرة، المخاطرة والسيطرة الجوهرية الداخلية والاستقلالية من أجل خلق جيل جديد من المقاولين، ومن هنا فإن أهم أهداف التعليم المقاولاتي تتمثل فيما يلي:

- تمكين الأفراد لتحضير خطط عمل لمشاريعهم المستقبلية.
- التركيز على القضايا والموضوعات الحرجة والمهمة قبل تنفيذ وتأسيس المشروع مثل: أبحاث ودراسات السوق، تحليل المنافسين، تمويل المشروع، القضايا والإجراءات القانونية، وقضايا النظام الضريبي في البلد.
- تمكين الطلبة ن تطوير سمات وخصائص السلوك المقاولاتي لديهم مقل الاستقلالية، وأخذ المخاطرة، المبادرة وقبول المسؤوليات، أي التركيز على مهارات العمل لمقاولاتي والمعرفة اللازمة والمتعلقة بكيف سيبدأ المشروع وإدارته بنجاح.
- تمكين الأفراد ليصبحوا قادرين على خلق مشاريع تقنية متطورة أو منظمات مبنية على التكنولوجيا بشكل أكبر، والعمل على تأسيس المشاريع والمبادرة المقاولاتية لديهم.

³⁶ مجدي عوض مبارك، التربية الريادية والتعليم الريادي والتعليم الريادي مدخل نفسي سلوكي (2001)، عالم الكتب، الحديث، أربد، الأردن، ص86.

- المهارات الإدارية والقدرة على حل المشاكل، القدرة على التنظيم، القدرة على التخطيط، اتخاذ القرار وتحمل المسؤولية.
- تطوير المهارات الاجتماعية: التعاون، العمل الجماعي، القدرة على تعلم أدوار جديدة بشكل مستقل.
- تطوير الشخصية: الثقة بالنفس، التحفيز المستمر، التفكير النقدي، القدرة على التأمل الذاتي، القدرة على التحمل والمثابرة.
- تطوير المهارات المقاولاتية: القدرة على التعلم بشكل مستقل، الإبداع القدرة على تحمل المخاطر، القدرة على تجسيد الأفكار، القدرة على التسيير، تحفيز العلاقات التجارية.
- تحسين قدرة متلقي التعليم المقاولاتي على تحقيق الإنجازات الشخصية والمساهمة في تقدم مجتمعاتهم.
- إعداد أفراد مقاولين لتحقيق النجاح عبر مراحل مستقبلهم الوظيفي ورفع قدراتهم على التخطيط للمستقبل.
- توفير المعارف المتعلقة بمقاولة الأعمال.
- بناء المهارات اللازمة لإدارة المشاريع الريادية ولصياغة وإعداد خطط الأعمال.
- تحديد الدوافع وإثارته وتنمية المواهب المقاولاتية.
- العمل على تغيير اتجاهات جميع فئات المجتمع وغرس ثقافة العمل الحرفي مختلف مجالاته.³⁷
- تمييز وتهيئة المقاولين المحتملين لبدء مشروعاتهم أو التقدم والنمو لمنظماتهم .
- تمكين الطلبة لتحضير خطط العمل لمشاريعهم المستقبلية ، ليصبحوا قادرين على خلق مشاريع تقنية متطورة أو منظمات مبنية على التكنولوجيا بشكل أكبر والعمل على تأسيس المشاريع والمبادرات المقاولاتية.

³⁷ فضيلة بوطورة، مرجع سابق الذكر، ص-ص 10-11 .

- التركيز على القضايا والموضوعات المهمة قبل تنفيذ وتأسيس المشروع مثل: أبحاث ودراسات السوق، تحليل المنافسين، تمويل المشروع والإجراءات القانونية وقضايا النظام الضريبي في البلد.³⁸

ثالثا: إستراتيجيات التعليم المقاولاتي لتعزيز الروح المقاولاتية :

لكي نصل إلى تعليم مقاولاتي يعزز وينمي روح المقاولاتية لدى الطالب وجب إتباع إستراتيجية أو عدة إستراتيجيات لبلوغ ذلك، وبهذا نذكر أهم الإستراتيجيات التي يمكن إتباعها وهي كالتالي:

أولا- إستراتيجية العرض: يتم تحويل المعارف والمهارات التي يتمتع بها المعلم إلى المتعلم، وفي هذه الإستراتيجية يصمم التعليم على شكل توصيل للمعلومات أو حكاية قصة. وتكون أنظمة التقييم على حسب الإنصات والقراءة، وتقتصر على قياس درجة الحفظ لدى الطلبة لكل المعارف التي تم تدريسها لهم.

ثانيا- إستراتيجية الطلب: وهو معاكس للإستراتيجية الأولى، وهو يقوم على الاحتياجات والدوافع وأهداف الطلبة، فإن التعليم في هذه الإستراتيجية يصمم على أساس خلق بيئة ملائمة لاكتساب المعارف، والمعلمين هم مسهلين في حين أن الطلبة لهم دور نشط في المساهمة في تعليمهم.

وتكون نظم التعليم في معظمها من أجل المتكويين، ويكون على الطلبة استعداد آراءهم وأفكارهم على ما تعلموه.

ثالثا - إستراتيجية الكفاءة: وتبحث هذه الإستراتيجية في تنمية وتطوير الاستعدادات للطلبة في حل المشاكل المعقدة باستعمال المعارف والاستعدادات المفتاحية، والتعليم هنا يكون تداخليا بين المعلم والطالب وجعل التعلم ممكنا.

ونظام التقييم يكون مركزا على الاستعدادات المكتسبة من طرف الطلبة لحل المشاكل المعقدة للحياة الواقعية.³⁹

³⁸ مجدي عوض مبارك، مرجع سابق الذكر، ص86.

رابعاً: استراتيجيات أخرى: تبعا للإستراتيجيات السالفة الذكر تتدرج عدة إستراتيجيات أخرى منها :

- المحاكاة والألعاب: أقترح بعض الباحثين أن استعمال المحاكاة يساعد الطلبة على تطوير استراتيجيات واتخاذ عدد أن البيداغوجيا التقليدية تكون غالبا متناقضة مع احتياجات من القرارات لأجل ضمان نجاح مؤسسة صغيرة، يرى Honig التعليم المقاولاتي، ويرى أن المحاكاة تسمح للمشاركين بتجريب أوضاع جديدة وأحيانا غير متوقعة، والتعلم لمواجهة بعض حالات الفشل وتطوير المرونة اللازمة للبقاء في المستقبل، فإن عرض الفيلم سيكون في بيئة أعمال

- استخدام أشرطة الفيديو: ووفقا ل Buckley, Wren et Michaelsen تسمح للطلبة لملاحظة الواقع التسييري من خلال تصرفات المسيرين والخبراء في قطاعات مختلفة.
- استعمال قصص الحياة: قصة الحياة يمكن أن تكون أداة تعليمية ذات أهمية للطلبة في المقاولاتية، يقترح كل من : Rae et Carswell التطوير السير الذاتية يمكن أن يدعم في تعلم مهنة ممكنة للمقاولين.

- دراسات الحالة: حيث يمكن تعريف الحالة الإدارية بأن وصف مكتوب مستخدمين كلمات أو أرقاما لحادث حقيقي أو مشكلة حقيقة أو موقف حقيقي يواجه مديرا أو مجموعة من الإداريين أو مؤسسة ما، ويستخدم هذا الوصف المكتوب في شكل قصة للطلبة في مواقف تعليمية أو تدريبية ويطلب منهم إما تشخيص أسباب المواقف الإدارية وتحليل الحالة، أو اتخاذ قرار، أو اقتراح طرق وأساليب للعمل، أو حلول للمشكلة، وقد يطلب منهم مهمة واحدة من هذه المهمات أو هذه المهمات جميعا.

- التعليم بالتجربة والممارسة : وذلك من خلال تعريض المتعلمين أو الطلبة المقاولين لمواقف حقيقية في بيئة العمل المقاولاتي أو الحر سواء في المصانع أو الشركات أو منظمات الأعمال على اختلاف أنواعها، وذلك بغرض تعريفهم ببيئة العمل، وممارسة العمل الريادي لفترة زمنية معينة، ليكتسبوا خبرات ومعارف ومهارات جديدة، وليبنوا تصورات أفضل عن مهنة المقاولاتية قبل الدخول في ميدان العمل الحر والمقاولات.

³⁹ الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، بسكرة، الجزائر، 2015، 154-155.

- مناقشات المجموعة أو التعليم التعاوني :أي أن يعمل الطلبة في مجموعات أو في أزواج لتحقيق أهداف التعلم في الحوار والمناقشة وتبادل الآراء، حيث يمارس الطلبة أدوارا مختلفة مثل: المنسق، الملخص، المقوم لمسجل، الملاحظ، المشجع، قائد المجموعة، المتحدث باسم المجموعة، أو يمكن من خلال هذه الاستراتيجية تكليف أو الاعتماد على مشاريع أعمال المجموعة أو فريق العمل أو في وضع خطة عمل لمشروعهم المقترح.

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

- أسلوب حل المشكلات بطريقة إبداعية: وهي طريقة منظمة يقوم من خلالها الطلبة بالتفكير بحل مشكلة يشعرون بوجودها وبحاجتهم إلى حلها. فهم يكتسبون معلومات ومهارات ذات صلة بحياتهم ومشكلاتهم وليس من أجل تقديم امتحان والنجاح فيها.

- سياسة لعب الأدوار: وهنا يقوم طالبا أو ثلاثة بتمثيل أدوار عن مواقف اجتماعية افتراضية ويتعلمون من خلال هذه الاستراتيجية كيفية الاستماع بشكل جيد وكيفية التفكير وحدهم.

- الزيارات الميدانية لبعض المنظمات الرائدة: وذلك بهدف التعرف عليها وعلى إمكاناتها وقدراتها وأقسامها ومجال أنشطتها وأعمالها.

ويمكن تشجيع مجموعات المتعلمين على الانخراط في هذه البرامج التعليمية من خلال دعمهم بالحوافز المادية والمعنوية المناسبة، وتفعيل عملية التقييم والمشاركة، وتقديم الجوائز المادية والمعنوية المناسبة، وتفعيل عملية التقييم والمشاركة، (وتقديم الجوائز المختلفة، وإقامة الاحتفالات، ومسابقات خطة المشروع أو العمل بين الطلبة).⁴⁰

رابعا: مجالات واستراتيجيات التعليم المقاولاتي وبرامجه:

1-4: مجالات وموضوعات التعليم : لقد تعددت المجالات المتعلقة بخلق مشاريع جديدة و مقاولين متميزين ومن أهمها:

* المقاولاتية والإدارة: حيث أن المقاولاتية تركز على الفرص السوقية أولا وكيف يمكن إستغلالها وتعظيم إحتمالاتها بينما تركز الإدارة بشكل أساسي على الموارد والتنظيم وإدارة المنظمة بكفاءة وفاعلية .

⁴⁰ فضيلة بوطورة، مرجع سابق الذكر، ص-ص 8-10.

* **مصادر تمويل المقاولين:** حيث تعددت مصادر تمويل المقاولين، فتبدأ من خلال رأس المال الذي يوفره المقاول من ماله الخاص لبدء مشروع، ثم من خلال رأس المال الموالى والذي يتكون من رأس المال المغامر، أو رأس المال المخاطر، ثم مرحلة الاقتراض والائتمان، وأخيرا تأتي مرحلة جن الأرباح من خلال دخول مستثمرين للمشروع ومساهماتهم به .

* **المقولة المؤسسية:** وذلك من خلال إنشاء وتطبيق العديد من الابتكارات الجديدة التي تسهل خلق واكتشاف الفرصة المدركة في بيئة المؤسسة التنافسية، وبناء المشاريع المستقلة والتابعة للمشروع الرئيسي للمنظمة .

* **إستراتيجيات المقاولاتية:** وذلك من خلال خلق المزايا التنافسية باستمرار والتي تؤدي إلى خلق الثروة بشكل كبير للمنظمة، وهذا يتحقق من خلال إستخدام الموارد بأسلوب إبداعي لإكتشاف، وتعريف القيم التنافسية وإستغلال الفرص وتجنب التهديدات .

* **سلوك المخاطرة لدى المقاول:** المقصود بالمخاطرة هنا المخاطرة المحسوبة، أي القدرة على حساب المخاطر الممكن حدوثها على مختلف الأصعدة ومن ثم إتخاذ القرار الملائم لتخطيها .

* **المقولة النسوية وكيفية إنبثاقها وظهورها في المجتمعات.**⁴¹

* **عالمية الروح المقاولاتية أو الإدراك المقاولاتي** وذلك بحكم النمو الهائل في أعداد المقاولين على مستوى العالم .

* **المساهمات الاقتصادية والاجتماعية للمقاولين:** ودور المؤسسة الجديدة التي ينشئها الطال ب/المقاول في تنمية وتطوير المجتمعات، والتي أبرزت جميعها المساهمات العديدة للمقاولين في العالم والتي شملت خلق فرص عمل لإيراد المجتمع، الإبداع والتجديد الاقتصادي .

* **أخلاقيات الأعمال والمقاولاتية:** إن المقاولون يتخذون قرارات عديدة ويقارنون بين بدائل عديدة أخلاقية وغير أخلاقية قانونية وغير قانونية، وهو ما يتطلب سيورة تعليمية محددة المعالم .

⁴¹ ليلي بن عيسى والزهرة ناضري، التعليم المقاولاتي وأثره على التوجه المقاولاتي لدى الطلبة : دراسة استطلاعية لأراء طلبة المقاولاتية بجامعة بسكرة، " مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد: 03/ العدد: 02/ ديسمبر 2019 ، ص 231-246.

4-2 مراحل التعليم المقاولاتي : إن عملية تعليم المقاولاتية تمر بخمس مراحل محددة، كل مرحلة تختلف عن الأخرى وتهدف هذه المراحل إلى خلق مقاول قادر على إنشاء وإدارة مشروعه بنفسه. وهذه المراحل الخمسة تتمثل في :

أ . تعلم أساسيات المقاولاتية: يجب على الطلبة أن يتعلموا ويمارسوا الأنشطة المختلفة لملاكية المشاريع في الصفوف المدرسية الابتدائية، الإعدادية والثانوية، ففي هذه المرحلة يتعلم الطلبة أساسيات الاقتصاد، والفرص والخيارات المهنية الناتجة عنهما، وأن يتقنوا المهارات الأساسية للنجاح في اقتصاد العمل الحر، وهو ما يشجع دافعية التعلم لديهم .

ب. الوعي بالكفاءة: إن الطلبة يتعلمون الحديث بلغة الأعمال، ويرون المشاكل من وجهة نظر أرباب العمل وهذا جانب أساسي في المهنة والتعليم التقني حيث أن التركيز يكون على الكفاءات الأولية واكتشافها لديهم، والتي يمكن تعلمها في مساق خاص بالمقاولاتية أو أن تحتويه المساقات والمناهج الأخرى التي ترتبط بها على سبيل المثال، يمكن أن تصبح عروض المبيعات جزءاً من مناهج مهارات الإتصال.⁴²

ج. التطبيقات الإبداعية: إن مجال الأعمال معقد، لذا فإن جهود التعليم تعطي فرصة للأفراد في هذه المرحلة لاستكشاف الأفكار وتخطيط الأعمال من خلال حضورهم العديد من الندوات والتي تضمن العديد من التطبيقات الإبداعية ومن هنا يكتسب هؤلاء معرفة عميقة وواسعة عن المراحل السابقة. إن هذه المراحل تشجع الأفكار والابتكار وخلق فكرة أعمال التي يتبعها اتخاذ قرار الإنشاء.

د. بدء المشروع: بعد أن يكتسب الأفراد البالغون تجربة العمل المقاولاتي والتعليم التطبيقي، فإن العديد منهم يحتاج إلى مساعدة خاصة لترجمة فكرة العمل المقاولاتي إلى واقع عملي، وخلق فرصة عمل، ويمكن القيام بذلك من خلال توفير الدعم والمساعدة في برامج التعليم التقني والمهن، وبرامج الدعم والمساعدة المقدمة للأفراد في كليات والجامعات، وذلك لتعزيز بدء تأسيس المشروع، وتطوير السياسات والإجراءات للمشاريع الجديدة والقائمة .

هـ. النمو: عندما تنتضح الشركة فإن العديد من التحديات ستواجهها في هذه المرحلة، إذ أن سلسلة من الندوات المستمرة أو مجموعات الدعم يمكن أن تساعد المقاول لتعريف وتمييز

⁴² ليلي بن عيسى والزهرة ناضري، المرجع السابق، ص 235-237

المشاكل المحتملة والتعامل معها في الوقت المناسب، وحلها بفعالية بما يمكن من تطوير المشروع .

