



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص: اتصال وعلاقات عامة



بعنوان:

اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال

نحو المشاريع المقاولاتية

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة قالمة

تحت إشراف:

د/ زغدود مبارك عبد الرحمان

إعداد الطلبة:

✓ قلي ايمان

✓ ساحلي سعيدة

✓ مزياي دنيا

لجنة المناقشة:

رئيسا	أ. حاجي حمزة
ممتحنا	أ. براج رفيق
مشرفا ومقررا	أ. زغدود مبارك عبد الرحمان

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨

شكر وعرّفان

قال تعالى: "ولئن شكرتم لأزيدنكم"

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم
والبصيرة.

نتقدم بالشكر الجزيل والعرّفان إلى الأستاذ المشرف " زغدود مبارك عبد الرحمان " على تفضله بالإشراف على هذه المذكرة وعلى كل الجهود التي بذلها وتوجيهاته ونصائحه إلى آخر لحظة

كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات وإلى كل من قدم لنا يد العون لإتمام هذا العمل.

ونشكر أيضا كل من وقف وساهم بالكثير أو القليل من أجل إتمام هذه الدراسة والكمال لله وحده عز وجل وإليه يرجع الفضل والثناء كله

فهو نعم المولى ونعم النصير

إهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

ابتديت بطموح وانتهيت بنجاح اليوم خطوة الألف ميل عديتها وكل مشاويري الصعبة

طويتها عظم المراد فهان الطريق فجاءت لذة.....الوصول.....

لتمحي مشقة السنين ما سلكننا البدايات إلا بتيسيره وما بلغنا النهايات إلا بتوفيقه

وما حققنا الغايات إلا بفضلته

تم بحمد الله وبفضله

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء سيدنا محمد وعلى آله

الطيبين قال النبي الأكرم محمد (ص): من لم يشكر المخلوق لم يشكر الخالق وانطلاقاً

من قول نبينا الكريم أقدم شكري وإهداء ثمرة جهدي المتواضع إلى:

أمي التي فارقتنا بجسدها، ولكن روحها ما زالت ترفرف في سماء حياتي

إلى أبي الرجل المثالي أطال الله في عمره ليظل عوناً لي

إلى جدي العزيزة..... إلى إخواني الأعزاء.... إلى زوجي رفيق دربي في هذه الحياة

إلى كل عائلتي وصديقاتي

الشكر للأستاذ المشرف زغدود مبارك عبد الرحمان على توجيهاته القيمة وتصويبه

المعرفي في سبيل الإشراف العلمي على هذا العمل

إهداء

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام

"وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين"

أرى مرحلتي الدراسية قد شارفت على الانتهاء بالفعل، بعد تعب ومشقة دامت سنين في سبيل الحلم والعلم حملت في طياتها آمنيات اللباني، وأصبح عنائي اليوم للعين قررة ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجني اقطف ثمار تعبي وأرفع قبعي بكل فخر في الله مملك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا لأنك وفقني على إتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي

أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي

إلى من جعل الله الجنة تحت قدميها، واحتضني قلبها قبل يديها، إلى من يعجز اللسان عن الثناء عليها

والقلم عن وصف فضلها إلى المرأة التي جعلت مني فتاة طموحة وسهلت عليا الصعاب بدعائها

أمي الغالية حفظك الله وأطال في عمرك وأدامك سندا لي

إلى من أحمل اسمه بكل فخر إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله وفخري، إلى من دعمني بلا حدود وأعطاني

بلا مقابل إلى من ضحى من أجل أن ينير دري وطريقي أبي الغالي حفظك الله وأطال عمرك وأدامك سندا لي

إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى من قال فيهما الله سنشد عضدك بأخيك إخوتي "إسلام" "أيمن" "سمر"

حفظكم الله ورعاكم

إلى من مدت يدها في أوقات ضعفي وراهننت على نجاحي إلى من تؤمن بشجاعتى توامي وصديقتي "شيماء"

إلى أساتذتي الكرام وكل رفقاء الدراسة ومن كان له دور من قريب أو من بعيد في إتمام هذه الدراسة

وأخيرا من قال أنا لها "نالها" وأنا لها أن أيت رغما عنها اثبت بها ماكنت الأفعال لولا توفيق من الله ها هو

اليوم العظيم هذا اليوم الذي أجريت وسنوات الدراسة الشاقة حاملة فيها حتى توالى بمنه وكرمه الفرحة

التمام الحمد لله الذي به خيرا وأملا وأغرقتنا سرورا وفرحا ينسيني مشقتي

إيمان

إهداء

أولا الشكر لله الذي وفقني لهذا اليوم وبعد الصلاة والسلام على خير خلقه

فإنني أهدي نتائج تعبي هذا

إلى من جعلت توقي انطلاقة وهزيمتي نصرا إلى

أمي التي كنت أستلهم منها الطاقة لإكمال مشواري الدراسي والتي بذل أوقاتها

وجهدتها ومالها وتعبها لأجل تنويري بتاج العلم أشكرك أمي إلى ان يبلغ الشكر منتهاه

إلى من أنار دربي بضياء قلبه وحنانه ووجه ودعمه إلى صاحب الكتف الذي أستند عليه

إذا نال مني التعب إلى أبي عزيزي من هدم الجبال والصعاب ليمهد لي طريق العلم

والذي هما الجوهرتان البارزتان في تاجي هذا أشكركما وأتشرف بفخر

كما أهدي ثمرة جهدي إلى أخواي العزيزان على قلبي الذين سعادتهما من سعادتني

وحبهما من حبي

إلى أساتذتي الأعزاء الذين أمطروا دربي بغيث الجد والاجتهاد وإلى زميلاتي

وكل من تشاركت معه هذه الحقبة الجميلة من حياتي

سعيدة

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية وقد انطلقت هذه الدراسة من إشكالية تمثل هدفها الأساسي في معرفة حقيقة اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية، وهذا من خلال تسليط الضوء على القدرات الذاتية لطلبة علوم الإعلام والاتصال وروحهم المقاولاتية نحو مشاريع ريادة الأعمال، وكذا التعرف على واقع التكوين الأكاديمي ودوره في بناء اتجاهاتهم إضافة إلى معرفة مدى مساهمة البيئة الاجتماعية في تكوين اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية.

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بتطبيق الاستمارة كأداة لجمع البيانات على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قلمة قوامها 80 مفردة، وتم الاعتماد على العينة العنقودية في اختيار مفردات العينة. توصلت نتائج الدراسة على أن النشاط المقاولاتي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال يعتبر وسيلة طموحة لتحقيق تطلعاتهم المهنية، مما يدفعهم لتفضيل العمل في القطاع الخاص بعد التخرج للتحكم في مسار مستقبلهم المهني، وتوصلت نتائج الدراسة أيضا إلى مدى إدراك طلبة علوم الإعلام والاتصال لأهمية التكوين الأكاديمي من خلال مشاركتهم في مختلف النشاطات والورشات التكوينية التي تقدمها حاضنات الأعمال والتي بدورها تؤدي في خلق الدافع لدى الطالب الجامعي صوب الفكر والمشاريع المقاولاتية، وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود توجهها إيجابيا في دور البيئة الاجتماعية نحو إقامة المشاريع الريادية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال، والذي تجلى من خلال الدعم الأسري والقانوني والمالي الذي يعكس توجهها إيجابيا في كيفية التفكير بالفرص المستقبلية مما يعزز الثقة بالنفس لديهم، والتي تساهم في خلق فرص العمل ومن ثم التقليل من معدلات البطالة.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، طلبة علوم الإعلام والاتصال، المقاولاتية.