لقد تعددت التصنيفات الخاصة ببرامج التعليم المقاولاتي من قبل الباحثين، ففي هذا المجال إنفقت شبكة تنمية الإدارة الدولية ، المنظمة الدولية للعمل وبرنامج الأمم المتحدة لإعطاء تعريف لما سبق لبرنامج تطوير المقاولاتية وهذا المفهوم يشمل مجموعة من مراحل تطوير المقاولاتية، ويبدأ بالثقافة والتعليم والتكوين للشباب، تعزيز الأعمال التجارية، التوعية، الاستمرارية والنمو، ولايعطي البرنامج فقط برامج للمقاولين ولكن تكوين المدربين والمشرفين أيضا.⁴³

إن برامج التعليم المقاولاتي يمكن أن تصنف إلى أربعة أصناف كما هو موضح في الجدول التالي:

أهداف البرنامج	نمط البرنامج
معرفة المزيد عن المقاولاتية ومهنة المقاول	التوعية والتحسيس بالمقاولاتية
تشكيل مهارات تقنية، إنسانية، و إدارية من أجل توليد إيرادات خاصة به، إنشاء مؤسسته الخاصة، خلق مناصب شغل.	إنشاء المؤسسة
الإستجابة للإحتياجات الخاصة للمسيرين المالكين	تطوير المؤسسة
تطوير المهارات من أجل التشاور، التعليم ومتابعة المؤسسات الصغيرة	تطوير المديرين

الجدول 01: أنماط برامج التعليم المقاولاتي

⁴³ ليلي بن عيسى والزهرة ناضري، المرجع السابق، ص235- 237

خامسا: أساليب وطرق ترسيخ الثقافة المقاولاتية في المؤسسات الجامعية:

أولا: أساسيات تكريس وترسيخ الفكر المقاولاتي بالجامعة:

و يمكن إيجازها فيما يلي:

- 1- تحويل دور الجامعة من التركيز على التوظيف إلى التركيز على مبدأ خلق فرص العمل: فيكون السعي ليس فقط لتوافق النواتج التعليمية مع متطلبات التوظيف في سوق العمل، وإنما بناء وتصميم مناهج وتخصصات لتخريج طلاب قادرين على خلق فرص العمل في السوق عبر الاستثمار في الأبحاث والأفكار والمخترعات. وبالتالي تسهم الجامعة بأن يكون للدولة موقعا في التنافسية العالمية، وتُعد خريجها إلى حياة عملية تتوافق مع طبيعة الوظيفة المتغيرة، والتنقل الدولي، والتواصل الثقافي، والاعتماد الأعظم على توظيف الذات. وبهذا المعنى تتحول الشهادة الجامعية من كونها وثيقة للتوظيف إلى بطاقة دخول إلى عالم العمل.
- 2- الشراكة الحقيقية مع أصحاب المصلحة من القطاعات العامة والخاصة والخريجين: وهذا يعني الشراكة المتوازنة التي تتيح للجامعة الاستفادة والتفاعل مع الشرائح المختلفة في المجتمع المحلي والتي يأتي على رأسها الخريجون، الذين يُعتبرون أصولاً استثمارية ضخمة حين تُحسن الجامعة التواصل معهم. هذا إضافة إلى أهمية التركيز على شراكة المنشآت الصغيرة، ورؤود الأعمال، والجمعيات غير الهادفة للربح، والتوسع في إنشاء المشاريع المشتركة، المُعززة لبناء ثقافة ريادة الأعمال في المجتمع المحلي.⁴⁴
- 3- نقل التقنية والمعرفة، ويتم ذلك بالتواصل الوثيق مع الجامعات في جميع أنحاء العالم: المتقدمة في مجال ريادة الأعمال. ومن وسائل نقل التقنية إقامة المراكز العلمية، ومراكز الابتكار، وبرامج الملكية الفكرية، والحاضنات الافتراضية، التي يمتد دورها من تشجيع الأعمال الحرة الصغيرة داخل الجامعة مروراً بتقديم الخدمات الاستشارية، وصولاً إلى استضافة المشاريع ورعايتها حتى التخرج من الجامعة.
- 4- التعليم القائم على الإبداع والابتكار: فريادة الأعمال تتطلب تعليماً قائماً على توليد الأفكار والتأمل والابتكار، وإطلاق العنان للإبداع المتحرر. كما يتطلب التفكير

⁴⁴ مجدي عوض مبارك، مرجع سابق الذكر، 95.

الريادي أن يتمحور الطالب على مفهوم " المنشأة" أثناء الدراسة الجامعية. هذا المفهوم الذي يوجه التفكير والإبداع إلى مكونات وأنشطة ومهارات بناء " المنشأة" ويصبح التعليم التطبيقي المجال الشائع لأساليب التعليم الجامعي . وهذا التعليم يتطلب تبني النظام التعليمي متعدد التخصص الذي يتيح للطلاب فرصة تعدد التأهيل والاختيار من بين التخصصات المتنوعة.

5- القيادة القادرة على توفير الإمكانيات المادية والمعنوية لرواد الأعمال: فوجود الإدارة الواعية بأهمية التوجه نحو ريادة الأعمال والمقتنعة بآليات بناء جيل المعرفة هو أحد أهم عناصر بناء الجامعة الريادية . فنشر ثقافة ريادة الأعمال يتطلب وقتاً طويلاً ويتطلب وضع الخطط الاستراتيجية لذلك، ووضع البرامج التنفيذية لمراحلها .ومن ذلك استحداث البرامج الداعمة لبناء رواد الأعمال في التعليم الجامعي مثل مراكز التميز لريادة الأعمال، والأندية والشركات الطلابية، ومسابقات مشاريع ريادة الأعمال.⁴⁵

ثانيا: دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية مع اشارة للدار بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي:

أولاً- نشأة دار المقاولاتية بالجامعات الجزائرية:

لقد تبنت الجزائر هذا المنهج بإنشاء دار المقاولاتية في بعض الجامعات أولها جامعة قسنطينة سنة 2007 ، وتعتبر تجربة جامعة منتوري قسنطينة رائدة على المستوى الوطني بإنشاء دار المقاولاتية تتكفل بتنشيط ملتقيات وندوات لفائدة الراغبين في انشاء المؤسسات وكذا التكفل بتدريس مادة المقاولاتية في كل أقسام الجامعة، لتليها جامعات أخرى سنة 2013 ، ثم عممت على كافة جامعات الوطن سنة 2014 . وتبرز كلمة "دار" من كلمة "مركز" أو "معهد" الذي يشير إلى الهياكل الأكاديمية والتعليم التقليدي وتستحضر كلمة الدار بنية ودية ، ودود، رحب، متضامن ومنتج للقيم والثقافة. حيث يكون الجو مفيدا لتبادل الأفكار وتنمية روح المبادرة. فدار المقاولاتية الأداة المناسبة لغرس قيم ريادة الأعمال وتعريف الطلاب على الاجراءات التي يجب اتخاذها لتحقيق أفكارهم وإبراز المشاريع ذات القيمة المضافة العالية التي تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني.

⁴⁵ مجدي عوض مبارك، مرجع سابق الذكر، 95.

وتعرف دار المقاولاتية على أنها: "نقطة التقاء بين الجامعة والوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب هدفها الرئيسي تنمية روح المقاولاتية وتكريس الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، والعمال على بعث الأفكار الإبداعية في الوسط الطلابي والخروج تدريجيا من طبيعة المشاريع الابتكارية والتوسع من دائرة المشاريع الابتكارية والتي من شأنها إعطاء دفع جديد للتنمية من جهة، وكذا منح الشريحة الطلابية فرصة إنشاء مؤسسات ناجحة في ميادين مختلفة من جهة أخرى، ومن ثم اقتحام المقاولاتية باعتبارها نواة التنمية الاقتصادية والاجتماعية". وتحت دار المقاولاتية على أنه يجب أن تتضمن الجامعة في اهدافها تعريف الطلاب القيم المقاولاتية تدريجيا، وتزويدهم بالوسائل الفكرية التي تمكنهم من الشروع في مغامرة انشاء مؤسسة، ولهذا الغرض فإن دار المقاولاتية هي عنصر أساسي من الجهاز الذي يسمح لتشجيع روح المبادرة والوعي إلى إنشاء مؤسسات جديدة.

ثانيا- دار المقاولاتية بقطاع التعليم العالي (الرؤية والرسالة) :

لدار المقاولاتية رسالة وهدف تسعى إليها تتمثل في:

- زيادة الوعي وتشجيع الانفتاح على عالم الأعمال؛
- ريادة الأعمال لاسيما من خلال تنظيم الأيام الدراسية؛
- مرافقة الشباب لإنجاح مشاريعهم مرورا بالجامعة لتسهيل مهمة الطلبة في التعامل مع الشركاء الاقتصاديين بالخبرة اللازمة والمطلوبة؛
- إتاحة مساحة مفتوحة للطلبة على هيئات دعم المقاولاتية في الجزائر؛
- همزة وصل بين المتخرجين حاملي الشهادات وبين المؤسسة التي ستشرف على تمويلهم؛
- التدريب وتطوير مهارات محددة لإدارة المشاريع وخلق الأعمال؛
- المرافقة ودعم المشاريع الإبداعية، وتقديم المشورة للطلبة والتواصل مع هياكل الدعم التمويلي.⁴⁶

ثالثا- تعريف دار المقاولاتية بجامعة الوادي:

دار المقاولاتية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي تسعى لنشر الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين عن طريق عديد النشاطات كالأيام الدراسية والندوات والدورات التكوينية

⁴⁶ مفيد عبدلاوي، ورقة بحثية بعنوان: دراسة تقييمية لدور دار المقاولاتية في الربط بين البحوث الأكاديمية ومتطلبات الواقع دار المقاولاتية بجامعة الوادي نموذجا، دار المقاولاتية بجامعة الوادي، ماي 2021، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، ص4

التي تسعى من خلالها إلى زيادة مهارات الطلبة حاملي الأفكار والمشاريع ومحاولة مرافقتهم وربطهم مع هيئات الدعم من أجل الحصول على المرافقة والتمويل. (عبداللاوي، مرجع سابق)

1. أهم نشاطات دار المقاولاتية بجامعة الوادي

الهدف الأساسي لإنشاء دار المقاولاتية بجامعة الوادي هو نشر الروح المقاولاتية وتعزيز الوعي المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين، حيث تسعى الدار إلى تحقيق هدفها من خلال برامج سنوية مسطرة تعمل على تطبيقها من خلال فريق عملها.

3. 1 لجنة قيادة دار المقاولاتية

يتكون فريق عمل دار المقاولاتية الذي يسهر على إعداد وتطبيق برنامج عملها من 06 أشخاص كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول 02: لجنة قيادة دار المقاولاتية بجامعة الوادي

	مدير دار المقاولاتية	الدكتور مفيد عبداللاوي
قطاع التعليم العالي	عضوا	الدكتور عمار مصطفىاوي
	عضوا	الأستاذة كلثوم فرحات
قطاع التشغيل	عضوا	السيد بشير سايجي
قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	عضوا	السيد فتحي ستيبة
	عضوا	السيد محمد الصالح شبل

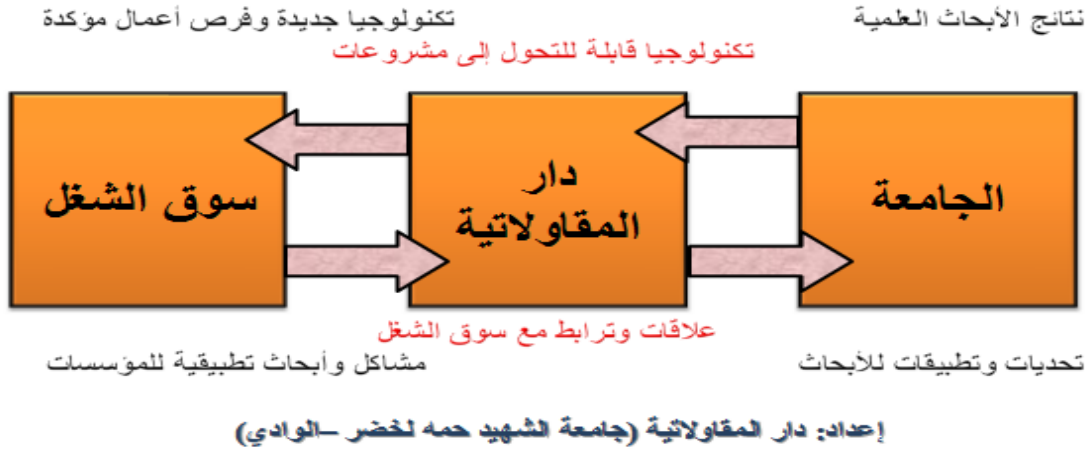
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على وثائق دار المقاولاتية⁴⁷

⁴⁷ مفيد عبداللاوي، مرجع سابق، ص5

3-1 دار المقاولاتية بجامعة الوادي بين البحث العلمي وسوق العمل:

يمكن توضيح العلاقة بين ما يمكن أن تقوم به الجامعة وما يتطلبه سوق الشغل في الشكل الموالي:

شكل 2: العلاقة بين دار المقاولاتية وسوق الشغل



3-2 أهم العمليات التحسيسية لدار المقاولاتية بجامعة الوادي :

يمكن توضيح حصيلة أهم النشاطات التي قامت بها دار المقاولاتية بجامعة الوادي طيلة سنة 2019 في الجدول الموالي⁴⁸:

⁴⁸ مفيد عبدلاوي، مرجع سابق، ص5.

الجدول 03: أهم نشاطات دار المقاولاتية بجامعة الوادي لسنة 2019

أهم الأنشطة	الحدث
<p>شاركت دار المقاولاتية في تأطير دورة تكوينية للطلبة حاملي مشاريع وذلك في إطار الجامعة الشتوية التي أقامتها الدار بالتنسيق مع تجمع الطلبة الجزائريين الأحرار بكلية العلوم الاقتصادية.</p> <p>هذا وقد أقامت يوما دراسيا بالمناسبة تحت شعار آفاق الطالب الجامعي نحو الشغل والاستثمار.</p>	<p>الجامعة الشتوية لدار المقاولاتية آفاق الطالب الجامعي نحو الشغل والاستثمار (من 21 إلى 23 فيفري 2019)</p>
<p>مدير دار المقاولاتية يلقي مداخلة بعنوان: المقاولاتية النسوية كآلية لتمكين المرأة اقتصاديا</p>	<p>مداخلة بمناسبة عيد المرأة، وبدعوى من غرفة الحرف والصناعة التقليدية بالوادي 07 مارس 2019</p>
<p>قامت دار المقاولاتية بتنشيط حصة إذاعية حول الأدوار الإستراتيجية لدار المقاولاتية.</p>	<p>حصة إذاعية 06 أبريل 2019</p>
<p>نظمت دار المقاولاتية بجامعة الشهيد حمه لخضر اليوم يوما دراسيا حول أجهزة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وآليات وطرق التمويل، وذلك من تأطير كلا من الدكتورين مفيد عبداللاوي وعمار مصطفىاوي ومحاضرات كل من الأستاذ محمد الصالح شبل (ansej) و الأستاذ عبد الفتاح فتح الله (cnac).. وقد كانت موجهة لطلبة سنة أولى ماستر جميع التخصصات بكلية العلوم</p>	<p>يوم دراسي حول أجهزة دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 09 ماي 2019</p>

-الاقتصادية.	
<p>قامت دار المقاولاتية بتأطير مائدة مستديرة تحت عنوان "آليات إنشاء المؤسسات عن طريق وكالة دعم تشغيل الشباب. "</p> <p>وقد تم تأطير هذا النشاط المقام بكلية الحقوق والعلوم السياسية من طرف مدير وكالة دعم تشغيل الشباب بحضور أعضاء لجنة قيادة دار المقاولاتية وبحضور طلبة من مختلف مستويات وتخصصات الجامعة.</p>	<p>مائدة مستديرة حول الإجراءات الجديدة لتمويل الشباب عبر وكالة دعم تشغيل الشباب.</p> <p>14ماي 2019</p>
<p>قامت دار المقاولاتية يوم 28 سبتمبر بأبواب مفتوحة للطلبة الجامعيين للتعريف بنشاطات دار المقاولاتية، وذلك تزامنا مع الأيام التحسيسية للضمان الاجتماعي بالجامعة والتي تم على إثرها فتح فرع لوكالة الضمان الاجتماعي بمقر الجامعة.</p>	<p>أبواب مفتوحة حول المقاولاتية</p> <p>28 سبتمبر 2019</p>
<p>نظمت دار المقاولاتية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي يوما دراسيا تحت شعار آليات إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، موجه لطلبة العلوم الإنسانية بكافة تخصصاتهم، وتركز النشاط على الآليات المتوفرة لإنشاء المؤسسات في إطار المقاولاتية لاسيما مع وجود أجهزة الدعم.</p>	<p>يوم دراسي حول آليات إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية.</p> <p>12 نوفمبر 2019</p>
<p>قامت دار المقاولاتية، بتنشيط يوم دراسي حول المؤسسات الناشئة وآليات دعمها، وقد تم افتتاح الندوة من طرف الدكتور سعيد غندير مبرزا ضرورة تركيز الطلبة على</p>	<p>يوم دراسي لدار المقاولاتية موجه لطلبة كلية التكنولوجيا حول المؤسسات الناشئة START UP وآليات دعمها</p> <p>21 نوفمبر 2019</p>

<p>الأفكار المبدعة لاسيما في ظل وجود دار المقاولاتية بالجامعة مؤكدا على ضرورة الاستفادة من نشاطاتها والتأكيد على وجوب دخول الطالب الجامعي إلى سوق الشغل بعد تخرجه. ثم تطرق الدكتور مفيد عبداللاوي في محاضراته "المؤسسات الناشئة START UP: من الفكرة إلى الإنجاز" وبين فيها أهمية المؤسسات الناشئة لاسيما في المجالات التي يحتاجها المرفق العام.</p>	
<p>قامت دار المقاولاتية يوم 2019/11/26 ببيوم دراسي حول "طرق تمويل المؤسسات الناشئة في إطار المقاولاتية الخضراء" وذلك بالتنسيق مع كلية علوم الطبيعة والحياة، وكانت المداخلة الافتتاحية من تقديم مدير دار المقاولاتية الدكتور مفيد عبداللاوي تحدث فيها عن المؤسسة الناشئة Startup الصديقة للبيئة والتي تحترم المعايير البيئية في ظل مرتكزات التنمية المستدامة، وتطرق إدارات وكالة دعم تشغيل الشباب إلى كيفية تمويل المؤسسة الناشئة من الفكرة إلى التجسيد مع إعطاء نماذج عن مؤسسات ناشئة startup في إطار المقاولاتية الخضراء الصديقة للبيئة.</p>	<p>يوم دراسي حول "طرق تمويل المؤسسات الناشئة في إطار المقاولاتية الخضراء" وذلك بالتنسيق مع كلية علوم الطبيعة والحياة.</p>
<p>شاركت دار المقاولاتية بجامعة الشهيد حمه لخضر في الأيام الجزائرية للجودة والابتكار في طبعته الثانية والمنظم من طرف مديرية الصناعة والمناجم، وقد قدم مدير دار</p>	<p>الأيام الجزائرية للجودة والابتكار الطبعة الثانية 2019 18 ديسمبر 2019</p>

<p>المقاولاتية الدكتور مفيد عبداللاوي مداخلة في إطار اليوم الإعلامي التحسيسي تطرق فيه للأدوار التنموية للمؤسسات الناشئة Start up، وقد تضمن النشاط أيضا عديد المداخلات حول الإبداع والجودة والابتكار من الجوانب الاقتصادية، القانونية والميدانية.</p>	
<p>بدعوى من جمعية إيثار لرعاية الأيتام بولاية الوادي، شاركت دار المقاولاتية في اللقاء الخاص بمشروع: أسرة إيثار المنتجة، وذلك بقصد منح واختيار مشروع مصغر منتج يمكن الأرملة من الحصول على مورد مالي خاص بها يحفظ لها كرامتها ويغنيها عن السؤال.</p> <p>وقد كان تدخل دار المقاولاتية تحفيزيا وركز على الاعتماد على الذات والإيمان بالقدرات ثم التحدي وصولا إلى التميز والإبداع وهذه هي مميزات المرأة الريادية.</p>	<p>إيثار والمقاولاتية الاجتماعية</p>

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير دار المقاولاتية بجامعة الوادي.

من الملاحظ خلال عرض أهم أنشطة دار المقاولاتية بجامعة الوادي أن هاته الأخيرة تمتلك دورا محوريا ورياديا في عملية التحسيس سواء للطلبة وحتى الأساتذة على مستوى الجامعة أو حتى على مستوى المجتمع المدني وهو ما يجعلها مركز اهتمام وربط بين الجامعة والمؤسسات الداعمة والتمويلية للمشاريع بل وحتى القطاع الاقتصادي والاجتماعي الذي يعتبر شريكا مهما للجامعة⁴⁹

⁴⁹ مفيد عبداللاوي، مرجع سابق، ص6-ص9.

سادسا: أهمية الحملات الإعلامية في دعم وتعزيز الثقافة المقاولاتية:

يرى العديد من المهتمين بشؤون المؤسسات المصغرة التي يؤسسها عادة خريجي الجامعات، أن الكثير منها عرف فشلا لأسباب كثيرة، أهمها سوء التسيير وغياب روح المقاولاتية، وعدم وجود استراتيجية اتصالية واضحة المعالم للتعريف بها، ومحاولة غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، وعليه تكمن أهمية تصميم حملات إعلامية في هذا الشأن في:

- التعريف المقاولاتية ومحاولة غرس ثقافتها لدى الشباب عامة والطالب الجامعي خاصة.

- التعريف بهيئات أو مؤسسات الدعم المرافقة التي تلعب دورا أساسيا في الدفع من كثافة المقالة، ومحاولة خلق تقارب بين الشباب والطلبة ومختلف هذه الهيئات لتوضيح والإجابة عن كل استفساراتهم المتعلقة بالموضوع.

- الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الشباب أو الطلاب الجزائريين من خلال اعتماد مختلف وسائل الاتصال الشخصية أو الجموعية أو الجماهيرية لتوصيل الرسائل الاتصالية المناسبة لنشر الثقافة المقاولاتية.

- توعية الطلبة بأهمية تبني المشاريع الخاصة بهم، وبالتالي المساهمة في التنمية الاقتصادية والتقليل من نسبة البطالة في البلاد.

- محاربة التردد والتخوف الموجود لدى أغلبية الطلبة من التوجه إلى التخصصات المهنية وتفضيل الأكاديمية عليها، وذلك بسبب عدم توفر الثقة الكافية في أفكارهم ومواهبهم، وعدم امتلاك الجرأة لتنفيذها في مشاريع خاصة خوفا من الفشل.

- تكثيف الحملات الإعلامية لتوعية الشباب والطلبة بأهمية المقاولاتية وتبديد مخاوفهم تجاهها.⁵⁰

- أهم المؤسسات المصغرة أو المقاولاتية عرفت فشلا لأسباب كثيرة وذلك راجع لسوء التسيير، وغياب روح المقاولاتية، وعدم وجود إستراتيجية اتصالية واضحة المعالم للتعريف

⁵⁰ روابحية مريم و علوي اميرة، مساهمة التعليم الجامعي والبحث العلمي في تنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة 08 ماي 1945 قالمة -، الملتقى الدولي حول: " الجامعة و الانفتاح على المحيط الخارجي الإنتظارات و الرهانات" يومي 29 و 30 أبريل 2018 ، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، ص13-14.

بها، ومحاولة غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي ومن هنا تكمن أهمية الحملات الإعلامية في :

أ - التعريف بالمقاولاتية وغرس ثقافتها لدى الطالب الجامعي خاصة.

ب - محاولة خلق تقارب بين الشباب والطلبة، من خلال التعريف بمؤسسات الدعم المرفقة والإجابة عن كل استفساراتهم المتعلقة بالموضوع.

ج - استخدام مختلف وسائل الاتصال والإعلام الشخصية والجماعية لنشر ثقافة المقاولاتية لدى أكبر عدد ممكن من الشباب والطلبة الجامعيين.

د - توعية الطلبة الجامعيين بأهمية تبني المشاريع الخاصة بهم، وزيادة وعيهم للقضاء على نسب البطالة من خلال مساهمتهم في التنمية الاقتصادية.

هـ - دعم الطلبة الجامعيين، وزيادة ثقتهم بأنفسهم، من خلال محاربة التخوف الموجود لديهم في إنشاء مشاريعهم، وذلك من خلال دعم أفكارهم ومواهبهم.

و - تكثيف الجامعة للحملات الإعلامية للطلبة الجامعيين لزيادة وعيهم بأهمية المقاولاتية، وغرس ثقافتها في أذهانهم.⁵¹

⁵¹ غلاب صليحة، و روابحية مريم: فعالية الحملات الإعلامية في تنمية الثقافة المقاولاتية، لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، 2016 - 2017 .

خلاصة الفصل الثاني:

تعد الثقافة المقاولاتية عاملا ضروريا للطالب الجامعي كي يصبح مقاولا ناجحا؛ حيث يتم غرس هذه الروح من خلال التعليم المقاولاتي الذي يقدم المبادئ والركائز التي يسير عليها الطالب كي ينشئ مشروع خاص به، انطلاقا من ظهور الفكرة إلى البدء في المشروع وصولا إلى الاستمرار فيه، وبهذا فإن نشر الثقافة المقاولاتية يكون وفق رؤية مستقبلية، بهدف تحفيز الشباب على إقامة مشروعات ريادية تساهم في بناء اقتصاد نوعي، لذلك كان من أولويات الحكومة التشجيع عليها والعمل الحر خاصة بين الشباب من خلال تنمية الإبداع لديهم، وبناء الثقة وتحويل المجتمعات من مجتمعات نامية إلى مجتمعات رائدة، وبهذا فإن الجامعة تسعى بدورها وبشكل خاص لزرع الروح المقاولاتية بين طلابها، متحدية في ذلك كل الصعوبات بما فيها ذهنية طلابها نحو العمل في الوظيف العمومي الذي يأخذ بدوره الأولوية عندهم، ساعية إلى تغيير وجهتهم نحو القطاع الخاص والمقاولاتية، باعتبارها الأساس في إثبات شخصيتهم ومدى قدرتهم على تحمل الصعاب والمخاطر، فالحملات الإعلامية المكثفة داخل الجامعة التي من شأنها أن تساعد الطلبة على تجسيد أفكارهم على أرض الواقع و ذلك بإنشاء مشاريعهم الخاصة.

الجانب الميداني للدراسة

الفصل الرابع: الاطار الميداني للدراسة

1. مجالات الدراسة
2. منهج الدراسة
3. عينة الدراسة
4. أدوات جمع البيانات
5. عرض النتائج ومناقشتها
6. تحليل ومناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
7. النتائج العامة

تمهيد:

بعد عرض الاطار النظري النظري للدراسة ، والذي يهيب أرضية لمشكلة بحثنا ، وذلك من خلال فصوله الأربعة، ليأتي الجانب الميداني للدراسة الثقافية المقاولاتية لدى الطلبة و إسهام الجامعة في نشرها، وذلك من خلال إجراءات التي سوف يتم إتباعها في هذا الفصل.

ومن أجل أن يكون البحث العلمي ذا قيمة، علمية كبيرة يجب أن تكون عملية معالجة المعطيات الميدانية تستدعي تفريغ البيانات وتحليلها وتفسيرها بالرجوع للإطار النظري إثراء البحث وربطه بالجانب الميداني ، ومن ثم يتم التأكد من صحة أو خطأ الفرضيات، وتحويل المعطيات الكمية إلى كيفية، والحصول على النتائج العامة ، وهذا سيتم التطرق إليه من خلال هذا الفصل.

أولاً: مجالات الدراسة:

1-المجال المكاني:

تم إجراء هذه الدراسة وتحديدًا بالمجتمع الجامعي جامعة الشهيد حمه لخضر بولاية الوادي، وفي كل من الكليات التالية: كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، كلية العلوم والتكنولوجيا، كلية البيولوجيا و أخيرا كلية اللغات.

2-المجال الزمني:

تم تطبيق هذه الدراسة في السنة الجامعية الممتدة بين 2020-2021، وقد دامت الدراسة الميدانية

من 09 ماي 2021 إلى نهاية شهر ماي 2021.

وقسمت إلى مرحلتين ، المرحلة الأولى هي مرحلة استطلاعية حيث تم فيها الجلوس والتحاور مع بعض الطلبة ، حول الدراسة وصولا إلى موضوع دراستنا ، ومحاولة الاتصال في بعض الأوقات بدار المقاولاتية ، المتواجدة ضمن كلية العلوم الاقتصادية والتسيير للحصول على بعض المعلومات التي يمكن أن تساعدنا ، ولكن نظرا للوضع الوبائي والبروتوكول الصحي الصارم المفروض من قبل الجهات الوصية لم يتسنى لنا إتمام الإستطلاع على أكمل وجه ، أما المرحلة الثانية فتم فيها تطبيق استمارة إلكترونية نشرت بتاريخ 2021/05/17 في المجموعات الخاصة بالطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الإجتماعي مثل فيسبوك وغيره وذلك نظرا لإحترام توجيهات البروتوكول الصحي وشعور بمسئوليتنا في واجبنا بوجوب الحفاظ على الصحة العامة والحد من الانتشار لوباء الكوفيد 19 ، وقد استغرقت عدة أيام لضبطها في صيغتها النهائية ، وشرع للعمل الميداني بعد حصولي على الموافقة من طرف أستاذي المشرف ، وتم نشر الإستمارات كما أسلفنا الذكر خصوصا في مجموعات الكليات المستهدفة في بحثنا والتي تحتوى على عدد أعضاء كبير ، وتم الإنتهاء منها بتاريخ 28 ماي 2021، ومما ساهم في إختيارنا للأستبيان الإلكتروني هو إختلاف في تواريخ الرزنامة الدراسية لجميع المستويات والأطوار والذي سيجعل من مهمة جمع المعلومات وتوزيع الإستبيانات مهمة شاقة جدا وغير مضمونة النتائج أو الإرجاع.

ثانياً: منهج الدراسة:

إن اختيار منهج معين يتوقف على طبيعة الموضوع ، وعلى نوع البيانات المراد جمعها ، لأجل ذلك تم استخدام المنهج الوصفي قصد تشخيص وكشف جوانب الظاهرة المدروسة ، فالمنهج الوصفي لا يقف عند حدود وصف الظاهرة محل الدراسة ، لكن يذهب أبعد من ذلك فيحلل ويعتبر ويقارن ويقيم الأدلة للوصول إلى تكوين رصيد معرفي معتبر حول الموضوع.

ويعتبر المنهج الوصفي طريقة منتظمة لدراسة حقائق راهنة ، متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد، بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة⁵²

كما يعتبر بأنه احد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كما وكيفاً عن طريق جمع وتحليل البيانات وإخضاعها للدراسة الدقيقة.⁵³

من خلال ما سبق نفهم بان وصف الظاهرة يكون بالوقوف على العوامل التي أثرت عليها ، وذلك بجمع المادة العلمية المتعلقة بها وتحليلها كما وكيا وتفسيرها في ضوء الفرضيات والدراسات واستخلاص نتائجها . بحيث يقدم المعلومات في صورتها الواقعية للظاهرة وتشخيصها ومعالجتها.

في دراستنا هذه اعتمدنا على هذا المنهج لأنه الأنسب للظاهرة المدروسة وإختيارنا له بسبب نوع الدراسة و أهدافها ، فيعطي مصداقية و موضوعية للموضوع ، لمعرفة واقع الثقافة المقاولاتية في ذهنية طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر ، والوقوف على مدى إستعداد الطلبة لإقتحام عالم المقاولاتية ومحاولة تحديد الأسباب التي تجعلهم يترددون في التعرف على المقاولاتية وإتخاذها كسبيل وظيفي مستقل لهم.

⁵² بلقاسم سلاطينة وحسان الجيلالي : المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية ، المنهل ، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص - 133 .
⁵³ فهد سيف الدين غازي ساعاتي : مناهج البحث العلمي في الإدارة الرياضية ، المنهل ، دراسات في الإعلام ، دار العربي للنشر والتوزيع ، ص 93 ،

ثالثاً: عينة الدراسة: نظراً لتركيز الدراسة حول الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين على مستوى الجامعة ، وباعتبارها آخر مرحلة تساعد الطالب في تشكيل قرارته ، تمثل مجتمع الدراسة في الطلبة الجامعيين الذين يزاولون دراستهم في كل من: كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، كلية الإقتصاد والتسيير، كلية التكنولوجيا، كلية البيولوجيا، كلية اللغات بجامعة الشهيد حمه لخضر وعليه تم أخذ عينة ب100 مفردة من جميع الكليات المذكورة.

لم تكن بذلك النسبة متساوية ، فقد تم اعتماد العينة العشوائية البسيطة ، بحيث تم الأخذ من الطلبة بصفة عشوائية ، وأي فرد كان يحمل صفة طالب لكل من هذه الكليات كان محل إجراء استمارة معه ، وذلك عن طريق التوجيه الإلكتروني.

وتعرف العينة العشوائية البسيطة بأنها تلك العينة التي يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي الذي أخذت منه، نفس الفرصة بأن تكون ممثلة في هذه العينة، وهي أكثر أنواع العينات الإحصائية شيوعاً كما تستخدم عندما يكون المجتمع الإحصائي متجانساً.⁵⁴

وكان السبب الرئيسي و راء اللجوء لاستخدام هذا النوع من العينات هو أنه إذا أحسن اختيارها فالعينة ممثلة لجميع المجتمع.

ولذلك تم تقصد دراسة الطلبة الجامعيين الذين هو في الجامعة وعلى إطلاع على دار المقاولاتية والثقافة المقاولاتية ، ومحاولة تبيان واقع الثقافة المقاولاتية لديهم .