Summary:

Attitudes of students of Media and Communication Sciences towards entrepreneurial projects. The study started from a central issue, aiming to understand the reality of these students' attitudes towards entrepreneurial projects. It focused on highlighting the personal capabilities and entrepreneurial spirit of Media and Communication Sciences students towards entrepreneurship projects, as well as examining the reality of academic training and its role in shaping their attitudes. Additionally, the study explored the extent to which the social environment contributes to shaping the attitudes of Media and Communication Sciences students towards entrepreneurial projects.

We adopted a descriptive analytical approach in this study, using a questionnaire as a data collection tool applied to a sample of 80 Media and Communication Sciences students from Guelma University, chosen using a cluster sampling method.

The results of the study indicated that entrepreneurial activity among Media and Communication Sciences students is considered an ambitious means to achieve their professional aspirations. This drives them to prefer working in the private sector after graduation to control their career paths. The study also found that Media and Communication Sciences students recognize the importance of academic training through their participation in various activities and training workshops offered by business incubators, which in turn fosters a motivation towards entrepreneurial thinking and projects. Additionally, the study concluded that there is a positive direction in the role of the social environment in establishing entrepreneurial projects among Media and Communication Sciences students. This is reflected in the family, legal, and financial support that indicates a positive outlook on thinking about future opportunities, thereby enhancing their self-confidence, contributing to job creation, and subsequently reducing unemployment rates.

Key words: attitudes, Media and Communication Sciences students, entrepreneurship.

الصفحة	فهرس المحتويات
2	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
4	تمهيد
5	الإشكالية
8	تساؤلات الدراسة وأهدافها
أ	أهمية الدراسة
9	أسباب اختيار الموضوع
10	الدراسات السابقة
17	تحديد المفاهيم
31	منظور الدراسة
34	منهج الدراسة
36	مجتمع وعينة الدراسة
39	أدوات جمع البيانات
42	المجال العام للدراسة
43	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
45	تمهيد
46	المبحث الأول: أساسيات الاتجاه
46	المطلب الأول: تكوين الاتجاه
48	المطلب الثاني: أنواع الاتجاه
49	المطلب الثالث: مقاييس الاتجاه
53	المطلب الرابع: طرق قياس الاتجاه
54	المطلب الخامس: طرق تعديل (التغيير) الاتجاه
56	المطلب السادس: مشكلات قياس الاتجاه
58	المبحث الثاني: أبعاد المقاولاتية وريادة الأعمال في الجزائر

58	المطلب الأول: الثقافة المقاولاتية
63	المطلب الثاني: المفاوض
66	المطلب الثالث: الإطار العام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
72	المطلب الرابع: المقاولاتية الإعلامية
74	المطلب الخامس: المشاكل التي تعترض إنشاء وترقية المشاريع المقاولاتية وعوامل نجاحها
78	المطلب السادس: صور مساهمة المشاريع المقاولاتية للتنمية في الجزائر واهم تحدياتها المستقبلية
82	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
84	تمهيد
85	عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها
87	النتائج العامة للدراسة
98	مناقشة النتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
99	مناقشة نتائج الدراسة في ضوء منظور الدراسة
101	خلاصة الفصل
103	خاتمة
105	قائمة المصادر والمراجع
/	الملاحق

الصفحة	قائمة الجداول
36	جدول رقم (1) يوضح مجتمع الدراسة
49	جدول رقم (2) تقدير المسافة الاجتماعية عند بوجاردوس
85	جدول رقم (3) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو العمل في القطاع الخاص
85	جدول رقم (4) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو الطموح في النشاط المقاولاتي
86	جدول رقم (5) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو التخطيط وإدارة المشاريع المقاولاتية
87	جدول رقم (6) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو امتلاك الطلبة لروح المخاطرة لإنشاء مشروعهم
87	جدول رقم (7) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو مواجهة الصعوبات لإنشاء مشروع مقاولاتي
88	جدول رقم (8) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو إيجاد حلول في حالة فشل المشروع القاولاتي
89	جدول رقم (9) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو مشاركتهم في فعاليات ونشاطات المشاريع المقاولاتية
89	جدول رقم (10) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو احتياجاتهم إلى مقاييس نظرية في مجال المقاولاتية
90	جدول رقم (11) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو احتياجاتهم إلى تكوين تطبيقي ميداني نوعي
90	جدول رقم (12) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو مساهمة حاضنة الأعمال
91	جدول رقم (13) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو الاطلاع الكافي حول قوانين ريادة الأعمال
92	جدول رقم (14) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو عروض التجارب الناجحة
93	جدول رقم (15) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو توفير الجامعة لكفاءات بشرية مؤهلة
93	جدول رقم (16) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو امكانية المشاريع المقاولات في توفير مناصب شغل
94	جدول رقم (17) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو قانون 12 /75
95	جدول رقم (18) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو تفضيلهم للحصول على الدعم الأسري
95	جدول رقم (19) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو امكانية أجهزة التمويل من تحفيزهم
96	جدول رقم (20) يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو الإعفاءات من الأقساط والضرائب

الصفحة	قائمة الأشكال
30	شكل رقم (01) مخطط يوضح محددات الرغبة المقاولاتية
32	شكل رقم (02) مخطط يوضح نموذج نظرية السلوك المخطط
34	شكل رقم (03) مخطط يوضح نموذج TPB
39	شكل رقم (04) مخطط يوضح توزيع العينة
47	شكل رقم (05) مخطط يوضح المكونات الثلاثة للاتجاه
51	شكل رقم (06) مخطط يوضح المسافة المتساوية للبعد في مقياس الاتجاه لدى ثرستون
52	شكل رقم (07) مخطط يوضح طريقة ليكرت في قياس الاتجاهات
60	شكل رقم (08) مخطط يوضح تفاعلية البحث العلمي مع ثقافة المقاول

مقدمة

تعتبر المقاولاتية من أهم المواضيع التي تحتل مكان بارزة في الدراسات المتعلقة بالتنمية الاقتصادية هذا الاهتمام المتزايد يفسر جهود العديد من الدول التي تشجع المقاولاتية عبر مختلف محاورها، والجزائر ليست استثناء في هذا المجال حيث توجهت سياستها نحو تشجيع الشباب على دخول العالم المقاولاتية من أوسع ابوابه من خلال تقديم الدعم المالي والتسهيلات القانونية لإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

في الآونة الأخيرة انتقل هذا الاهتمام إلى المجال التعليم العالي حيث أصبحت المقاولاتية جزءا مهما من البرامج التكوينية حيث تسعى الجامعات الجزائرية من خلال استراتيجيتها وبرامجها إلى صقل مهارات الطلاب وتنمية كفاءتهم مما يدفعهم إلى إنشاء مؤسساتهم الخاصة مما يساهم في خلق فرص عمل جديدة وبدورها على انعكاس التنمية الاقتصادية للبلاد، أصبحت إحدى توجهات الحديثة التي تبنتها الدولة كألية لتعزيز الفكر المقاولاتي لدى الطلاب.

وتهدف الدراسة إلى معرفة اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية بجامعة قلمة حيث اعتمدنا على خطة بحثية تمحورت على مقدمة للدراسة وثلاث فصول، فالفصل الأول تعلق بالجانب المنهجي أما الفصل الثاني اختص بالجانب النظري للدراسة في حين جاء الفصل الثالث خاص بالجانب التطبيقي للدراسة.

الفصل الأول: تمثل الإطار المنهجي للدراسة والذي تم من خلاله عرض الإطار العام للدراسة حيث قمنا فيه بصياغة اشكالية الدراسة وطرح تساؤلات لها بالإضافة إلى تحديد الأسباب التي دفعتنا لإختيار هذا الموضوع وأهميته وأهدافه وكذا عرض الدراسات السابقة بالإضافة إلى شرح المفاهيم الأساسية والثانوية والنظرية المفسرة للمقاولاتية، كما تطرقنا فيه أيضا لعرض الاجراءات المنهجية المعتمدة في مثل هذه الدراسات الميدانية.

أما **الفصل الثاني:** فتمثل في الإطار النظري للدراسة والذي قمنا من خلاله بتقسيم الفصل إلى مبحثين وتمثل المبحث الأول بعنوان اساسيات الاتجاه والذي يندرج تحته ستة مطالب، تناولت كل من تكوين الاتجاه وأنواعه وطرق قياس الاتجاه ومقاييسه وأهم مشكلاته. وتمثل المبحث الثاني بعنوان ابعاد المقاولاتية ورياده الاعمال في الجزائر، والذي يندرج تحته ست مطالب أيضا تمحورت حول الثقافة المقاولاتية والإطار العام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهم التحديات التي تواجهها وعوامل نجاحها.

في حين تمثل **الفصل الثالث** في الإطار التطبيقي للدراسة والذي تمحور حول عرض نتائج الدراسة ومناقشتها والنتائج العامة للدراسة وفي الأخير قراءة النتائج في ضوء الدراسات السابقة ومنظور الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:

من خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى تحديد وصياغة الإشكالية، باعتبارها أول خطوة يتم الإنطلاق منها في تحديد موضوع بحثنا وهذا بالاعتماد على تساؤلات الدراسة المطروحة وكذلك على عرض جملة من الأسباب التي أثارت إبتهاها من أجل تناول هذا الموضوع ومحاولة الكشف عن حقائقه، وكذا التطرق إلى الأهمية والأهداف التي دفعت بنا للقيام بدراسة هذا الموضوع وكذلك تحديد المفاهيم الإجرائية للدراسة عن طريق شرحها وتحديد المقصود بها إجرائياً وصولاً إلى عرض الدراسات السابقة ومنظور الدراسة ومن أهم المراحل التي تتطلب الدقة البالغة وتتوقف عليها إجراءات البحث وتصميمه وجودة نتائجه الإجراءات المنهجية حيث ترتبط أدوات البحث العلمي والمنهج المستخدم في الدراسة بمدى نجاحه العلمي بموضوع البحث، لذا يتوجب علينا الإلمام بالأدوات والطرق المستخدمة لضمان نجاحه ووصولنا إلى نتائج بأقل جهد وتكاليف وهذا ما سنتطرق إليه من خلال هذا الفصل.

1-الإشكالية:

لقد أرسى العولمة واقتصاد السوق قواعد وركائز المشروع المجتمعي الجديد، فهي تنطوي على إحداث تغيير في بيئة العمل والمجتمع معاً، فنتيجة للدور الاقتصادي والاجتماعي الذي تحققه في المجتمع جاءت العديد من المقاربات النظرية والآراء الاقتصادية داعمة لهذا الفعل كونه يعد عاملاً للتنمية الاقتصادية والبشرية وعمالاً للاستقرار السياسي والاجتماعي، فإعطاء نفس الفرص لجميع الأفراد يعبر عن واقع ديمقراطي من جهة ويحقق العدالة الاجتماعية في المجتمع من جهة أخرى.

فعملية التنمية الاقتصادية خصصت لها معدلات استثمارية عالية عن مختلف المخططات التنموية، فقد أثبتت العديد من الدراسات والأبحاث العلمية أن ما واجهه العالم من تحولات اقتصادية وتطور تكنولوجي ظهر مع ظهور اقتصاد جديد يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويستخدم الابتكار والرقمنة لإنتاج السلع والخدمات ذات القيمة المضافة فرض تبني إستراتيجيات جديدة قائمة على الاقتصاد الحر وهذا ما أفرز نوع جديد في مجال الأعمال الأمر الذي أدى إلى خلق الفكر المقاولاتي وأن يكون للفرد عمل تجاري أو شركة خاصة به تحت مسمى الشركات الصغيرة أو الناشئة، وقد تزايد الاهتمام بالمقاولاتية عبر العقود الثلاثة الأخيرة من القرن الماضي كونها تلعب دور المحرك الأساس للنمو الاقتصادي لأي بلد سواء على صعيد الدول المتقدمة أو النامية على حد سواء، فهي تتجه نحو الارتكاز على مهارات أفرادها ومدى قدرتهم على العمل المقاولاتي وكذلك القدرة على تحويل المعرفة إلى تكنولوجيا وابتكارات تساعد على تحقيق التنافسية على الصعيد الدولي.

وفي خضم هذه المعطيات فإن الجزائر ليست بمنأى عن هذه الحثيات، فهي تعد واحدة في بين الدول النامية التي أصبح لزاماً عليها التوجه إلى تبني الفكر المقاولاتي والمقاولاتية المستدامة، إذ تعد مسارا حيوياً يساهم في التنمية المحلية من خلال تكثيف نسيجها الإنتاجي ومنظومتها الصناعية وتطوير وتنوع قدرتها الإنتاجية، الأمر الذي جعلها تنفطن للنهوض بالفكر المقاولاتي لتحقيق متطلبات التنمية والمساهمة في النمو السليم للاقتصاد، خاصة في تلك التحولات الاقتصادية التي شهدتها والمتمثلة أبرزها في الصدمة النفطية الناتجة عن تراجع أسعار المحروقات والتي استدعت تطبيق سياسة المقاولاتية كأفضل وسيلة للإنعاش الاقتصادي نظراً لسهولة تكيفها ومرونتها للعمل على تغطية العجز في الموازنة العامة، حيث زاد الاهتمام بالمقاولاتية كونها البديل الأفضل حالياً للتغلب على هذه الوضعية والتخلص من التبعية النفطية، إذ يعتبر تطور النشاط المقاولاتي مؤشراً هاماً لقياس مدى قدرة الاقتصاد على تنويع مصادر الدخل المحقق، فضلاً عن تحقيق مستوى الإبداع والتطور المتوفرين فيمن تتوفر لديهم القدرة والرغبة في تأسيس عمل خاص

من خلال دعم الصادات الفردية وتعزيز الابتكارات لضمان مكانة المقاولاتية ضمن النسيج الاقتصادي المحلي حيث تأتي هذه الأخيرة بالقيمة المضافة للبلاد من خلال العمل على تلاحم ميادين تكنولوجية وعلمية عديدة من أجل إيجاد التطبيقات الجديدة على الأرضيات الرقمية ويتسنى بذلك استحداث منتجات من الجيل الجديد وخدمات حديثة.