⁵⁴ كمال سالم أبو ظاهر : العينات الإحصائية ، دون ذكر دار النشر وبلد النشر ، - 2017 ، ص 06 .

رابعاً: أدوات جمع البيانات:

يركز الباحث على تقنيات لجمع المعطيات والبيانات بالظاهرة المراد دراستها، واختيار التقنية أو الوسيلة المعتمد عليها يتوقف أساساً على طبيعة موضوع الدراسة والهدف المراد الوصول إليه.

ففي علم الاجتماع تختلف أدوات جمع البيانات والمعلومات واعتمادها من دراسة لأخرى ، إذ تختلف الأدوات فيما بينها ، هنا تظهر قدرة وإمكانية الباحث في اختياره المناسب للأدوات المناسبة والتي تخدم بحثه وكذلك وما يتناسب مع تحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة أو البحث لذلك تمت الاستعانة بعدة أدوات في جمع المعلومات تتناسب وموضوع الدراسة والمتمثلة في:

1-الملاحظة:

تعد الملاحظة من أهم الطرق المستخدمة لجمع البيانات كغيرها من الاستمارة والمقابلة ، وأغلبية السلوك يتم دراسته عن طريق الملاحظة ومعظمها تكون ملاحظة مباشرة ، وجه لوجه ، بين الباحث والمبحوث ، وهي من أهم الوسائل التي يستعملها الباحثون الاجتماعيون والطبيعيون في جمع المعلومات والحقائق من الحقل الاجتماعي أو الطبيعي الذي يزود الباحثين بالمعلومات ومنه هي رؤية وفحص ظاهرة موضوع الدراسة مع الاستعانة بأساليب البحث الأخرى التي تتلاءم مع طبيعة الظواهر المدروسة.⁵⁵

هي المشاهدة أو مراقبة السلوك لظاهرة معينة تستدعي التعرف أو التمييز، وتسجيل المعلومات عنها أولاً بأول ، وكذلك الاستعانة بأساليب الدراسة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج ، والحصول على أدق المعلومات. وتعرف الملاحظة العلمية على أنها: (المشاهدة الدقيقة لظاهرة من الظواهر، أو لمجموعة منها، بالاستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب ، التي تتفق مع طبيعة هذه الظاهرة ، بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الداخلة فيها).

ومن هنا تتبع أهمية الملاحظة كأداة هامة لجمع البيانات والمعلومات حول الظواهر المدروسة ، حيث كانت من الاسباب وراء اختيار موضوع الدراسة والمتمثل في ثقافة المقاولاتية للطالب الجامعي، كانت الدراسة بمؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي ،

⁵⁵ فارس عباس البياتي : علم الاجتماع دراسة تحليلية للنشأة والتطور ، دار غيباء ، للنشر والتوزيع ، عمان الأردن ، ص46.

وباعتبارها من القطاعات الحساسة التي تؤثر على الطالب الجامعي ، وموقفه من هذه الظاهرة حديثة النشأة وتواجدنا في الجامعة لمدة معتبرة من السنوات ساعدت على معرفة رأي الطلبة ، سواء الجدد أو الدارسيين من قبل ، نتيجة أننا يجمعنا محيط واحد والمتمثل في الجامعة مركز التعليم وإعداد الأجيال نحو سوق الشغل ، هذه السنوات كانت كفيلة لمعرفة أهم المهام التي تقدمها الجامعة للطالب الجامعي و مدى الإتصال فيما بينها ، و أهم أفكار الطلبة إتجاه الجامعة وبالخصوص دار المقاولاتية التي هي محل دراستنا. وما لاحظناه أنه رغم الأعداد الهائلة للطلبة الجامعيين، إلا انه هناك عراقيل عديدة تجعله غير قادرة على تغيير فكرته عن الجامعة وعن العمل ، وعلى أن الدولة تخلت عن الوظيف العمومي ولجأت إلى إدخال فكرة المقاولاتية داخل الأوساط الجامعية التي هي محل تكوين الطالب ، وبالإضافة إلى مختلف الجامعات الأخرى وفي مختلف التخصصات لتوحد ثقافة المقاولاتية في جميع المستويات الجامعية.

2- الإستمارة:

إذ تعتبر من أنسب الوسائل المستعملة وأكثرها شيوعا في الحصول على البيانات وتعرف الاستمارة على أنها " نموذج يحتوي على مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف أو اتجاه" كما تعرف بأنها " أداة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، وأحيانا تكون الاستمارة الأداة العلمية الوحيدة للقيام بالدراسة الميدانية وتستعمل الاستمارة كثيرا هذا راجع لأنها توفر الوقت في الحصول على المعلومات ومن خلالها يتم التعرف على المبحوث، ومدى صدقهم في الإجابة على أسئلة الاستمارة وبالتالي مقابلتهم. فهي لا تتطلب جهدا كبيرا وتتميز بالسهولة في التنفيذ ، لذلك تم اللجوء إليها في هذا البحث ، بحيث تتكون استمارتنا من مجموعة من الأسئلة المغلقة والأخرى مفتوحة ، هذه الأسئلة تتميز بالبساطة للتمكن من جذب المبحوث للإجابة ، وكذلك تتسم بالترتيب والوضوح للتسهيل على الباحث الإجابة بكل راحة.

ولصياغة الاستمارة في صورتها النهائية لابد من إتباع عدة خطوات تتمثل في:

1- تحديد نوع المعلومات التي يرغب الباحث في الحصول عليها والتي تخدم بحثه.

2- تحديد شكل الأسئلة وصياغتها بتسلسل .

3- تحديد الاستمارة لإعدادها في صورتها النهائية، ومن أجل صياغة الاستمارة تم القيام

ب: - صياغة استمارة أولية معتمدة في إنجازها على المعلومات المتوفرة في الجانب

النظري، وبالخصوص اعتمادنا على الفرضيات وإعادة صياغتها في شكل محاور وتم

عرضها على الأستاذ المشرف للمرة الأولى ، لإبداء رأيه حول الطريقة والمنهجية المعتمدة ،

وصياغتها والتعديل فيها. مرة ثانية ثم فيها إعادة صياغة الاستمارة ، بناء على آراء الأساتذة

المحكمين وكذلك تجربتها على بعض الطلبة للتأكد من مدى استجابتهم لدرستنا ، أما

المحكمين فقد عملوا على معالجة الاستمارة من جانبها الشكلي فقط ، باعتبار أنهم لابد من

الإطلاع على الموضوع بشكل معمق حتى يتمكنوا من إعطاء النقد الجيد والبناء ، وبعد

تصحيحها مرة أخرى تم تسليمها إلى الأستاذ المشرف لإعادة الإطلاع عليها للمرة الأخيرة ،

ويتم صياغتها في صورتها النهائية.

وقد أعتمدنا في بحثنا هذا على الإستمارة الإلكترونية والتي هي إستمارة تنشئ من خلال

المواقع المختصة في توفير قوالب إستمارات على الويب ويتم الإجابة عليها أون لاين من

قبل المبحوث، وقمنا بالتعاون بخدمة " نماذج جوجل" المختصة في صنع نموذج على شكل

صفحة ويب يحتوي على عدة أسئلة يمكنك إنشائها والتحكم في عددها وكذلك طريقة الإجابة

عليها بتحديد نمط الإجابة، وهي خدمة حديثة مشهورة جدا خصوصا وسط الباحثين لكونها

أصبحت توفر الجهد والتكلفة التي قد يتكبدها الباحث عناء إنجازه لبحثه، ولأن التوجه الرقمي

للعالم الحديث أصبح يفرض علينا مواكبة العصر خصوصا في ما يتطلبه الأمر من جهد

وسرعة في الإنجاز، وقد وفرت علينا الإستمارة الإلكترونية جهدا كبيرا من حيث تحديد وبلوغ

العدد المطلوب للعينة كما أن سهولة تعبئتها ساهم في إنتشارها، كما أنها وفرت علينا الوقت

والجهد مقارنة بإعداد إستمارة ورقية وما تتطلبه من جهود مضاعفة وتكلفة باهظة.

ويرجع سبب إختيارنا للإستمارة الإلكترونية لعدة أسباب نذكر منها:

1- الوضع الوبائي لفيروس كورونا كوفيد19 الذي إنتشر بالعالم وخطورة المخالطة مع

الطلبة وما تحمله من مخاطرة تنقل العدوة

2- البروتوكول الصحي والشديد والصارم الذي شدد على التباعد الإجتماعي والتزام إجراءات الوقاية

3- شعور أفراد البحث بالمسؤولية تجاه الجامعة والقيام بواجبهم من الإلتزام بالبروتوكول الصحي وتجنب التجمعات إلا للضرورة

4- التوجه الرقمي للجامعة والطلبة وانتشار إستعمال الوسائل الإلكترونية بين الطلبة وحسابات الجامعة شجعنا على المبادرة في تولي زمام الأمور و إدخال هذه الطريقة لعلها تساعد مستقبلا بعض الباحثين في إعداد مذكراتهم.

5- سهولة إستخدام الموقع من قبل الباحثين والمبجوثين و تقديمه لخدمة تفرغ البيانات ومعالجتها إحصائيا بدقة كبيرة جدا وكذلك التمثل بالأشكال البيانية وفق خوارزمية برنامج spss الغني عن التعريف.

ويمكنك الولوج للإستمارة من خلال هذا الرابط:

[إستمارة بعنوان ثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي \(google.com\)](http://google.com)

وقد تضمنت استمارة بحثنا 29 سؤال من قسمة على نوعين من البيانات التي انقسمت إلى:

أ- **البيانات الشخصية:** قد شكلت المحور الأول للإستبيان

ب- **البيانات العامة:** وشكلت المحور 2-3-4

المحور الثاني: الذي مفاده المقومات الشخصية المتعلقة بالثقافة المقاولاتية والذي يشمل الأسئلة من السؤال 5 إلى السؤال 14

المحور الثالث: حول التعليم الجامعي وعلاقته بالثقافة المقاولاتية والذي يشمل الأسئلة من السؤال 15 إلى السؤال 23

المحور الرابع: حول أساليب وطرق نشر المقاولاتية وشملت الأسئلة من السؤال 24 إلى السؤال 29

خامسا: عرض النتائج ومناقشتها:

1- عرض النتائج وتحليلها:

المحور الأول: البيانات الأساسية:

الجدول 1 : يوضح عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	87	%73.1
إناث	32	%26.9
المجموع	119	%100

من خلال الجدول أعلاه يتضح بأن الجنس الغالب في مجتمع الدراسة هو الذكور وذلك بنسبة %73.1 أما فئة الإناث فهم الجنس الأقل وذلك بنسبة %26.9، ويرجع ارتفاع نسبة الذكور عن نسبة الإناث إلى أن معظم الطلبة يحرصون على إقتحام عالم الشغل والعمل وشعورهم بواجب القوامة والكفالة المرتبط فطريا مع طبيعة الفرد الذكر.

الجدول 2 : يوضح عينة الدراسة حسب السن

العمر	التكرار	النسبة المئوية
25-18	83	%69.7
30-26	17	%15.1
35-31	6	%5
40-36	9	%7.6
أكثر من 40	4	%3.4
المجموع	119	%100

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه والمتعلق بمتغير السن أن الفئة العمرية الأكثر استخداما في هذه الدراسة هي فئة الشباب من (18-25) والتي قدرت بأعلى نسبة 69.7%، وهذا راجع حسب تقديرنا إلى أن طلبة الجامعة ينتمون أغلبهم إلى فئة الشباب الجامعي، أما الفئة الثانية المتراوحة أعمارهم ما بين (26-30) فقدت نسبتها ب 15.1%، فمعظم الطلبة في هذه الفئة قد رسبوا في دراستهم من قبل أو دخلوا في مرحلة متأخرة لتليها مختلف الفئات الأخرى من (31-35) والمقدرة بنسبة 5% ثم الفئة من (36-40) و المقدرة بنسبة 7.6% و الأخيرة فئة (أكثر من 40 سنة) التي قدرت بنسبة 3.4% ليدل أن هذه الفئات تتوقف عن الدراسة لفترة ثم عادت لإكمالها أو تراجع إلى تغييرهم لنظام الدراسي الكلاسيكي إلى الحديث، وعلى الرغم من هذه النسب فذلك لا يعني أن السن أو العمر قد يكون عائقا في إنشاء الفرد للمؤسسة وتكوين ثقافته المقاولاتية.

الجدول 3 : يوضح عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
47.9%	57	طالب ليسانس
50.4%	60	طالب ماستر
1.7%	2	طالب دكتوراة
100%	119	المجموع

توضح معطيات الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي للمبحوثين والذين يمثلون طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، وحسب نتائج تفريغ البيانات نجد أن فئة طالب ماستر صاحبة أكبر نسبة والمقدرة ب 50.4% ويرجع ذلك للوعي الذاتي المصاحب لمعدل السن لهذه الفئة حيث يتميزون بالنضوج و جدية التفكير في البحث عن خلق فرص عمل و مصادر إنتاج المال والحصول على وظيفة أفضل، ذات ضمان و راتب أعلى وذلك لكونهم يقفون على مشارف نهاية المشوار الدراسي مما يستدعي تفكير جدي لإقتحام الحياة العملية مسلحين بمشروع أو منصب شغل يضمن لهم استثمار جهودهم

الدراسية مستقبلا، وتليها الفئة الثانية وهي طلبة الليسانس و المقدره بنسبة 47.9% ويرجع ارتفاعها الملحوظ إلى أن في هذه المرحلة من التكوين يسعون أكثر للحصول على وظائف وتكوين أنفسهم وتفكيرهم مرتكز أكثر على مستقبلهم المهني وبالتالي فطلبة الليسانس لهم خلفية أكثر عن الفكر المقاولاتي داخل الجامعة، وخارجها، بسبب زيادة إطلاعهم بالجانب المقاولاتي وأن فكرة المقاولاتية تم إدخالها في تخصصهم في مرحلة تسمح لهم بزيادة وعيهم بها والعمل عليها، أما الفئة الثالثة وهي طلبة الدكتوراة فنجده نسبة محتشمة جدا والمقدرة ب 1.7% والسبب في ذلك هو هيمنة فكرة التعمق في الميدان الدراسي وطلب العلم على حساب ضمان منصب عمل أو مشروع مقاولاتي وسط هذه الفئة ما يفسر النسبة الضعيفة.

الجدول 4 : يوضح عينة الدراسة حسب الكلية

الكلية	التكرار	النسبة المئوية
العلوم الاجتماعية و الانسانية	58	48.7%
العلوم التسيير الاقتصاد	6	5%
العلوم التكنولوجيا	48	40.3%
العلوم البيولوجيا	4	3%
اللغات	3	3%
المجموع	119	100%

يوضح الجدول أعلاه نسبة توزيع العينة حسب الكليات التي يدرس فيها ونجد أن أكبر نسبة لصالح طلبة كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية بنسبة 48.7% ويمكن تفسير ذلك بزيادة أعداد الطلبة في الكلية خاصة في قسم العلوم الإجتماعية، بالإضافة إلى قسم العلوم الإنسانية مما يدل أن أغلب الطلبة تلقوا نوع من التدريس والتكوين وتخصص المقاولاتية . بالإضافة إلى أن كلية العلوم الإنسانية بطبعها تتميز بالعلاقة الإنسانية والاجتماعية فيما بين الطلبة، فهم بذلك يسعون إلى حب الإطلاع، بالإضافة إلى الاتصال الودي في المناسبات المختلفة خاصة المتعلقة بالطلبة، فهم بذلك يسعون للحفاظ على رأس مال الاجتماعي.

ثم تليها كلية العلوم التكنولوجية والتقنية بنسبة 40.3% ونجد أن التفسير الأمثل لذلك هو انه ومع توقف مسابقات التوظيف من طرف الدولة وإقصاء اصحاب التخصص التكنولوجي من معظم المسابقات الادارية وحصرها في المجال الوظيفي التقني نجد ان طلبة التكنولوجيا يتوجهون نحو إنشاء مشاريع خاصة يستثمرون فيها مهاراتهم العلمية والتقنية وتكوينهم الذي تلقوه في مسارهم الدراسي الى تجسيده في شكل مشروع مقاولاتي يتيح لهم العمل وفق مجالهم التكويني، وتليها كل من كلية الاقتصاد بنسبة 5% و كلية اللغات بنسبة 3% و البيولوجيا بنسبة 3% ويرجع ذلك لطبيعة الوظائف المرتبطة بهذه التخصصات حيث أنها وظائف مستقرة ومحدودة وتعد جزء من اجزاء الهيكلية التنظيمية لأي مؤسسة فتبقى مجرد منصب عمل او وظيفة لا ترقى إلى مشروع مقاولاتي وهو ما نلمسه في ذهنيات طلبة هذه التخصصات الذين يسعون دائما لضمان منصب عمل حكومي او في القطاع الخاص ويمنحون له الاولوية القصوى.