لقد سعى المشروع الجزائري من جعل المقاولاتية محور اهتمامه في خلال وضع آليات جديدة تهدف بتشجيع الشباب على الإنخراط في المشاريع المقاولاتية وذلك عن طريق توفير بيئة عمل ملائمة فقد بذلت الحكومة الكثير من الجهد لتخفيف القيود الإدارية والمالية حولها سواء من ناحية التمويل أو من ناحية المرافقة والدعم وخلق نظام بيئي متكامل يهدف بتشجيع حاملي المشاريع إلى تحويل أفكارهم الإبداعية إلى مشاريع مقاولاتية تدعم الابتكار في ظل إستراتيجيات وطنية واسعة باستحداث إطار قانوني مرن يتوافق مع التحديات الحديثة، ويسمح باستثمار الأفكار والابداعات المتميزة وتحويلها إلى مشاريع ناجحة ومحفزة، ويهدف تجاوز العديد من العوائق التي تواجه هذا النوع من المشاريع خاصة في بدايتها، فقد ظهرت نظم لحماية خاصة بها للتخلص من حالات فشلها وضمان استقرارها، حيث تعد آلية "حاضنات الأعمال" له بمثابة المنصة لرعاية أعمالها وتقديم الدعم والنصح والإرشاد حتى تبني أفكارها وتنضج ليتم تجسيدها.

باعتبار أن نشاط المشاريع المقاولاتية يستقطب الفئة الشبابية، فهو بذلك يعمل على التقليل والحد من البطالة من خلال توفير سوق العمل بالموارد البشرية، فعند الحديث عن واقع العمل فإن الفجوة جلية للعيان تجعل من الشباب يواجه البطالة المباشرة وهذا راجع للتشبع الذي حدث في سوق العمل وبالأخص في قطاع الوظيف العمومي المستحوذ على النصيب الأكبر في توظيف خريجي الجامعات، إنطلاقاً من هذه المعضلة بدأ التفكير الجدى في بلورة سوق العمل بأليات تخلق لديهم فرص خلق تجارب مشروعات مقاولاتية تحقق ذاتهم وتشجع مبادراتهم ككيان مستقل بذاته يعول عليه في تقديم الأفضل والأمثل في ناحية الكفاءة وفعالية الأداء إلا أن نجاح المقاولاتية يعتمد على توفر مجموعة في العوامل المحفزة لإنتشارها كثقافة حتى تصبح تدريجياً نمط حياة وأسلوب معيشي يومي يسعى من خلالها الفرد على إثبات ذاته وتطور مستوى معيشته وتعمل الدولة جاهدة على دعم القطاع الخاص لمشاريع شبابية ومقاولاتية تساهم في إلحاق الشباب الحامل للمشاريع الإبداعية والمبتكرة في مسار المنهجية وتعزيز الآلية الإنتاجية المحلية وفرصة لتحقيق الأفكار المبتكرة لخريجي الجامعات وحاملي الشهادات على أرض الواقع.

لقد تم تبني مشروع المقاولاتية بشكل واسع في الأوساط الأكاديمية عموماً وفي الأوساط الجامعية خصوصاً نظراً للشريحة التي تعتبر أكثر تمثيلاً لهذه المعرفة، والتي تتجسد في أهم مخرجات قطاع التعليم العالي وعلى رأسها الجامعات، وبهذا يكون نجاح المشاريع المقاولاتية بمدى نشر ثقافتها في أوساط الطلبة الجامعيين، أين يبدأ الطالب في بلورة مشروعه المهني والحياتي والذي يسعى من خلاله إلى البحث عن السبيل إلى تلبية احتياجاته، المختلفة فقد شهدت الجامعات الجزائرية تطورات عديدة في أهدافها ودورها الاجتماعي والتنموي إذ لم يعد يقتصر فقط على تقديم خدمات علمية وتعليمية بل تجاوزت ذلك بتحويل مناهجها إلى أساليب تدريبية حديثة، إضافة إلى دمج المقاولاتية ضمن أهدافها في التدريس الأكاديمي والتطبيقي لتشجيع الطالب الجامعي وتأهيله بالشكل الذي يجعل مهنة المقاولاتية سهلة البلوغ من خلال تعزيز توجههم المقاولاتي وإرساء فكر الإبداع والابتكار وآليات دعمها بعد التخرج إضافة إلى تحفيزه وخلال إقامة الورشات والملتقيات المقاولاتية والعمل على تدريسها كمادة في كافة التخصصات بغرض نقل الأبحاث الأكاديمية لخريجي الجامعات من الجامعة مشاريع منتجة لتصبح هذه الأخيرة قاطرة للإقلاع الاقتصادي، وهذا ما أشار إليه وزير

التعليم العالي والبحث العلمي لأهمية الإجراء الجديد المتخذ بموجب القرار الوزاري رقم 75/12 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 المتضمن لتحديد كفاءات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة - حيث بموجب هذا القرار فإنه بإمكان الطلبة المقبلين على إنجاز مذكرة التخرج في الماستر أو مهندس أو أطروحة دكتوراه الاستفادة في عدة مزايا من بينها الحصول على وسم مشروع مبتكر أو مؤسسة ناشئة وهذا بعد مناقشة مشاريعهم أمام لجنة علمية مختصة للحصول على شهادة أو دبلوم مؤسسة ناشئة Start-up توفر العديد حيث من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي يؤسسها خريجي الجامعات فشلا لأسباب كثيرة أهمها سوء التسيير وغياب الروح المقاوالية بالرغم من الجهود المبذولة لإنشائها ودعمها، ولهذا فقد عملت الجامعات على توفير هيئات الدعم والمرافقة على مستوى الجامعات كحاضنات الأعمال الجامعية التي تسهر على إدارة وموافقة مشاريع الطلبة وكذلك دار المقاوالية التي تعمل على توجيه الطلبة الراغبين في إنشاء مؤسسات محفزة على منحهم الخبرة والمعرفة الكافية والتكوين اللازم كما يهدف هذا القرار إلى خلق جيل من الطلاب رواد الأعمال الابتكارية، وبها خلق قاعدة عريضة من المقاولين ومؤسسات خلاقة، ومع كل هذه المساعي التي ترمي إلى تشجيع على إنشاء المشاريع المقاوالية تبقى ذهنية الطالب الجامعي كفاعل على أساسي في إنجاز هذه المساعي.

وعليه فالوقوف على التشخيص الموضوعي والقرار الواعي للطلاب الجامعي المقبل على التخرج لا بد منه عند اختياراته المهنية والتي تتناسب وإمكاناته ميولته واستعداداته مع مراعات أهم العوامل التي بإمكانها من التدخل في توجيه آرائه وقراراته للقيام بالاختيارات، وتعد اتجاهاته إحدى هذه العوامل التي تتدخل بشكل أو بآخر في مثل هذه القرارات كونها عملية فكرية ذات نشاط ذهني تحمل مجموعة منظمة من المعارف والإدراكات والآراء والتوجهات، وكما نعرف فالجانب المعرفي يتحكم بشكل كبير في اتجاهه كما تجدر الإشارة هنا إلى أن مرحلة إنشاء المقاوالية تسبقها مرحلة قبلية تعرف بالتوجه المقاوالية، والتي تمثل مرحلة من مراحل المسار المقاوالية فالتوجه المقاوالية هو نية الطالب لبدء عمل جديد، وتختلف نسب توجه الطلبة الجامعيين نحو المقاوالية حسب التخصص الدراسي وعلى حسب أيضا درجة القناعة التي تؤثر بدورها بمقدار الكفاءة المتوقعة من إنشاء المقاوالية والمواقف العامة والخلفية الشخصية وكذلك المسار الجامعي، وقدرت المشاريع المقاوالية بشكل واسع في التخصصات العلمية إلا أن تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية دفعت رهان التحدي لإدراج مشروع المؤسسات الناشئة ضمن مشاريع التخرج، وقد بادر قسم علوم الإعلام والاتصال من خلال الحملات التحسيسية والمحاضرات والمداخلات من أجل بناء خلفية نظرية لتكوين اتجاهاتهم حول مشاريع المقاوالية.

وبهذا فإن اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال المقبلين على التخرج حول مشاريع المقاوالية هو الذي يسمح لهم بتوضيح موقفهم والبحث في نواياهم وهذا ما استدعانا إلى دراسة هذا الموضوع. وفي إطار ما تم التطرق إليه يمكننا طرح التساؤل الرئيسي للدراسة فيما يلي:

ما هي اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو مشاريع المقاوالية؟

وللإجابة على التساؤل الرئيسي للإشكالية تم تفكيكه إلى تساؤلات فرعية وهي:

- ما هي اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو دوافع انشائهم لمشاريع المقاولاتية؟
- ما هي اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو تكوينهم الأكاديمي لإنشاء مشاريع مقاولاتية؟
- ما هي اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو البيئة الاجتماعية لإنشاء مشاريع مقاولاتية؟

2- أهداف الدراسة:

- تسليط الضوء على القدرات الذاتية لطلبة علوم الاعلام والاتصال وروحهم المقاولاتية نحو المشاريع المقاولاتية.
- التعرف على واقع التكوين الأكاديمي ودوره في بناء اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية.
- معرفه مدى مساهمة البيئة الاجتماعية في تكوين اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية.

3- أهمية الدراسة:

تندرج أهمية هذه الدراسة في كونها تعد واحدة في مواضيع الساعة خاصة في فترة التجديد المعرفي والتكنولوجي التي نعيشها كما أنها تستمد أهميتها من أهمية الشريحة التي تناولتها والمتمثلة في فئة الطلبة الجامعيين خاصة وأنها تسلط الضوء على اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال على أهم وأحدث المشاريع باعتبار المشاريع المقاولاتية ركيزة أساسية يعتمدها الطلبة في قيادتهم للمستقبل وبلورة مشاريعهم المهنية بالإضافة إلى أن المقاولاتية أهم الاستراتيجيات التي لجأت إليها المجتمعات وتسعى من خلالها للتقدم والرقى وكأساس لدفع عجلة التنمية ورفع معدلات النمو وإدخال نوع من التنافس داخل سوق العمل والخفض من نسب البطالة ومن هذا المنظور تتجلى الأهمية العلمية والعملية للدراسة الراهنة والتي يمكن حصرها في النقاط التالية:

1) الأهمية العلمية:

- استطلاع وجهات نقل فئة طلبة علوم الإعلام والاتصال حول اتجاهاتهم نحو المشاريع المقاولاتية مع إعطاء صورة واضحة لها.
- استفادة إدارة الجامعة من نتائج وتوصيات هذا البحث للتعرف على مدى نجاعتهم في نشر ثقافة المشاريع المقاولاتية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال، وكذلك مدى تأهيلهم لها والوقوف على اتجاهاتهم لتعزيز الجوانب الإيجابية ومعالجة الجوانب السلبية الأمر الذي ينعكس على تطوير اتجاهات الطلبة نحو هذا النوع من المشاريع.
- ارتباط الموضوع ببيئات مختلفة اجتماعية، ثقافية، اقتصادية مما يساهم في استفادة الباحثين في دوائر علمية عديدة مستقبلا من نتائج الدراسة كإضافة علمية نظرية وكأرضية لبداية دراسات جديدة.
- غرس ثقافة ريادة الأعمال لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال وتحفيزهم للاعتماد على أنفسهم من خلال إقامة مشاريع مقاولاتية رائدة.

2) الأهمية العملية:

- تخفيف العبء على مصالح الوظيفة العمومي الذي أرهق كاهلهم الأعداد الهائلة التي تدفع بها الجامعات سنويا على سوق العمل وخاصة في ظل القرار الوزاري رقم 75/12 المتضمن شهادة جامعية: مؤسسة ناشئة - شهادة براءة اختراع.

– الدور الكبير الذي تحققه المشاريع المقاولاتية من خلال التقليل من حدة البطالة لدى خريجي طلبة علوم الإعلام والاتصال وتحسين معدلات النمو الاقتصادي.

– استكشاف العوامل التي تساهم في توجه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو إقامة المشاريع المقاولاتية واستفادة أصحاب القرار في الدولة من ذلك لتحديد السياسات المتقبلة.

4- أسباب اختيار الموضوع: إن اختيار أي موضوع لا يأتي من العدم فكل بحث علمي أين كان نوعه لا بد يقوم على أسس ومعايير التي تسهل على الباحث اختيار مشكلة بحثه فاختيار الموضوع يتأتى من شعور الباحث ورغبة الجامحة للدراسة والبحث وهذا ما يميز الباحث عن غيره ومنه مسألة اختيارنا الموضوع اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو مشاريع المقاولاتية لم يكن عشوائيا وإنما كان الحصيلة مجموعة من الأسباب منها ذاتية والأخرى موضوعية ولأهمية الموضوع في المجتمع وارتباطه بسوق العمل والمشاريع إلى تضعها المؤسسة من أولى اهتماماتها باعتبارها المؤشر الذي يضعها على الطريق الصحيح للوصول إلى نتائجها المسطرة والأسباب لاختيار الموضوع للدراسة في مجموع النقاط التالية:

(1) الأسباب الموضوعية:

- يعد موضوعنا " اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو مشاريع المقاولاتية " موضوعا هاما لأنه يسلط الضوء على ظاهرة متزايدة في المجتمع الجزائري والعالم العربي، بحيث أنه فهم هذه الظاهرة يساعدنا على تطوير برامج وسياسات التعامل معها بشكل أفضل نظرا للواقع المحيط الذي يعاني منه خريجي الجامعات مثلا ارتفاع معدلات البطالة خاصة بين الطلبة المتخرجين لذلك فان مشاريع المقاولاتية يمكن أن تساهم في توفير فرص للشباب وخاصة للطلبة المتخرجين.
- المساهمة في مساعدة طلبة علوم الإعلام والاتصال على البدء في مشاريعهم الخاصة في هذا المجال.
- باعتبار أن مشاريع المقاولاتية في مجال الإعلام والاتصال يمكن أن تحدث تأثيرا ايجابيا على المجتمع ويمكن لهذه المشاريع أن تساهم في نشر الوعي وإثراء المحتوى الجزائري خاصة والعربي عامة وتوفير فرص عمل للشباب " خريجي الجامعات " كآلية للتخفيف من نسبة البطالة وخلق مناصب شغل خارج قطاع الوظيفة العمومي.
- الظاهرة تمس فئة الطلبة الجامعيين وهي فئة يعول عليها كثيرا في التنمية على جميع المستويات.
- مدى نقص الدراسات التي تركز على هذا الموضوع لذلك فإن هذه الدراسة ستساهم في سد هذه الفجوة وتوفير معلومات قيمة لصانعي القرار وخريجي الجامعات خاصة.
- يمكن هذه الدراسة أن تساهم طلبة علوم الإعلام والاتصال على فهم فرص والتحديات المتعلقة بمشاريع المقاولاتية وتساعدتهم على تطوير مهاراتهم اللازمة لبدء مشاريع الخاصة.
- تحديد التحديات التي تواجه طلاب علوم الإعلام والاتصال في مجال المقاولاتية وأيضا اقتراح حلول علمية لتعزيز ثقافة المقاولاتية بين طلبة علوم الإعلام والاتصال وفهم العوامل المؤثرة على اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحن هذه المشاريع.