المحور الثاني: مدى انتشار ثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين:

الجدول 5 : يوضح عينة الدراسة حسب ادراك مفهوم المقاولاتية:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	69	58%
لا	50	42%
المجموع	119	100%

توضح معطيات الجدول رقم 05 مدى معرفة عينة الدراسة بمفهوم المقاولاتية، فمعظم المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 58% وهذا يدل على أنهم يعرفون معنى المقاولاتية، أما الذين أجابوا بلا فقدت بنسبة 42% ويمكن تفسير أكبر نسبة أن هناك فكر مقولاتي فيما بينهم، وأن المقاولاتية حسبهم تقوم على أساس الإبداع والابتكار، هذه الأخيرة تساهم في النمو الاقتصادي، وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية كما تساهم في تخفيض من نسب البطالة، والذين لا يدركونها يمكن إرجاع السبب إلى عدم تواصلهم في هذا المجال، وبالتالي نقص وعيهم بهذا المفهوم الحديث، ومما سبق يعني سيطرة النظرة الإيجابية للمقاولاتية.

الجدول 6 : يوضح عينة الدراسة على حسب الرأي في ماهية الثقافة المقاولاتية:

الإحتمالات	التكرار	النسبة
ثقافة إنشاء مشروع	89	74.8%
روح المغامرة والمخاطرة في عالم الأعمال	28	23.5%
قيم و معتقدات مؤسسية	2	1.7%
المجموع	119	100%

من خلال الجدول 06 نجد أن أكبر نسبة 74.8% لإجابة ثقافة إنشاء مشروع ويفسر ذلك على أن غالبية الطلبة تربط في أذهانها فكرة المقاولاتية بالمشاريع خصوصا الميدانية حيث أن تجسيد فكرة مقاولاتية يكون من خلال القيام بإنشاء مشروع ومنه يرتبط مفهوم الثقافة المقاولاتية بمجموعة الخبرات والمعلومات و الاستطلاعات والإجراءات و الطرق والاساليب

الموجودة في سوق العمل والتي تشكل لنا ككل ما يسمى بالثقافة التي تسمح لمن يدركها بإنشاء مشروع أي كان ميدانه.

ونجد في الإحتمال الثاني وهو روح المغامرة والمخاطرة في عالم الأعمال نسبة 23.5% ويرجع ذلك لتصور المبحوثين المصوتين على هذه الاجابة على تناظر مفهوم المقولة بمفهوم المخاطرة عندهم حيث أن من صفات المقاول الناجح ان يكون مغامر ومخاطر ويتحلى بالشجاعة العملية والتي تمكنه من انجاح مشروعه.

ويأتي اخيرا احتمال معتقدات وقيم مؤسساتية بنسبة 1.7% حيث أن الطابع الفردي للمقاولاتية يغلب دوما على الطابع الجماعي والذي من اشكاله المؤسسات والمنظمات ولأن المشروع المقاولاتي دوما ما يخضع لتسيير من قبل الشخص المنشئ للمشروع فبالتالي يكون شكل مشروعه مختصرا نشاط عملي وليس في شكل مؤسسة او منظمة وهو ما لا يستدعي وجود القيم والمعتقدات مؤسساتية.

الجدول 7 : يوضح عينة الدراسة على استعداد لدخول عالم المقاولاتية

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	55	46.2%
لا	64	53.8%
المجموع	119	100%

نلاحظ من خلال معطيات الجدول 07 أن نسبة المصوتين ب لا قد بلغت 53.8% و يمكن تفسير عدم إستعدادهم لدخول عالم المقاولاتية من خلال سيطرة فكرة التوظيف الحكومي على اذهان الطلبة حيث ان عقلية الإعتماد على الدولة تكبح المهارات والقدرات والعقول وتجعلها دوما في منصب الخائف من المغامرة والمفضل لسياسة الاستقرار المالي على المخاطرة في سبيل نجاح المشروع المقاولاتي.

ونلاحظ ان نسبة المصوتين بنعم قد بلغت 46.2% حيث تخبرنا هذه النسبة على استعدادهم لدخول عالم المقاولاتية ويرجع ذلك للتوجه الجديد الذي يشهده سوق العمل والذي يركز على تشجيع انشاء المشاريع الخاصة ورافق التسهيلات مع خارطة طرق قيام المشاريع المقاولاتية مما يشجع الطلبة على التفكير جديا في اقتحام الميدان المقاولاتي وتناسي القطاع الوظيفي العام الحكومي.

الجدول 8 : يوضح عينة الدراسة حول تلقي في بعض الاحيان توصيات بدخول عالم المقاولاتية:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	39.5%
لا	77	60.5%
المجموع	119	100%

من خلال الجدول 08 تحصلنا على نسبة 60.5% يقرون بأنهم لم يتلقوا توصيات بدخول عالم المقاولاتية ويرجع هذا الأمر الى الضعف الحاصل في نشر مفهوم المقاولاتية وسط الطلبة من قبل الهيئات المختصة والتي بقيت جهودها حبيسة التنظير دون النزول للميدان الفعلي، ونجد أن نسبة 39.5% يقولون بأنهم تلقوا توصيات بدخول عالم المقاولاتية ويرجع هذا الأمر لشخصيات الافراد المصوتين حيث ان الشخصيات التي تهتم دوما بالوقوف على كل ماهو جديد في سوق العمل حتما سيتعرضون لمجموعة توصيات تشجعهم على دخول المقاولاتية من خلال الإحتكاك بمصادر نشر الثقافة المقاولاتية.

الجدول 9 : يوضح عينة الدراسة حسب التمتع بمهارات و مقومات تخولهم لان تصبح
مقاول:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	57	%48.7
لا	62	%51.3
المجموع	119	%100

نجد في الجدول 09 ما نسبته %51.3 اجابوا بأنهم لا يملكون مهارات ومقومات نخولهم بأن يصبحوا مقاولين وحسب تقديرنا فإن السبب في هذا الأمر هو تلك الإتكالية على الدولة في توفير مناصب العمل و التي نلمسها في غالبية الطلبة هو ما يجعل الفرد الطالب يقنع نفسه بأنه لا يصلح للمغامرة في عالم الاعمال و ان الأفضل له ضمان الوظيفة والاستقرار المالي من قبل الدولة مما يجعله يغض النظر عن الموهبة والصفات المهارية لديه ويغفل عن تطويرها ويتكاسل عن صقلها وفق متطلبات سوق العمل مما يدخله في حالة إعتقاد نفسي أنهم لا يملكون صفات المقاول الناجح.

ونجد نسبة %48.7 قد اجابت بنعم و بانهم يملكون صفات تخولهم لأن يصبحوا مقاولين والسبب في ذلك هو التوجه الجديد لسوق العمل الذي صار يركز على التقنية و المهارة والقدرات مما يدفع بالفرد نحو تطوير موهبته ومهاراته من خلال التكوين والتعليم والاستطلاع الذي ينمي لديه روح المقاولاتية ويصبح متبني لفكرة مشروع صغير في رأسه والذي يدفعه بالإحاطة بجميع جوانب المشروع وما يتطلبه من متطلبات ومنه تتكون لديه صفات ومهارات المقاول الناجح.

الجدول 10 : يوضح عينة الدراسة امتلاك روح المغامرة في انشاء المشاريع

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	61	51.3%
لا	58	48.7%
المجموع	119	100%

نرى من خلال الجدول 10 ارتباطا وثيقا بنتائج الجدول 09 حيث انهما يتشاركان نفس الفكرة إلا أن الجدول العاشر يختص بصفة من صفات المقاول وهو ما نراه من تشابه كبير في نتائج المبحوثين بين الجدولين حيث نجد أن ما نسبته 51.3% من المبحوثين يرون أنهم يملكون روح المغامرة في إنشاء مشاريع مستقبلية وكما أسلفنا الذكر فإن الأمر يرجع لتوجه الحديث لسوق العمل ومتطلباته الجديدة وهو ما يحمس الفرد ويجعله على استعداد للمخاطرة والمغامرة وبذلك تدخل في تكوين شخصيته وتجعله يمتلك روح المغامرة وهو ما تتطلبه صفات المقاول الناجح، ونجد في أن نسبة 48.7% قد أجابت ب لا ويعني ان هؤلاء المبحوثين يستبعدون على انفسهم إمتلاك روح المغامرة ويرتبط هذا المؤشر كذلك بما ذكرناه في تحليل الجدول السابق من ذهنية الاعتماد على الدولة وما ينجر عنها من مخلفات، ولعلى التقارب في النتائج بين الاجابتين يرجع للتحرك البطيئ التي تشهده حركات سوق العمل نحو المقاوله وانشاء المشاريع ولأن التوجه المقاولاتي بصفته مفهوم حديث الانتشار يتطلب دوما في بدايته إقبال متباين في نسبه الراغبة في تحقيق المشروع المقاولاتي.

الجدول 11 : يوضح عينة الدراسة حسب تفضيل العمل المقاولاتي:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	72	60.5%
نعم	47	39.5%
المجموع	119	100%

من خلال الجدول 11 نجد أن نسبة 60.5% لا تفضل العمل المقاولاتي ويرجع سبب ذلك الى العقلية او الذهنية الاجتماعية التي وجدت وطبعت بسبب النظام الإقتصادي الإشتراكي قديما والتي تغرس في الفرد النشء الجديد ذهنية الاتكال على الدولة والحكومة في ايجاد منصب عمل و هو ما ينتج حالة من التفضيل الغالب للقطاع الوظيفي الحكومي العام على حساب المقاولاتية والمشروع المقاولاتي.

ونجد أن ما نسبته 39.5% اجابت بنعم وهو ما يشير الى تفضيل القطاع الخاص على حساب القطاع العام ويفسر ذلك بأن ندرة وشح مناصب العمل وتعطل مسابقات التوظيف في القطاع العام سواء كان ذلك متعمدا او نتيجة لأزمات إقتصادية يدفع بالفرد غلى تبني سياسة الإعتماد على النفس في خلق منصب عمل و يتوجه نحو المقاولاتية وما يصاحبها من أليات دعم وتسهيل لإنشاء مشروعه الخاص.

الجدول 12 : يوضح عينة الدراسة حسب الإهتمام بالتوظيف بالقطاع الخاص

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	53	42.9%
لا	68	57.1%
المجموع	119	100%

تحصلنا في الجدول 12 على نسبة 57.1% من الطلبة الذين لا يهتمون بالتوظيف بالقطاع الخاص ويرجع السبب في ذلك هو الإعتقاد السائد بأن المؤسسات الخاصة مثل المصانع وغيرها لا تعطي الحقوق الكاملة للعمال و يغلب عليها الاضطهاد والتعسف من قبل اصحاب العمل مقارنة بالقطاع العام وما يجده العمال من ضمان للحقوق وهامش من الحرية ومطالبات بالحقوق دون اجراءات تعسفية.

ونجد ان نسبة 42.9% من الطلبة يهتمون بالتوظيف بالقطاع الخاص وذلك أن الشح
الحاصل في فتح مناصب العمل من قبل الدولة يدفع بالافراد للقبول بأي منصب عمل كان
في القطاع الخاص والمهم أن يتحصل الفرد على وظيفة يضمن بها العيش الكريم.
من خلال معطيات هذا الجدول يتضح لنا مسار التحول للمقاولاتية لازال يتطلب وقتا كبيرا
خصوصا وان النسبة المعارضة للعمل في القطاع الخاص كبيرة وهو ما يبطل عملية
الدخول للمقاولاتية خصوصا وان هذه الأخيرة لا يدخل إليها غلا من خلال التدرج في
المناصب في القطاع الخاص وإكتساب الخبرة اللازمة والمساعدة على انشاء مشروع
مقاولاتي.

الجدول 13 : يوضح عينة الدراسة حسب تداول زملاؤك الجامعيين أفكار حول إنشاء مشاريعهم الخاصة:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	51	42.4%
لا	68	57.6%
المجموع	119	100%

يوضح الجدول 13 مدى تداول زملاء المبحوث لأفكار إنشاء مشاريع خاصة ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول يتضح أن معظم الطلبة يؤكدون عدم وجود افكار لإنشاء مشاريع خاصة وقدرت اجابتهم ب57.6% وهو ما يترجم واقع عدم وجود ثقافة مقاولاتية بين الطلبة ويرجع ذلك لتوجه اغلبية فكرهم وارتباطهم شبه كلي بالوظيف العمومي وعلى الرغم من إدخال مقاييس لها علاقة بالمقاولاتية لكن فكرهم بقي محدود على الرغم من درايتهم التامة بالوضع الاقتصادي للبلد، وأن الدولة استنزفت كليا، فأصبحت تقدم لهم الدعم والمرافقة لتطوير كفاءاتهم، لتليها نسبة 42.4% من الطلبة يشيرون لوجود افكار انشاء مشاريع لدى زملائهم.

المحور الثاني: التعليم الجامعي وعلاقته بالثقافة المقاولاتية :

الجدول 14 : يوضح عينة الدراسة حسب تلقي نوعا من التعليم المقاولاتي داخل الجامعة:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	45	%37.8
لا	74	%62.2
المجموع	119	%100

يوضح الجدول رقم 14 من خلال المعطيات الواردة فيه أن معظم عينة الدراسة أكدت أنهم لا يتلقون التعليم المقاولاتي داخل الجامعة والتي قدرت نسبتهم ب %62.2 ويمكن أن نرجع ذلك إلى أن المقاولاتية وباعتبارها مجال متعدد الأبعاد، ولا يمكن حصره في مجال واحد، والتدريس فيه إطاره محدود ولا يشمل مختلف التخصصات والبرامج التعليمية وأنه لا وجود للمقاولاتية من دون التعليم والتأهيل المقاولاتي وأنه لا بد من توفر عنصر الموهبة في هذا المجال، ومنه هذا التعليم لا يؤثر على طموحات الطالب، لتليها نسبة %37.8 من الطلبة الذين يرون أنهم يتلقون نوع من التعليم المقاولاتي داخل الجامعة من خلال إدخاله في بعض من تخصصاتهم، ويرون أن مستقبل المقاولاتية يتحدد من خلال هذا التعليم والمفعل داخل الجامعة، وأنه يساهم في معرفة إيجاد توجه مقاولاتي وخاص لدى الأفراد والطلبة وهو في سن مبكرة والتعليم المقاولاتي يكون من خلال تغيير نمط التفكير، وبالتالي التأثير على سلوك الفرد .

الجدول 15 : يوضح عينة الدراسة شجيع جامعتك فكرة المبادرة والعمل الحر لطلابها

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	%28
لا	86	%72
المجموع	119	%100

يتضح من خلال الجدول رقم 15 أن النسبة الأكبر والتي قدرت ب %72 الذين يرون أن الجامعة لا تشجع فكرة المبادرة والعمل الحر فقدت نسبتهم ب 21 % باعتبارها تسعى لتقدير البرامج الدراسية النظرية فقط، فالجانب الميداني للتطبيق بها معدوم.

أما الذين يرون أن الجامعة تقوم بتشجيع طلابها على فكرة المبادرة والعمل الحر وأجابوا بنعم قدرت نسبتهم ب %28 ، ويمكن أن نفسر ذلك إلى أن معظم هؤلاء الطلبة يسعون لكسب المزيد من المال أثناء دراستهم، فالعمل الحر حسبهم من أفضل الطرق لكسب المزيد من المال، والجامعة تشجع هذا العمل وفكرة المبادرة وقبل كل شيء لابد من الطالب امتلاك الإبداع والخبرة حتى يسمح له ذلك تحقيق طموحه.

الجدول 16 : يوضح عينة الدراسة حسب مساهمة البرامج الدراسية في تعزيز الثقافة
المقاولاتية :

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	32	%26.3
لا	87	%73.7
المجموع	119	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة %73.7 أجابوا بلا وأن البرامج الدراسية لا تعزز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب، ويمكن تفسير ذلك إلى أن الجامعة والبرامج الدراسية لا تكسب الطالب مهارت الضرورية في مجال المقاولاتية، والتي بدورها لا تؤهله للقيام بمشروعاته الخاصة، فالجامعة حسبهم تعمل على تلقين الطالب فقط، وأن التدريب الميداني

للتقافة المقاولاتية غائبا تماما وكذلك التكوين، أما نسبة 26.3% من الطلبة الذين يرون أنه البرامج الدراسية تعزز الثقافة المقاولاتية لديهم، يرجعون السبب بأنها تخصص حديث وتم إدراجه في المقررات الدراسية وأصبح يدرس نظريا.

الجدول 17 : يوضح عينة الدراسة مساهمة جامعتك في نشر الثقافة المقاولاتية وسط الطلبة

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	30.8%
لا	81	69.2%
المجموع	119	100%

تبرز نتائج الجدول أن نسبة 69.2% يرون أن الجامعة لا تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية ويفسر ذلك بأن حضورهم الدائم للدراسة وهم على اطلاع ما تقوم بتقديمه الجامعة، ومن خلال دراستهم تبين لهم أن الجامعة لا تظهر كليا في الجانب المقاولاتي، باعتبار أن أفكارهم ضعيفة في هذا المجال.

أما الذين أجابوا بنعم فقدت النسبة 30.8% وتبين ذلك من خلال المعارض والنشاطات التي يتم عرضها، وتحفيز الطالب على المشاركة في إعطاء رأيه، وبالتالي مشاركة الإناث أكثر من الذكور.

الجدول 19 : يوضح عينة الدراسة احتواء المقرر الدراسي الذي تدرسه على مادة المقاولاتية

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	39%
لا	72	61%
المجموع	119	100%

من خلال الجدول أعلاه، ومن خلال المعطيات الوارد في الجدول يتضح أن معظم الفئات المبحوثة أجابوا عن احتواء مقرراتهم الدراسية على مادة المقاولاتية بلا والتي قدرت بأكثر نسبة 61%، لتليها النسبة 39% من أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بنعم أن مقرراتهم

تحتوي على مادة المقاولاتية، ويمكن تفسير هذه النسب وأن النسبة الأكبر التي أجابت بلا يعود السبب إلى التخصص الدراسي الذي يدرسون فيه لا يسمح لهم الوقت بتلقي هذا النوع من التعليم، بالإضافة إلى أن الجامعة في حد ذاتها ليست في شراكة في وضع إستراتيجية التعليم المقاولاتي، إذ لا تسعى إلى تشجيع دور هذا التعليم، ومنه ضعف ثقافتهم المقاولاتية، فدار المقاولاتية لا تقوم بتحفيز الطلبة أو الاتصال بهم حتى تزيد من نسبهم في تعلم المقاولاتية، فهي تكتفي فقط باتصالها بأصحاب التخصص، أما النسبة الثانية والتي تم التعبير عليها بنعم يمكن أن معظمهم طلبة قسم العلوم الإجتماعية وذلك لأنه يحتوي في مقرراته الدراسية على مادة المقاولاتية خصوصا في طور الليسانس.

الجدول 20 : يوضح عينة الدراسة جدوى فعالية برامج التوعية والتكوين في غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	88	74%
نعم	31	26%
المجموع	119	100%

من خلال الجدول والبيانات التي تم تفرغها، تم التوصل إلى أن أكبر نسبة قدرت ب 41.2% من الطلبة الذين أقروا بأن برامج التوعية والتكوين في غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي ليست ذات جدوى ويرجع ذلك نظرا للفجوة الكبيرة بين الواقع الذي يعيشه الطلبة وبين الفحوى النظري للمقررات الذي يفتقر للخبرة الميدانية المستخلصة من تجارب سابقة و كيفية وفق ما تتطلبه تطلعات الطلبة من توضيح للغموض الي يكتنف بعض الإجراءات الممهدة لدخول عالم المقاولاتية

و تليها نسبة 26% من الطلبة الذين اجابوا بوجود فعالية لبرامج التكوين في غرس الثقافة المقاولاتية حيث أكدوا أن دار المقاولاتية تحاول ترسيخ هذا الفكر لدى الطلبة باعتمادها أهم الطرق والأساليب كالدورات التدريبية والأيام التحسيسية كما أبرزوا أن لها دور في جذب

الطلبة الذين لديهم مشاريعهم الخاصة وتوعيتهم وفتح لهم المجال لإنشائها، كما أن إنشاء أي فرد لمؤسسته تقوم بالدرجة الأولى على الطالب الذي يمتلك الميل والرغبة نحو هذا المشروع

الجدول 21 : يوضح عينة الدراسة حول تولى الجامعة إهتماما خاصا للطلبة المقبلين على التخرج خصوصا في جانب تسهيل العمل الميداني والتطبيقي (التبرصات والزيارات الميدانية للمؤسسات)

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	11.9%
لا	104	88.1%
المجموع	119	100%

يلاحظ من الجدول رقم 20 أن المعطيات الواردة فيه أن معظم المبحوثين أكدوا أنه لا يوجد إهتمام توليه الجامعة لطلابها المقبلين على التخرج وقدّر ذلك بنسبة 88.1% ، أما الذين يرون أن الجامعة في تعطي إهتمام لطلبتها المقبلين على التخرج بنسبة 11.9% ، والذين أنفوا هذا الاتصال يمكن أن نرجعه إلى أن الجامعة في تشكلها مجودة ، أما مضمونها فهو معدوم ومهامها وأهدافها مجرد حبر على ورق، فهي بذلك تضع جميع الطلبة في نفس المستوى، ولا تولي اهتماما بطلابها المتميزين وأصحاب الدراسات العالية، وغياب هذا الاتصال يجعل مثل هذه الفئة لا تولي أهمية بوضعية الدراسة.

ومن هنا لا يوجد ربط واتصال بين الاقتصاد والبحث العلمي لنقص التفاعل والجامعة في مجال المقاولاتية لا توجد أماكن للقيام بالتجارب الميدانية، بإشراف متخصصين، كما لا تقوم باكتشاف ذوي المواهب وتدريبهم وتلقنهم مبادئ المقاولاتية، وكذلك نقص التحوار والتشاور مع طلابها، فالجامعة أصبحت مكان لا يتم فيه انخراط الطلبة، فأصبح مجرد مكان للدراسة فقط.

الجدول 21 : يوضح عينة الدراسة جدوى طرق تعليم المقاولاتية في الجامعة

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة الفعالية	79	66.4%
متوسطة الفعالية	35	29.4%
جيدة الفعالية	5	4.2%
المجموع	119	100%

من خلال الجدول والبيانات التي تم تفرغها، تم التوصل إلى أن أكبر نسبة قدرت ب 66.4% من الطلبة الذين أقرروا بأن الأساليب التي تعتمد عليها الجامعة في تعليمها للثقافة المقاولاتية ضعيفة الفعالية، ويمكن إرجاع ذلك ربما إلى أنها وسائل تقليدية، وليست عصرية لا تواكب عصر المعلومات والسرعة في إيصال الفكرة والتي يسير وفقها الطلبة وجميع الشباب، بالإضافة إلى أن هناك نقص للزيادات والتعريف بهذا المفهوم وكذلك نقص المعارض والحملات التي تقوم بها دار المقاولاتية ولزيادة تحفيز الطلبة في الجانب المقاولاتي لابد من زيادة المنتقيات والتواصل أكثر بالطلبة إذ أصبح معظم الطلبة على اتصال واستخدام أكثر المواقع الإلكترونية، هنا لابد أن يخطر دورها، وأن تكثر من خطورتها من خلال الأعوام القادمة، وتشجيع الطلبة بتقديم لهم تجارب وامثلة حية واقعية لأشخاص ناجحين في المقاولاتية لتحفيزهم أكثر ثم لتليها نسبة 29.4% من الطلبة الذين أجابوا أن الطرق التي تعتمد عليها الجامعة في تعليم الثقافة المقاولاتية متوسطة الفعالية، حيث أكدوا أنها تضع بين يدي الطالب فكرة خارطة طريق يتبناها في مساره المستقبلي وهو المسؤول الأول عن تطوير مهاراته وقدراته فالجامعة مسؤولة فقط عن توضيح الرؤية وإيصال المعلومات اللازمة لذلك أما النسبة الأقل والتي قدرت ب 4.2% من الفئة المبحوثة والتي أجابت بأن الأساليب التي تعتمد عليها دار الجامعة في نشرها للثقافة المقاولاتية أساليب جيدة الفعالية، ويتجسد ذلك أن دار المقاولاتية تسعى جاهدة في اعتماد أحدث الوسائل التي تتماشى مع أفكار الطلبة ليتسنى لها التأثير عليهم، ومن خلالها تستطيع أن تدعم أفكارهم ومشاريعهم وتخفيفهم أكثر لنجاحهم.

الجدول 22 : يوضح عينة الدراسة العراقيين التي تجعل إسهام الجامعة في نشر الثقافة

المقاولاتية محدود

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
سيادة ثقافة الاعتماد على الدولة	24	26%
ضعف التوعية و التحسيس	57	34.3%
قدم الاساليب التدريسية و كلاسكية الطرح	24	26%
غياب الرغبة او الميل للمقاولاتية من قبل الطلبة	14	13.7%
المجموع	119	100%

يتضح من خلال الجدول رقم 22 ومن خلال المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، أن أهم العراقيين التي تجعل إسهام الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية محدود حسب معظم عينة الدراسة وهي ضعف التوعية والتحصين والتي قدرت بأكثر نسبة 34.3 %، ويمكن ان نفسر ذلك على أن الطالب ورغم وجود معظم وقته في الجامعة إلا أن وعيه بالثقافة المقاولاتية ضعيف، فالجامعة أصبحت تعرف بأنها مكان للتدريس فقط، فلا تقوم بمراقبة الطلبة وحضورهم للحصص الدراسية وخاصة منها المتعلقة بموضوعنا، فلا يوجد اتصال وتفاعل بين الطالب والعمادات والإدارات، فالتوعية التي تقوم بها شهريا أو سنويا مجرد شكلية لتليها قدم الأساليب التي تعتمد عليها وكذلك سيادة ثقافة الاعتماد على الدولة والتي أخذت نسب متساوية 26 % ثم 26% ويمكن أن نرجع ذلك أنها لا تزال تعتمد على الوسائل التقليدية بعيدة في ذلك على الوسائل التكنولوجية الأكثر حداثة لتليها غياب الميل والرغبة بنسبة اقل حتى نسبة 13.7 % فمن خلال نظرية التحديث نجد أنه كلما اعتمدت الجامعة على وسائل متطورة وحديثة، محاولة في تجاوز الأساليب التقليدية تساهم في تحقيق وجذب نسبة أكبر من الطلبة أصحاب الفكر المقاولاتي، فنجد الدول المتقدمة في تطوير وسائلها زاد وتطور وكذلك الفكر المقاولاتي لديها.

المحور الثالث: أساليب وطرق نشر الثقافة المقاولاتية:

الجدول 23 : يوضح عينة الدراسة تواصل مع دار المقاولاتية من قبل:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	7	5.9%
لا	112	94.1%
المجموع	119	100%

فمن خلال الجدول يتضح أن نسبة الأغلبية الساحقة من المبحوثين أجابوا بلا عن تواصلهم من قبل مع دار المقاولاتية والتي قدرت ب 94.7 %، أما المبحوثين الذين هم على اتصال بدار المقاولاتية فقدرت نسبتهم ب 5.9 %، والنسبة الأكبر ليست على اتصال بدار المقاولاتية، وحسب تقديرنا فإنه لا يوجد اتصال بينهم وبين الجامعة المنبع الأول لهم والأساس وتحفيزهم، كما أن النشاطات التي تقوم بها دار المقاولاتية غائبة كلياً، والآليات التي تعتمد عليها لا تسمح بالاتصال بها، وليست على اتصال بهم في مساهم الد ا رسي، وبالتالي لا تساهم في مساعدتهم على بناء أفكار جديدة ومبتكرة، ولا في تنمية قدرتهم ومهامهم المتعلقة بإنشاء مؤسسة خاصة إذ لا توجد تنسيق بين البرنامج الد ا رسي بالجامعة والبن ا رمج المقاولاتية، ولا يوجد ربط بين المحيط الجامعي ودار المقاولاتية، والنتيجة عدم تواصل الطلبة على الرغم من أن لهم إبداعات وأفكار جديدة يمكن تطويرها وتطبيقها على أرض الواقع.

الجدول 24 : يوضح عينة الدراسة حول تنظيم الجامعة ودار المقاولاتية ندوات تثقيفية للتعريف بالثقافة المقاولاتية

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	36	29.1%
نعم	83	70.9%
المجموع	119	100%

تحصلنا في الجدول رقم 23 على نسبة 70.9% من الطلبة الذين يعتبرون أن الجامعة ودار المقاولاتية تنظم ندوات تعريفية، تثقيفية بالمقاولاتية، أما الذين أجابوا بأن الجامعة ودار المقاولاتية لا تنظم ندوات تعريفية تثقيفية بالمقاولاتية فكانت نسبتها 29.1% ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن تنظيم الجامعة ودار المقاولاتية للندوات كان بنسبة كبيرة، فهي بذلك تخلق لهم رغبة الاندماج في عالم الشغل من خلال هذه التنظيمات المبدئية، فدورها يكمن في إخراج طاقات مثقفة، ونجاح المشاريع المقاولاتية يعتمد بالدرجة الأولى على هذه الطبقة وأنهم أساس تحقيق التنمية فهي بذلك وتعاونها مع دار المقاولاتية تزود طلابها بالمعلومات حول المقاولاتية فمن خلالها تخلق لدى الطالب الرغبة والميل نحو إنشاء مؤسسته، كما تهدف دار المقاولاتية أيضا إلى ترسيخ الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي، ويتجسد ذلك من خلال تنسيق جهودها مع الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، فهي بذلك تسعى إلى تحسين وتكوين وتحفيز الطلبة ومرافقتهم من أجل إنشاء مشاريعهم، كما تهدف إلى زرع الثقافة المقاولاتية من خلال تنظيم دراسية وإعلامية، وحملات تحسيسية، توعوية، تعريفية بالمقاولاتية والنسبة التي أقرت أنها لا يوجد تنظيم بين الجامعات ودار المقاولاتية في التعريف بالمقاولاتية فيعود السبب إلى كثرة المقاييس الدراسية التي يتلقاها الطالب، والتي بدورها لا تسمح بوجود وقت للاطلاع على أفكار جديدة، بالإضافة إلى أنه لا يوجد برنامج يشجع على تعلم المقاولاتية، وكذلك غياب الأيام التحسيسية لدار المقاولاتية، ونقص الحصص الجامعية التي تحفز الطالب الدخول في هذا المجال. وباعتبار أن المقاولاتية تتضمن قدرات ومعارف،

فهذا يمكن إكتسابه عن طريق التعليم، فكلما توفرت هياكل التعليم كلما كان ذلك لصالح المجتمع خاصة طلبة الجامعات، والبرامج التي تنظمها الجامعة من ندوات تساهم في زيادة وعي الطلبة بها.

الجدول 25 : يوضح عينة الدراسة تعاون جامعتك مع دار المقاولاتية في تنظيم حملات اعلامية لنشر الثقافة المقاولاتية:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لا	23	18.6%
نعم	96	81.4%
المجموع	119	100%

من خلال الجدول رقم 24 يتضح أن أكبر نسبة قدرت ب 81 % من الفئة المبحوثة التي تري أن هناك تعاون بين الجامعة ودار المقاولاتية في تنظيم الحملات الإعلامية، وما يفسر ذلك المعارض التي تقوم بها وأنها لاقت إقبالا كبيرا من الطلبة من مختلف الكليات، حيث أن معظمهم استفاد من الشروحات المتعلقة بالمقاولاتية ودور دار المقاولاتية في عملية مرافقتهم لإنشاء مؤسساتهم الخاصة، حيث أن هذه الحملات تمحورت وتنوعت ما بين الأيام الدراسية والندوات والدورات التدريبية والورشات والمسابقات والزيارات الميدانية، لتليها نسبة 19 % من الفئة التي ترى أنه لا يوجد تعاون بين الجامعة ودار المقاولاتية في تنظيم الحملات الإعلامية، وما يؤكد ذلك أن معظم الطلبة فكرهم محدود في هذا المجال، ولم يلقى اهتمام كثير منهم، وعلى اعتبار أن هذه الحملات تعتبر وسيلة مهمة لإيصال الأخبار المقاولاتية للطلبة، وأن تأثيرها جد إيجابي على سلوكهم وردود أفعالهم، فمن خلالها يتم الترويج للفكر المقاولاتي، كما تساهم أيضا في توعية الطلبة بأهمية المقاولاتية، وعلى الرغم من دورها لكنها ضعيفة في الجامعة؛ وهذا راجع لضعف التواصل والتعاون فيما بينها.

الجدول 26 : يوضح عينة الدراسة حول الطرق و الوسائل التي تعتمدها الجامعة في نشر و ترويج الثقافة المقاولاتية وسط الطلبة

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ندوات علمية	29	27.7%
ملصقات	20	17.7%
الأيام التحسيسية	24	21.2%
دورات تدريبية	18	10.6%
نرويج عبر صفحات التواصل الاجتماعي عبر الصفحات الرسمية	28	24.8%
المجموع	119	100%

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن دار المقاولاتية لجامعة الوادي تقوم باستخدام والاعتماد على المحاضرات و الندوات العلمية بنسبة 27.7 % وتعتبر أكبر نسبة مقارنة بالأساليب الأخرى إذ تستخدم هذا الأسلوب من أجل ترسيخ ونشر الثقافة المقاولاتية بين طلابها وتعزيز الفكر المقاولاتي لديهم، ليدل أن الجامعة عملت على إدخال تخصص المقاولاتية ضمن المقررات الدراسية حتى يزيد وعي الطلبة في هذا المجال ويلبها تقريبا بنفس النسبة لنشر الثقافة المقاولاتية الاعتماد على وسائل التواصل الإجتماعي بنسبة 24.8 % يليها خيار الأيام التحسيسية بنسبة 21.2% ثم الملصقات بنسبة 17.7 % لتأخذ الدورات التدريبية نسبة 10.6 % ، ودار المقاولاتية لاعتمادها للوسائل التقليدية ساهم بدوره في إضعاف الفكر المقاولاتي، ونظرية التحديث تنادي بضرورة التغيير المخطط والمقصود للتحول من المجتمع التقليدي يتميز بقلّة التخصص وتقسيم العمل وانخفاض المستوى التعليمي والعائلة الممتدة إلى المجتمع الحديث المتميز بالحراك الاجتماعي الكبير.