(2) الأسباب الذاتية:

- الاهتمام المتزايد في الآونة الأخيرة بمجال مشاريع المقاولاتية مما خلق لدينا الفضول لمعرفة المزيد على اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو مشاريع المقاولاتية وفهم العوامل التي تؤثر على هذه الاتجاهات.

- توافق موضوع الدراسة مع تخصص اتصال وعلاقات عامة.
- شغفنا بمجال الإعلام والاتصال واهتمامنا بريادة الأعمال ومشاريع دفعتنا لاختيار هذا الموضوع بحيث أن نرى هناك فرصا هائلة للطلاب في هذا المجال لإنشاء مشاريعهم الخاصة.
- نرى أنه دراسة هذا الموضوع ستساعدنا على تطوير مهارتنا البحثية وتحليل البيانات وتساعدنا أيضا على اكتساب خبرة عملية في مجال الأعمال والمشاريع.

5-الدراسات السابقة:

تقتضي الدراسات العلمية في مجال البحث العلمي ضرورة وقوف الباحث على التراث العلمي أو ما يسمى بالدراسات السابقة المطابقة أو المشابهة ليتمكن الباحث من تحديد وصياغة المشكلة البحثية بدقة وليكون فكرة عامة عن الموضوع محل البحث والجدير بالذكر أن موضوع اتجاهات الطلب نحو المشاريع المقاولاتية له عدة دراسات في هذا الحقل على تنوعها ونستعرض فيما يلي بعض الدراسات ذات العلاقة بالموضوع.

أولا: الدراسات الجزائرية

(1) الدراسة الأولى: دراسة ابراهيم بيض القول وتجاني منصور بعنوان "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو النشاط المقاولاتي" -دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجلفة-مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، العدد الثامن سنة 2019، سعت هذه الدراسة إلى استكشاف التوجهات المقاولاتية لدى الطلبة بجامعة الجلفة وتبين العوامل التي لها تأثير على هذه التوجهات. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف:

- على مستوى اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو النشاط المقاولاتية.
 - التعرف على مستوى درجات الطلبة باختلاف محددات التوجه المقاولات والمتمثلة في الرغبة والمحيط الاجتماعي والكفاءة.
 - الكشف عن الفروق بين الجنسين في مستوى توجه نحو المقاولاتية.
 - اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وعلى قوامها (50) طالب وطالبة اختير بطريقة عرضية.
- وقد توصلت الدراسة إلى نتائج التالية:

- وجود مستوى مرتفع في اتجاهات نحو النشاط المقاولاتي لدى الطلبة.
- بينت النتائج على وجود اختلاف في درجات الطلبة باختلاف محددات التوجه المقاولاتي، حيث بينت أن مستوى كل من الرغبة والكفاءة مرتفع عند الطلبة عكس محددات الموقف والمحيط الاجتماعي الذي اظهر مستوى منخفض يميل إلى المتوسط.
- أشارت النتائج أنه يوجد فروق في مستوى التوجه المقاولاتي تبعا لمتغير الجنس.

(2)الدراسة الثانية: دراسة سعود وسيلة وفرحات عباس بعنوان "التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين في الجزائر" -دراسة حالة

- عينة من طلبة جامعة البويرة- مجلة مجاميع المعرفة، العدد الأول، سنة 2020.
- سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى اقبال الطلبة الجزائريين نحو المشاريع المقاولاتية.
- هدفت الدراسة إلى:

- تحديد مدى تفضيل الطلبة في الجامعات الجزائرية للتوجه نحو العمل المقاوالاتي بدلا من العمل لدى الغير للشعور بالاستقلال تحقيق الذات.
- معرفة مدى امتلاك الطلبة للمواصفات اللازمة تعليمية شخصيه وظروف المحيط التي تمكنهم من النجاح في هذه الأعمال.
- اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وعلى عينة عشوائية ضمه 50 طالب وطالبة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة البويرة، وقد توصلت دراسة إلى نتائج التالية:
- أغلبية الطلبة المستجوبون يرغبون ويفكرون بشكل جاء في البدء في مشاريع محفزة تحفزهم.
- حفزهم على ذلك تعلمهم الجامعي من جهة وإنجازات مقالين معروفين لديهم من جهة أخرى، مع تعزيز ذلك بالقدرات الشخصية وتقنيه التي يملكونها.
- إتفاق أن أغليبيتهم على أن الشروط الموضوعه من قبل مختلف الهيئات في إطار سيغ دعم الشباب لا تحفزهم بل تعد عائق امام إنطلاقهم الفعل في ذلك.

(2) الدراسة الثالثة: دراسة بن الشيخ بوبكر الصديق بعنوان "محددات التوجه المقاوالات لطلبة الجامعيين" - دراسة ميدانية على عينة من طرف الجامعة سكيكدة- مجلة الباحث الاقتصادي، العدد الثامن، سنة 2013.

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المشكله للتوجه المقاوالاتي المتمثلة في الاتجاهات والروح المقاوالاتية والمعايير الذاتية والتعليم المقاوالاتي ومدى تأثيرها على نية التوجه المقاوالاتي للطلبة.

طبقت الدراسة على عينة من 75 طالب ماستر سنة أولى وسنة ثانية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة سكيكدة.

خلصت الدراسة إلى أن أهم العوامل المؤثرة على نية التوجه المقاوالاتي للطلبة تمثلت في المحيط الاجتماعي والتعليم المقاوالاتي واتجاهات الطلبة نحو فكرة المقاوالاتية بينما لم يكن هناك أي تأثير لروح المقاوالاتية على النية في التوجه المقاوالاتي لطلبة.

ثانيا: الدراسات العربية

نظرا لحدائة اهتمام الباحثين العرب نسبيا في مجال المقاوالاتية نجد أن عدد الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث محدود نوعا ما كما هو عليه الحال فيما يخص مجال أطروحات الدكتوراة ولا يمكن أن ننفي تواجد دراسات محلية أو وطنية ودولية بلغات مختلفة ويمكن عرض البعض من هذه الدراسة كالتالي:

(1) الدراسة الأولى: دراسة سلوى أحمد أمين وسوسن ناصر محمد وكان موضوع دراستهما تحت عنوان قياس اتجاهات طلبة الجامعة نحو ريادة الأعمال، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد 102، بغداد العراق، سنة 2018.