الجدول 27 : يوضح عينة الدراسة حسب دور وسائل الاعلام والاتصال في تشكيل وعي الطلبة حول الثقافة المقاولاتية:

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	106	97.5%
لا	3	2.5%
المجموع	119	100%

من خلال الجدول رقم 27 يتضح لنا أن معظم الطلبة وبالإغلبية الساحقة يرون أن لوسائل الإعلام و الإتصال دور في تشكيل وعي الطلبة للثقافة المقاولاتية بنسبة 97.5% ويرجع ذلك إلى أن العصر الذي نعيشه فيه يتسم بالسرعة والتقنية مما جعل الافراد يعتمدون على الوسائط السمعية والمرئية في البحث عن المعلومة واستقبالها و ذلك نظرا لسهولة الاستخدام وسرعة الاستجابة لهذه الوسائط وهو ما تركز عليه المنظمات الحديثة في إيصال المعلومة مثل دار المقاولاتية التي تسارع لمشاركة جميع الاحداث والنشاطات التي تقوم بها عن طريق وسائل الاتصال والتواصل والاعرم الحديث

ونجد ان نسبة 2.4% لا توافق على ان لوسائل الاعلام دور في تشكيل وعي الطالب نحو الثقافة المقاولاتية ويمكن تفسير ذلك بتمسك هؤلاء المبحوثين بالنمط المنهجي والرسمي لتلقي المعلومة وان النشر في وسائل الاعلام يقبع تحت خانة العموميات ولا يتأتى بجديد.

الجدول 28 : يوضح عينة الدراسة العراقية التي تساهم في تعطيل أساليب وطرق نشر المقاولاتية

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
18.5%	22	ضعف الوسائل و الطرق و عدم عصرنتها
26.1%	31	غياب روح المغامرة عند الطالب و الاعتماد على الدولة و التوظيف
36.1%	43	نقص الخبرة في تسيير وانشاء المشاريع
19.3%	23	الشكوك التي تحوم حول مشروعية القروض و الدم المالي من الناحية الدينية
100%	119	المجموع

من خلال الجدول 29 يتضح لنا أن نقص الخبرة في تسيير وانشاء المشاريع هو اهم العراقيل التي تقف ضد اساليب نشر الثقافة المقاولاتية بنسبة 36.1% وتليها غياب روح المغامرة عند الطالب والاعتماد على الدولة والتوظيف العام بنسبة 26.1% ثم تليها الشكوك التي تحوم حول مشروعية القروض والدعم المالي من الناحية الشرعية الدينية بنسبة 19.3% وذلك بسبب الشبهات المتعلقة بها من فوائد ربوية والغرر المحرم شرعا وغير من المحاذير الشرعية في باب المعاملات المالية ثم اخيرا ضعف الوسائل والطرق والتي سبق وفصلنا فيها في جداول سابقة.

2- تحليل ومناقشة النتائج في ضوء الفرضيات:

1- الفرضية الأولى: " إن مدى إنتشار الثقافة المقاولاتية لدى طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر محدود جدا"

يمر الطالب الجامعي في حياته اليومية والعملية على عدت مراحل تتغير معطياتها وفق متطلبات سنه وعمره حيث يتعرض في مشواره لعدة مؤثرات تتجسد في شكل ثقافات يكتسبها كخبرة يجعلها منطلقا لمواجهة مجموعة الصعوبات التي تصادفه ولإن أبرز مرحلة يتعرض لها الطالب الجامعي هي مرحلة التخرج التي يصبح فيها على مشارف الحياة العملية خصوصا ان السن الذي يبلغه في هذه المرحلة يدفعه للتركيز على ما بعد الجامعة ومنه ينطلق تفكيره نحو الإعتماد على النفس في كسب المال لإقامة متطلبات الحياة وبناء مستقبله و أحلامه، ويرتكز هذا البعد على إيجاد منصب عمل أو مشروع يديره بنفسه يدر عليه ارباحا تسهل له امور حياته إلا أن الامر ليس بالسهل أو اليسير كون أن ايجاد او خلق منصب وظيفي أصبح خصوصا في السنوات الاخيرة أمر جد صعب بسبب الضعف الاقتصادي الذي تسهده الدولة الجزائرية الحديثة، فیتجه نحو المشروع الخاص و بالأحرى مجال المقاولاتية الذي اصبحت الدولة تشجع عليه وتبرمج له اليات دعم لتحفيز الشباب على اقتحامه، ولكن نجاح المشروع المقاولاتي يرتبط بعنصر مهم جدا يأتي قبل بداية المشروع ومصاحبة لفكرة إنشاءه وهي الثقافة المقاولاتية التي يكتسبها الطالب خلال مراحل تدرجه في الدراسة الجامعة لكونه يتجه نحو ميدان العمل، إلا أن هذه النقطة هي محل إستفهام لدى المتأمل لواقع الجامعة ومخرجاتها، وقد دلت النتائج الميدانية على أن الطلبة الجامعيين يدركون مفهوم المقاولاتية وهو ما تمثله نسبة 58% من الطلبة الممثلة للعينة أجابت بمعرفتهم للمقاولاتية باعتبارها الأساس في تحقيق التنمية للبلاد وتأسيس لمواجهة البطالة، وما يدعم ذلك هو إجابة 74.8% من الطلبة على أن ماهية الثقافة المقاولاتية هي ثقافة إنشاء مشروع مما يوضح لنا أن أغلب الطلبة الجامعيين يمتلكون ثقافة مقاولاتية وذلك من خلال اعتقادهم بإنها ثقافة انشاء مشروع، وأن أغلبية الطلبة لا تملك إستعداد لدخول عالم المقاولاتية حيث اجاب ما نسبته 54% من العينة بذلك، و أن ما نسبته 60.5% يأكدون على أنهم لا يتلقون توصيات لدخول مجال المقاولاتية مما يعني وجود ضعف وسط المجتمع الجامعي في التفكير بالمقاولاتية ، ويتجسد ذلك من خلال اجابة 52% من المبحوثين على

عدم ملكيتهم لصفات ومهارات تخولهم لأن يصبحوا مقاولين، وان 52% من المبحوثين ايضا يقرون بانهم لا يمتلكون روح المغامرة والمخاطرة لدخول مجال الاعمال والمشاريع، وهو ما يجعلنا نلتمس سطحية في ادراك مفهوم المقاوالاتية وسط الطلبة وذلك من خلال معرفتهم لمعنى المقاوالاتية دون ادراكهم لمتطلباتها من روح المغامرة وصفات المقاول وهو يتعارض مع الثقافة المقاوالاتية التي تتكون من المفهوم الى الركائز والمتطلبات وغيرها من عناصرها، ولا يفضل 60.5% من العينة العمل المقاوالاتي وذلك بسبب تفضيلهم القطاع الوظيفي العام وهو ما يبرهن على سطحية ادراك الطلبة للثقافة المقاوالاتية، ويتجسد هذا الامر من خلال اجابة 58% من المبحوثين على أن زملائهم لا يمتلكون أفكار وخطط حول إنشاء مشاريع مقاوالاتية مستقبلا وهو ما يعد مؤشر على محدودية إنتشار الثقافة المقاوالاتية بين الطلبة خصوصا وأنهم مجتمع صغير يتفاعلون فيما بينهم من خلال عملية التأثير والتأثر ولأن غياب الثقافة المقاوالاتية في هذه العملية لهو أكبر دليل على عدم وجود ثقافة مقاوالاتية لدى الطلبة الجامعيين، من خلال النتائج المتوصل إليها يمكن القول بأن الفرضية الأولى التي مفادها " إن مدى إنتشار الثقافة المقاوالاتية لدى طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر محدود جدا" محققة وذلك لمجموع الإجابات التي فسرناها والتي أعطت لنا بهذه النتيجة.

2- الفرضية الثانية: "إن دور برامج التعليم الجامعي في تعزيز الثقافة المقاوالاتية لدى الطالب الجامعي غير مجدي"

نظرا لزيادة انتشار البطالة بين خرجي الجامعات كان من الضروري نشر الثقافة المقاوالاتية وفكر إنشاء مشروع مهني خاص في الأوساط الجامعية، وذلك من خلال الإستثمار في التعليم الجامعي في تحقيق ذلك ومما دلت عليه النتائج الميدانية أن الجامعة تسعى إلى تكوين ثقافة المشاريع في أذهان الطلبة الجامعيين، وحسب ما ذهبت إليه العينة المبحوثة أنهم لم يتلقوا أي نوع من التعليم المقاوالاتي وذلك ما عبر عنه بنسبة 63%، لكن في المقابل أكد معظم المبحوثين أن إسهام الجامعة يبرز من خلال تشجيع فكرة المبادرة والعمل الحر لطلابها ، لكن العكس في جامعة الشهيد حمه لخضر فهي لا تساهم في تشجيع طلابها، ولا تسعى لتثمين إبداعاتهم وهو ما عبر عليه بنسبة 65 % ، أما البرامج الدراسية ودرها في تعزيز الثقافة المقاوالاتية لدى الطالب فهي لم تعزز لديهم الثقافة المقاوالاتية حيث قدرت نسبة الاجابة ب73%، وأكد معظم المبحوثين أن مساهمة الجامعة في نشر الثقافة المقاوالاتية

وسط الطلبة محدود وهو ما عبرت عنه نسبة 69% ويدعم ذلك نسبة الاجابة التي بلغت 61% والتي تفيد أن المقرر الدراسي الذي يدرسه الطلبة لا يحتوي على مادة المقاولاتية مما ادى الى التأثير على باقي البرامج التعليمية والتكوينية بالسلب حيث اكد 74% من المبحوثين عدم فعالية وجدوى برامج التوعية والتكوين في غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي وغيرها من الأبعاد التي توحى نسبتها بمحدودية برامج التعليم في غرس الثقافة المقاولاتية مثل كعدم إهتمام الجامعة بالطلبة المتخرجين والتي بلغت نسبتها 88% و أيضا عدم جدوى فعالية طرق تعليم المقاولاتية بنسبة 66% واختصر السبب الرئيسي لهذا الواقع في أن اهم عنصر من العراقيل هو ضعف التوعية و التحسيس والتي قدرت نسبتها ب34% قد شكل عائق دون الحيلولة في تكريس جهود البرامج التعليمية في توسيع الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي

ومن خلال النتائج المتوصل إليها فإن الفرضية الثانية، التي مفادها " إن دور برامج التعليم الجامعي في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي غير مجدي" مؤكدة، فهي لا تقدم التشجيع الكافي للطلبة خاصة في مجال إنشائهم لمشاريعهم وأن التعليم المقاولاتي لوحده لا يخلق لديهم الرغبة في إنشائها باعتبارها أن أساسها التكوين اولتدريب والممارسة والتواصل أكثر مع سوق الشغل، فعنصر التوعية والتحسيس أساس جذب الطالب.

3-الفرضية الثالثة: عدم فعالية الطرق المستخدمة من قبل الجامعة ودار المقاولاتية في نشر الثقافة المقاولاتية بين الطلبة الجامعيين:

لقد دلت النتائج الميدانية المتوصل إليها ان نسبة 94% من المبحوثين لم يتواصلوا مع دار المقاولاتية ، ويرى نسبة 71% من العينة أن الجامعة ودار المقاولاتية تنظم ندوات تعريفية، تثقيفية بالمقاولاتية، وأن تعاون الجامعة مع دار المقاولاتية في تنظيم الحملات الإعلامية فيرون أنها سريعة في تطوير أكثر للمقاولاتية وخاصة وسائل الإعلام والاتصال وهي ما عبر وا عليها بنسبة 81% ورغم هذا فإن نسبة 98% من المبحوثين يرون أن لوسائل الاعلام والاتصال دور كبير في تشكيل وعي الطلبة حول الثقافة المقاولاتية وهو ما يوضح لنا أن عدم إستغلال هذا الفضاء بالشكل الأمثل من قبل الجامعة ودار المقاولاتية سيفوت فرص كثيرة على الطلبة والتي من شأنها توسع لديهم مدارك الثقافة المقاولاتية ومن خلال النتائج المتوصل إليها فإن الفرضية الثالثة التي مفادها "عدم فعالية الطرق المستخدمة

من قبل الجامعة ودار المقاولاتية في نشر الثقافة المقاولاتية بين الطلبة الجامعيين " مؤكدة، وذلك لضعف الاتصال بين الجامعة وطلبتها، والطرق التي تستخدمها في نشر الثقافة المقاولاتية ضعيفة الفعالية، وبالتالي غياب الوعي على التلقين بالدرجة الأولى، والوسائل التقليدية ولكي تنجح في نشر أكثر لهذه الثقافة لابد من اعتمادها على الوسائل الأكثر حداثة وتكنولوجيا لتسريع تنشيط هذا الفكر، وتشجيع أكثر للخرجات الميدانية.

4- النتائج العامة:

على الرغم من أن معظم الطلبة الجامعيين بجامعة الشهيد حمه لخضر يعرفون معنى المقاولاتية، إلا أن توجههم إليها ضعيف و منخفض ويرجع ذلك إلى محدودية مدى إنتشار الثقافة المقاولاتية وسط الطلبة وما يتضمنه من أسباب ذلك، وحسب الطالب الجامعي فإن دور برامج التعليم الجامعي في تعزيز الثقافة المقاولاتية غير مجدية بسبب انحصارها في الاساليب القديمة وغير مواكبة للتحديث الجاري في وسائل التلقين والتدريس واقتصرها على الجانب النظري مهمله الجانب الميداني الذي يعد النواة الاولى لبزوغ نجم فكرة مشروع مقاولاتي وباعتبار أن الجامعة المحور الأساسي لتطوير مهارات المقاولاتية لطلابها إلا أن إسهامها محدود فلا تشجع طلابها على المبادرة وتحمل المسؤولية والاستقلالية، ولا تدعم ثقة الطالب بنفسه، فهو بذلك مهمل من طرفها كل الإهمال فلا تقوم حسب المبحوثين إلى بناء معرفة خاصة بالمقاولاتية والمفاهيم العلمية التي لها علاقة بها، فالبرامج الدراسية حسبهم لوحدها لا تساهم في تكوين ثقافتهم المقاولاتية وأن التعليم المقاولاتي غائب تماما، أما مسؤولياتها في مجال الأعمال من تدريب واكتشاف الطلبة المبدعين وتثمين إبداعاتهم حسب ما يرونه المبحوثين فهو يعاني من ضعف، فلا بد عليها من تجاوز العراقيل التي تجعل إسهامها في المجال المقاولاتية محدود ، وخاصة التوعية والتوجيه والإرشاد، بالإضافة إلى إجراء الدراسات التطبيقية والابتكار منها والتشجيع أيضا على توفير حاضنات أعمال بالجامعة.

وبناء على الفرضية الرئيسية التي مفادها "إن واقع تصور الطلبة الجامعيين للثقافة المقاولاتية جد محدود" وأن إسهام الجامعة في نشرها ضعيف، تم التوصل إلى أنه رغم المجهودات التي تسعى كل من الجامعة ودار المقاولاتية لتقديمها إلا أن تصور الطلبة الجامعيين للثقافة المقاولاتية سلبي، باعتبار أن الجامعة الجزائرية لازالت تشهد عراقيل في نشر وتعميم الروح المقاولاتية بين طلابها خاصة فيما يتعلق بالمناهج العلمية، وكذلك نقص التكوين والتأهيل والتدريب وسيادة الأساليب التقليدية التي تعتمدها دار المقاولاتية في نشر الثقافة المقاولاتية وفي مختلف السنوات الجامعية، وتصور الطلبة السلبي لهذه الثقافة التي تتمثل وقبل كل شيء في القيم والمعايير التي يكتسبها الفرد والمقاولاتية كفعل يحتاج للممارسة الميدانية أكثر من النظري ومن طرف جميع مؤسسات المجتمع، هذا التصور السلبي يمكن إرجاعه حسب الطلبة الجامعيين إلى: ضعف التوعية والتحسيس من طرف الجامعة ودار المقاولاتية وكذلك الطرق الغير الفعالة المعتمدة في نشر هذا الفكر. بالإضافة إلى سيطرة الوظيف العمومي الذي يوفر الحماية للفرد والضمان.