عالجت هذه الدراسة مشكلة البحث التي تتمثل في وجود فجوة بين ما يتمتع بالطلبة من أفكار حول خصائص ريادة الأعمال وما لها من أثار إيجابي متوقع في إختيارهم للأعمال الريادية بعد تخرجهم من جانب وما تقدمه بالجامعة من معلومات نحو الأعمال الريادية سلوكا والطموح من جانب آخر.

هدفت هذه الدراسة إلى:

- قياس مستوى اتجاهات طلبة كلية التربية الأساسية في جامعة صلاح الدين / أربيل نحو مادة ريادة الاعمال.

- معرفة دلالة الفروق الإحصائية في مستوى اتجاهات طلبة كلية نحو ريادة الأعمال وفقا لمتغير الجنس (ذكر - أنثى).
- واعتمدت الباحثات على منهج البحث الوصفي لكونه يناسب مع طبيعة واهداف البحث الحالي. واختيرت عينة البحث بطريقة عشوائية بسيطة على طلبة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أهم النتائج: بأن هناك اتجاهات ايجابية نحو مادة ريادة الأعمال من قبل طلبة كلية التربية الأساس في جامعة صلاح الدين بشكل عام لأن الفروق بينها كانت دالة إحصائيا بين الوسط الحسابي والوسط العرضي كما أظهرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين في امتلاك اتجاهات الطلبة نحو ريادة الأعمال وكانت النتائج لصالح الذكور.

(2) الدراسة الثانية: دراسة باسم يوسف محمد المؤذن وأحمد ممدوح قاسم وكان موضوع دراستهم تحت عنوان

"اتجاهات الشباب الجامعي نحو تبني المشروعات الصغيرة" دراسة مقارنة بين جامعتي حلوان وأسوان، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد 02، مصر، سنة 2020.

عالجت هذه الدراسة مشكله البحث التي تتمثل في تحديد مقارنه اتجاهات الشباب الجامعي في جامعتي حلوان واسوان المرتبطة بتبني المشروعات الصغيرة.

■ هدفت هذه الدراسة إلى تحديد ومقارنة الجوانب المعرفية لاتجاهات الشباب الجامعي في جامعة أي حلوان وأسوان المرتبطة بالمشروعات الصغيرة وكذلك تحديد مقارنه الجوانب الوجدانية لاتجاهات الشباب الجامعي في جامعة حلوان وأسوان المرتبطة بتابعين المشروعات الصغيرة وأيضا الجوانب السلوكية لاتجاهات شباب جامعي وكذلك تحديد المقارنة المعوقات التي تواجه وأيضا تحديد ومقارنه المقترحات تنميه اتجاهات الشباب الجامعي في الجامعتين والتواصل إلى تطور مهني مقترح لتنمية اتجاهات الشباب الجامعي نحو تبني المشروعات الصغيرة.

واعتمدت هذه الدراسة على منهجين في دراستهم:

أولاً: منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة للشباب الجامعي.

ثانياً: المنهج المقارن بتحديد اتجاهات شباب الجامعي نحو تبني المشروعات الصغيرة وتم اختيار عينة البحث بطريقة عشوائية على الشباب الجامعي.

- وتوصلت هذه الدراسة إلى أهم النتائج والتي أوضحت أبعاد الدور الذي عليه تقوم الخدمة الاجتماعية وطريقة تنظيم المجتمع بصفة خاصة في مجال المشروعات الصغيرة وذلك من خلال النتائج تصدر إلى اتجاه المعرفي لشباب جامعي في جامعة حلوان وأسوان ثم المرتبة الثانية جاري الاتجاه الوجداني وفي مرتبة ثالثة الجانب السلوكي لاتجاهات الشباب الجامعي نحو تبني المشروعات صغيرة. وتأسيسا على ما تقدم من نتائج فإنه يمكن وضع تصور لتنميه اتجاهات الشباب الجامعي نحو تبنيه مشروعات صغيرة ومتناهة الصغر وكذلك تعديل الاتجاه اتم نحو المشروعات الصغيرة مما يجعلهم أشخاص فاعلين قادرين على إحداث التغيير في المجتمع ويصبح قوة الدفع للمجتمع ومواطنين صالحين المجتمع ولأنفسهم.

(3) الدراسة الثالثة: دراسة محمد سلمان فياض الخزاعلة تحت عنوان "دور جامعة الزرقاء في تنميه اتجاهات شباب نحو ممارسة

العمل الحر" مجلة الدراسات العلوم التربوية، العدد 04، الأردن، سنة 2016.

- عالجت هذه الدراسة مشكلة البحث التي تتمثل في تغيير نظره العمل بشكل عام والعامل الحر بشكل خاص على اعتباره مجرد وسيلة للحصول على الرزق إلى مطلب شخصي لتحقيق الذات وتحقيق النفع المجتمعي.
- هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على اتجاهات طلبة جامعة الزرقاء نحو العمل الحر والتعرف إلى دور الجامعة في تفعيل اتجاهات الطلبة نحو العمل الحر وكذلك التعرف على العزوف في دور الجامعة في تفعيل اتجاهات الطلبة نحو العمل الحر ومدى ارتباطها بالخصائص الاجتماعية والديمقراطية المجتمع الدراسة.
- واختارت الدراسة عينة البحث بطريقة عشوائية بسيطة.
- وتوصلت هذه الدراسة إلى أهم النتائج إلى أن اتجاهات طلبة جامعة الزرقاء نحو العمل الحر جاءت متوسطة وأن أعلى درجات الموافقة جاءت على المجال المعرفي ثم المجال الوجداني في الترتيب الثاني وجاء في المرتبة الثالثة والأخيرة المجال السلوكي وجميع المجالات جاءت متوسطة دون إستثناء كما بينت الدراسة أن دور الجامعة في تنمية اتجاهات الشباب نحو ممارسة العمل الحر الضعيفة وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور جامعة الزرقاء في تنمية اتجاهات شباب نحو ممارسة العمل الحر تعزى لمتغير الكلية.

ثالثا: الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى: Jean-Pierre Boissin, B.Branchet-R.Benrdjem, J.Schnaps

Comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants : cerag, e4, بعنوان :

France –Pays arabes 2019, 2009.