5-التوصيات:

وفي الأخير توصي الدراسة ب:

- تشجيع وتطوير أكثر لأساليب وطرق نشر الثقافة المقاولاتية وجعلها أكثر فعالية لجذب أكبر قدرة ممكنة من الطلبة من طرف دار المقاولاتية والجامعة عامة.
- ربط المجال النظري بالميداني، وزيادة الخارجات الميدانية في مجال المشروعات المقاولاتية، وتحفيز الطالب أكثر وإعداده لمواجهة المنافسة وأوضاع سوق العمل.
- المرافقة الفعلية للطلبة من خلال تبني افكارهم المقاولاتية ومحاولة تسهيل الاجراءات البيروقراطية لتجنب الدخول في متاهات التعسف والتسويق.
- دمج جميع الطلبة في مجال التعليم المقاولاتي، حيث يكون هناك موضوعية، وتطبيق في الواقع من خلال المقررات الدراسية.

- تغيير الطرق والأساليب التقليدية التي تعتمدھا دار المقاولاتية لكي تسهل على الطلبة تغيير فكرتهم حول المقاولاتية، واستخدام آليات أكثر حداثة.
- تثمين إبداعات وابتكارات طلابها العلمية، ونشر أكثر للفكر المقاولاتي داخل الجامعة، وفي مختلف التخصصات.
- تفعيل التعاون بين الجامعة ودار المقاولاتية لتعميم الفكر المقاولاتي.
- تكثيف الدورات التدريبية والتكوينية المتعلقة بمجال المقاولاتية.

الخاتمة:

عرف موضوع الثقافة المقاولاتية في الآونة الأخيرة أهمية بالغة في مختلف القطاعات والأنشطة، نظرا لآثاره القيمة على مستوى تطور الأمم ورفاهيتها، في إنشاء مؤسسات المصغرة والذي يضع الأفراد أمام التحدي الكبير، مما يخلق فيها الاستمرارية التنافسية من أجل البدء فيها قبل الآخرين وتحقيق مزايا إنتاجية، تنظمية أو تسويقية، وعليه فالمقاولة هي الضرورة الحتمية لإنشاء المؤسسات المصغرة و لصناعة الجديد في مختلف المجالات وما توصلت إليه الأمم من تطور إلا نتاجا لروح المبادرة والابتكار اللذان يعتبران من أهم خصائص المقاولة.

لكن رغم ذلك من أهميتها ومدى مساهمتها في النهوض بالاقتصاد الوطني، ومن توفير الدولة من إمكانيات ووسائل التمويل إلا أنها مازالت قليلة نوعا ما في بلادنا مقارنة بالدول العربية والغربية الأخرى، مما يزيد من حدة الرهان المفروض على الدولة من جهة والشباب الطالب للعمل وبالأخص الجامعي بإعتبارهما طرفي المعادلة في إقامة ما يسمى بسوق العمل كونهما يواجهان تحديات مستقبلية تتمثل في توجيه أكبر عدد ممكن من الجامعيين للمجال المقاولاتي و إختيار الميدان الذي يمكن يبدع فيه من قبل الطلبة الجامعيين مما يجعلنا نرجوا أن تتحول هذه المعطيات لدوافع تجعل من واقع العمل في بلادنا يتجه نحو الأفضل.

أولاً: المعاجم والقواميس:

أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم: لسان العرب، المجلد الثامن، بيروت.

ثانياً: الكتب

1. بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة المنظمات الاعمال ن دار المسيرة، الاردن، 2008.
2. بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلالي : المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية ، المنهل ، دار الفجر للنشر والتوزيع.
3. خالد عبد الوهاب الزبيديين: القيادة الإدارية وتطوير منظمات التعليم العالي، دار الأيام، الأردن، 2014.
4. رفاعي واحمد محمد السيد، الادارة المعاصرة ، دار المريخ للنشر والتوزيع ، المملكة العربية السعودية ، الرياض، 2001.
5. سحر محمد وهبي، دور وسائل العالم في تقديم القدوة للشباب الجامعي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 1996.
6. طارق احمد المقداد ، ادارة المشاريع الصغيرة الاساسيات و المواضيع المعاصرة ادارة المشاريع ، الاكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ، 2010-2011.
7. فارس عباس البياتي : علم الإجتماع دراسة تحليلية للنشأة والتطور ، دار غيباء ، للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
8. فهد سيف الدين غازي ساعاتي، مناهج البحث العلمي في الإدارة الرياضية، المنهل، دراسات في الإعلام، دار العربي للنشر والتوزيع.
9. كمال سالم أبو ظاهر، العينات الإحصائية ، دون ذكر دار النشر وبلد النشر، 2017.
10. مجدي عوض مبارك، التربية الرياضية والتعليم الريادي والتعليم الريادي مدخل نفسي سلوكي، عالم الكتب، الحديث، أريد، الأردن، 2001.

11. وفاء بنت ناصر وآخرون ، ريادة الأعمال ، مكتبة الملك ، ط2 ، السعودية ،
2011

12. سحر محمد وهبي ، دور وسائل العالم في تقديم القدوة للشباب الجامعي ، دار
الفجر للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 1996.

ثالثا: المذكرات والأطروحات والرسائل:

1. العود خرفية، الأساليب البيداغوجية في الجامعة وعلاقتها بتكيف الطالب الجامعي،
مذكرة لنيل شهادة الماستر، علم الاجتماع التربوي، 2013 - 2014.
2. جديد كاتيا وحوالدية مديحة: دور البحث العلمي في تحقيق التنمية الاجتماعية، مذكرة
تخرج لنيل شهادة الماستر علم الاجتماع تخطيط دراسة ميدانية بجامعة قالمة، 2012
- 2013.
3. حمزة لفقير ،روح المقاوله وانشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر .رسالة
لنيل شهادة الدكتوراه .كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة بومرداس ، السنة الجامعية
2017-2016
4. دراجي فوزية، تصور الطلبة الجزائريين للثقافة المقاولاتية، دراسة ميدانية بمجمع
سويداني بوجمعة جامعة - 8 ماي 1945 قالمة نموذجا ، مذكرة مكملة لنيل شهادة
الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم
الاجتماعية، شعبة علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع التنظيم والعمل، جامعة 8
ماي 1945 قالمة، 2018-2019.
5. ريم لونيسي ،المعوقات الاجتماعية للممارسة المقاولاتية في الجزائر .رسالة لنيل
شهادة الماجيستر ، قسم العلوم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،
جامعة سطيف 2 ، الجزائر ، الجزائر السنة الجامعية :2014-2015.
6. سحر محمد وهبي ، دور وسائل العالم في تقديم القدوة للشباب الجامعي ، دار الفجر
للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 1996.
7. سفيان يدراوي ،ثقافة المقاوله لدى الشباب الجزائري المقاول، رسالة مقدمة لنيل شهادة
الدكتوراه، تخصص علم اجتماع التنمية ، قسم علم اجتماع التنمية البشرية ، كلية

العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية ، جامعة أبي بكر بالقائد، السنة الجامعية
2014-2015.

8. سيد احمد يوسف ، تأثير المهارات المقاولاتية على الطلبة الجامعيين .اطروحة مقدمة
لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص المالية والمؤسسة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم
التسيير ، جامعة تلمسان ، السنة الجامعية 2017-2018.
9. محمد علي الجودي نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي ، رسالة مقدمة
لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ،
جامعة الجزائر 3 ، 2015 -2016.
10. نيار نعيمة : الخلفية المهنية والاجتماعية للشباب المنشىء للمؤسسات
المصغرة ، دراسة ميدانية لنعيمة من الشباب المستثمر في الوكالة الوطنية لدعم
الشباب ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، كلية العلوم الانسانية
والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، تخصص تنظيم وعمل ، جامعة الجزائر ،
2007-2008.

رابعاً: المجلات، الجرائد، المقالات، مداخلات:

1. بالقاسم ماضي ، عبير حفيفي ، ثقافة المؤسسة والمقاولاتية ، مداخله ضمن الملتقى
الدولي الاول حول المقاولاتية : التكوين وفرص الاعمال ن جامعة بسكرة.
2. روابحية مريم و علوي اميرة، مساهمة التعليم الجامعي والبحث العلمي في تنمية
الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة
08 ماي 1945 قالمة -، الملتقى الدولي حول: " الجامعة و الانفتاح على المحيط
الخارجي الإنتظارات و الرهانات" يومي 29 و 30 أفريل 2018 ، جامعة 08 ماي
1945 قالمة.
3. سفيان فنيط ، هشام بورمة ، ثقافة وروح المقاولاتية لدى الشباب الجامعي ، مجلة
انماء الاقتصاد والتجارة ، جامعة جيجل ، عدد خاص ، الصادرة بتاريخ 2018.
4. شواق بن قدور ومحمد بالخير ، اهمية نشاط ثقافة المقاوله وانعاش الحس المقاولاتي
في الجامعة ، مجلة الاجتهاد لدراسات القانونية والاقتصادية ، العدد 11 الصادر
بتاريخ 11جانفي 2017.

5. صكري ايوب ، واقع التعليم المقاولاتية في الجزائر الانجازات والطموحات ، مجلة اقتصاديات المال والاعمال ، العدد4 الصادر بتاريخ 2017.
6. عصام سيد احمد السعيد إبراهيم ، مدخل لدعم توجه طلاب الجامعة نحو الريادة و العمل الحر ، مجلة كلية التربية ، جامعة بورسعيد، العدد الثامن عشر، مصر 2015
7. عمر علي اسماعيل ، خصائص الريادي في المنظمات الصناعية واثرها على الابداع التقني ، مجلة القادة للعلوم الاقتصادية ، جامعة الموصل ،العدد4 ، الصادر بتاريخ 2010.
8. عمر علي اسماعيل ، خصائص الزيادة في المنظمات الصناعية ومآثرها على ابداع التقني .مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية ، العدد 4 ، الصادرة في 2010.
9. غلاب صليحة، روابحية مريم، فعالية الحملات الإعلامية في تنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، الجزائر، مجلة اقتصاديات، المال والأعمال، 2016 -2017.
10. غلاب صليحة، و روابحية مريم: فعالية الحملات الإعلامية في تنمية الثقافة المقاولاتية، لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة، الجزائر، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، 2016 - 2017.
11. فضيلة بوطورة ، أهمية و دور دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية في نشر الثقافة المقاولاتية ، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول التعليم المقاولاتي و الابتكار ايام 10- 11 ديسمبر 2018، جامعة مصطفى اسطمبولي- معسكر.
12. فضيلة بوطورة ، فاطمة زهراء ، مداخلة حول التعليم المقاولاتي في الجامعة ، ملتقى وطني حول اهمية ودور دار المقاولاتية في الجزائر ، جامعة تبسة 2018ص3
13. ليلي بن عيسى والزهرة ناضري، التعليم المقاولاتي وأثره على التوجه المقاولاتي لدى الطلبة : دراسة استطلاعية لأراء طلبة المقاولاتية بجامعة-بسكرة- " ، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد: 03/ العدد: 02/ ديسمبر 2019 ، ص 231-246.

14. مفيد عبدلاوي، ورقة بحثية بعنوان: دراسة تقييمية لدور دار المقاولاتية في الربط بين البحوث الأكاديمية ومتطلبات الواقع دار المقاولاتية بجامعة الوادي نموذجا، دار المقاولاتية بجامعة الوادي، ماي 2021، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي.
15. يونسكو ومنظمة العمل الدولية، نحو ثقافة للريادة في القرن الواحد والعشرين، تحفيز الروح الريادية من خلال التعليم للريادة في المدارس الثانوية 2010.

خامسا : المواقع الإلكترونية:

1. [المقالة مفهومها و أنواعها و البنية التنظيمية لها PDF UniversityLifeStyle](#) – ، مقال بعنوان تحليل المقاولاتية، اطلع عليه بتاريخ: 2021/05/15 – 13:30.
2. محمد: اهداف ريادة الاعمال، مقالة طيوف ، الموقع www.6yof.com تم نشره في 2017/12/17، تم زيارة الموقع يوم 2021/03/27 على الساعة 1:45
- [ملخص ل المقاولاتية\(univ-chlef.dz\)](#) ، مقال بعنوان ملخص المقاولاتية، إطلع عليه بتاريخ 2021/05/15 – 14:05.

جامعة الشهيد حمه لخضر بولاية الوادي

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإجتماعية

إستمارة بعنوان ثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي

زميلي الطالب... زميلتي الطالبة... نظرا للظرف الوبائي في العالم والبروتوكول الوقائي المشدد في البلاد... يسرني أن أضع بين يديكم هذه الإستمارة الإلكترونية التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها إستكمالا لنيل شهادة الماستر L M D في علم الإجتماع تخصص التنظيم والعمل بعنوان:

" ثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي "

وتهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على حقيقة واقع تصور الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين ورسوخها في الأذهان، ونظرا لأهمية رأيكم نطلب منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الإستمارة وإكمالها، ونؤكد لكم أن معلومات هذه الإستمارة ستبقى سرية وموجهة لغرض البحث العلمي فقط

تقبلوا منا فائق الإحترام والتقدير.

• المحور الأول: البيانات الشخصية:

1-الجنس:

	ذكر
	أنثى

2-العمر:

	25-18
	30-26
	35-31
	40-36
	أكثر من 40 سنة

3-المستوى الدراسي:

	طالب مستوى ليسانس
	طالب مستوى ماستر
	طالب مستوى دكتوراة

4-الكلية التي تزاول فيها دراستك:

	كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية
	كلية العلوم التكنولوجية
	كلية العلوم الإقتصادية والتسيير
	كلية البيولوجيا
	كلية اللغات

المحور الثاني: مدى انتشار ثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين:

01- حسب رأيك ماهي الثقافة المقاولاتية؟

	• ثقافة إنشاء مشروع
	• قيم و معتقدات مؤسسية
	• روح المغامرة والمخاطرة في عالم الأعمال

الرقم	السؤال	نعم	لا
02	هل تعرف معنى المقاولاتية؟		
03	هل لك استعداد لدخول عالم المقاولاتية؟		
04	هل تتلقى في بعض الأحيان توصيات بدخول عالم المقاولاتية؟		
05	هل تتمتع بمهارات و مقومات تخولك لأن تصبح مقاول؟		
06	هل تمتلك روح المغامرة والمخاطرة إنشاء المشاريع؟		
07	هل تفضل العمل المقاولاتي؟		
08	هل لديك إهتمام بالتوظيف بالقطاع الخاص؟		
09	في نظرك هل يتداول زملاؤك الجامعيين أفكار حول إنشاء مشاريعهم الخاصة؟		

المحور الثالث: التعليم الجامعي وعلاقته بالثقافة المقاولاتية:

الرقم	السؤال	نعم	لا
01	هل تلقيت نوعا من التعليم المقاولاتي داخل جامعتك؟		
02	هل شجعت جامعتك فكرة المبادرة والعمل الحر لطلابها؟		
03	هل ساهمت البرامج الدراسية في تعزيز الثقافة المقاولاتية لديك؟		
04	هل ساهمت جامعتك في نشر الثقافة المقاولاتية وسط الطلبة؟		
05	هل يحتوي المقرر الدراسي الذي تدرسه على مادة المقاولاتية؟		
06	هل لبرامج التوعية والتكوين في غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي ذات جدوى عالية؟		
07	هل تولى الجامعة إهتماما خاصا للطلبة المقبلين على التخرج خصوصا في جانب تسهيل العمل الميداني والتطبيقي؟		
08	هل طرق تعليم المقاولاتية في الجامعة جيدة الفعالية؟		

09- ماهي الأسباب التي تجعل من فعالية التعليم المقاولاتي محدود؟

	1- سيادة ثقافة الإعتماد على الدولة
	2- قدم الأساليب التعليمية وكلاسيكية الطرح
	3- ضعف التوعية والتحسيس
	4- غياب الرغبة أو الميل للمقاولاتية من قبل الطلبة

المحور الثالث: أساليب وطرق نشر الثقافة المقاولاتية:

الرقم	السؤال	نعم	لا
01	هل تواصلت من قبل مع دار المقاولاتية؟		
02	هل نظمت الجامعة ودار المقاولاتية ندوات تثقيفية للتعريف بالثقافة المقاولاتية؟		
03	هل تتعاون جامعتك مع دار المقاولاتية في تنظيم حملات اعلامية لنشر الثقافة المقاولاتية؟		
04	هل يوجد دور لوسائل الإعلام والاتصال في تشكيل وعي الطالب حول الثقافة المقاولاتية؟		

05- ماهي الطرق و الوسائل التي تعتمدھا الجامعة في نشر و ترويج الثقافة المقاولاتية وسط الطلبة؟:

	ندوات علمية
	ملصقات
	الأيام التحسيسية
	دورات تدريبية
	ترويج في وسائل التواصل الإجتماعي عبر الصفحات الرسمية

06- ماهي العراقيل التي تساهم في تعطيل أساليب وطرق نشر المقاولاتية؟

	1- ضعف الوسائل والطرق وعدم عصرنتھا
	2- غياب روح المغامرة والمخاطرة لدى الطالب واعتماده على الدولة والتوظيف
	3- نقص الخبرة في تسيير وإنشاء المشاريع
	4- الشكوك التي تحوم حول مشروعية القروض والدعم المالي من الناحية الدينية