هدفت هذه الدراسة إلى:

- دراسة محددات نوايا ريادة الأعمال التي أظهرها الطلاب في فرنسا وفي ثلاث دول عربية الجزائر ولبنان وتونس من خلالها لاحظ الباحثين أنه للمستويات المقاسة لهذه النوايا تختلف اختلافا كبيرا من بلد إلى آخر.
 - من خلال محاولة تغيير هذه الاختلافات استنادا إلى العناصر التي تشكل وفقا للنموذج المعتمد باستخدام تقنيات تحليل البيانات لأربعة عوامل (إدراك إدارة الوقت في رؤية اسقاط ريادة الأعمال في المستقبل المهني الميل إلى المخاطرة في الحياة المهنية القدرة المدركة) التي تحدد النوايا الريادية لطلاب من خلال توضيح السلوكيات المتعلقة بالنوايا الريادية.
 - تتغير بشكل جيد و متميز بين فرنسا من ناحية والدول الأخرى من ناحية أخرى.
- واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المقارن بهدف معرفة الأوجه المشابهة والمختلفة بين طلاب الدول (فرنسا، لبنان، تونس، الجزائر) البيئة الريادية التي يمتلك طالب الجامعي وتضم العينة 1418 فرد اي 931 طالبا فرنسيا و 140 طالبا جزائري و 74 طالبا تونسيا و 273 لبنانيا جميعهم نفس التخصص من خلال مقارنة ريادة الأعمال لدى الطلبة
- وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:
- لأنه هناك فئة أولى مكونة من 48% من القوى العاملة تتميز بالفرنسية الذين ليس لديهم نية للإبداع وفئة ثانية مكونة من 52% من الراغبين في الإبداع أنه هناك ليس فقط اختلافا في المستوى بين نوايا ريادة الأعمال ذات طلاب الفرنسية وأولئك القادمين من البلدان العربية.
 - وأيضا اختلاف في الطبيعة وأن السلوك هذا نعتبه متجانسا للسلوك الفرنسي والطلاب العرب.

- أن الاختلافات الاعتقادية موضوع معقد يؤثر ببساطة على السياقات الاقتصادية والثقافية على هذه والمعتقدات
- أن مستوى متوسط العمر للفرنسيين اقل من متوسط عمر الجزائريين والتونسيين وتغير نضج بسرعه في هذا العمر يجعل النوايا الريادية للفرنسيين أقل نضجا ومنه فإنه وجود تأثير ايجابي للنضج على نوايا ويقلل من أهميته ومنه فإن فئة الموظفين المولودين هي التي يعالجها من أجل زيادة التواتر نوايا الإيجابية من خلال جعل إنشاء الأعمال التجارية أقرب وأكثر دراية لهم.

الدراسة الثانية: دراسة Alexandros G Sahinidis–Panagiotis A. Tsaknis

بمعنوان: “shapingentrepreneurialintentions:the impact of entreprneurshipeducation on universitystudents ,the malopolska school of ecomics in tarnow researchof economics,2020.

هدفت هذه الدراسة إلى:

- دراسة تأثير تعليم ريادة الأعمال على نوايا الريادية لدى طلاب الجامعة من خلال تحديد مدى قدرة التعليم ريادة الأعمال على تشكيل نوايا طلاب في مجال ريادة الأعمال بشكل تجريبي.
- ضرورة ربط التحسين في برامج تعليم ريادة الأعمال التي تقدمها الجامعات من أجل إتاحة المرء على تعرف الطالب الجامعي على التحديات والعمليات التي تنطوي عليها ريادة الأعمال.
- نقل المعرفة حول أهم الممارسات لإدارة الأعمال الناجحة من خلال بيئة صغيرة مواتية لتطوير نموذج الأعمال وتوفير شبكة من العلاقات مع جميع أصحاب المصلحة المعنيين.
- واعتمدت في هذه الدراسة على المنهج المسحي.
- وتوصلت الدراسة إلى أهم نتائج التالية:
- يشير الباحثون إلى أن المواقف والبنية الريادية لدى طلب الجامعيين يمكن أن تتأثر بشكل ايجابي بالثقيف وتكوين اللازم والمكثف في مجال ريادة الأعمال.
- يتيح التعليم ريادة الأعمال للطلاب للتعرف على منطق ريادة الأعمال وأن للعلاقة الإيجابية تأثيرات تعليم ريادة الأعمال الجامعي على نية ريادة الأعمال الواضحة بناء على العلاقات المؤكدة لتعليم ريادة الأعمال والنتائج التي يحققها.
- يمكن تحقيق مستويات أعلى من النية الريادية من خلال المعرفة التي يوفرها التعليم العالي والثانوي ويعتبر توفر المعرفة التجارية عنصرا رئيسيا يشجع العمل الحر وكلما ارتفع مستوى التعليم في مجال ريادة الأعمال زاد التأثير المباشر أو غير المباشر على نية ريادة الأعمال.

الدراسة الثالثة: دراسة DuvikaSukumar –K.S.Gayathri–Preethar

بمعنوان: A study on students attitude towardsentrepreneurshipwithreference to final yearpostgraduatestudents of Ernakulam district, international journal of health science, s3, 2022.

هدفت الدراسة إلى:

- تحليل بيان المشكلة وفهم اتجاه الطالب نحو ريادة الأعمال فالطلاب أقل اهتماما بأن يصبحوا رواد أعمال وذلك بسبب الخوف من فرصة الفشل ونقص الندوات وورش العمل ودورات التربية.
 - يعد الإعداد من الطلاب صلابة في الالتحاق بمنظمة جيدة وذلك مع التدريب المناسب والمهارات المناسبة يمكنهم فتح الفرص الخاصة بهم من خلال إنشاء مشاريع تجارية جديدة والأهداف الأكثر أهمية لهذه الدراسة تمثلت فيما يلي:
 - دراسة اتجاهات الطلاب نحو ريادة الأعمال في خيار وظيفي.
 - إيجاد العوامل التي تجذب طلاب نحو مهنة ريادة الأعمال.
- التعرف على نية الطلاب لبدء مشاريع ريادة الأعمال اعتمدت في الدراسة على المنهج الوصف التحليلي بحيث أنه المنهج الأنسب والملائم لهاته الدراسة ونظرا لكبر عينة الدراسة البحثية تم أخذ العينة العشوائية البسيطة على طلاب دراسات العليا. وتوصلت الدراسة على أهم نتائج التالية:
- طلاب الدراسة العليا لديها مواقف ايجابية تجاه ريادة الأعمال بالإضافة إلى ذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الطلاب نحو ريادة الأعمال على أساس الجنس والدورة بالإضافة إلى المؤسسات التعليمية بإنجاز ورش عمل وندوات لتطوير قدرات الطلاب في مجال ريادة الأعمال حتى يتمكنوا من التقدم في حياتهم المهنية من خلال شعورهم أنه ريادة الأعمال هي خيار مهني قابل للتطبيق على عكس نسبة قليلة منهم غير مهتمين ويفضل معظمهم ريادة الأعمال كخيار وظيفي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ما من شك أن في الدراسات السابقة اسهامات علمية ونتائج مهمة وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده التأصيلي ومن بين أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة ما يلي:
- من خلال هذه الدراسات أصبح لدينا القدرة على معرفه كيفية تناول الباحثين الاخرين لهذا الموضوع وبالتالي تمكنا من الوصول أهمية موضوعنا "اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية" الذي لم يكن محل توجه الباحثين لهذه الفئة من الطلبة والحديث عنها كسابقة علمية.
 - من خلال الاستطلاع على الدراسات السابقة التغذية الفكرية منها تمكنا من تحديد عناصر بحثنا أو بالأحرى تحديد المتغيرات التي سيسير عليها البحث والمتمثلة في الروح المقاولاتية، والتكوين الأكاديمي، البيئة الاجتماعية.
 - تمثلت الدراسات السابقة في مصادر المعلومات الأساسية لبحثنا وتمت الاستفادة منها خاصة في الإطار النظري.
 - تعد الدراسات السابقة بمثابة قاعدة متينة ارتكزنا عليها في بحثنا حيث أنها تعطي معلومات ذات قيمة علمية تمكنا من خلالها من قياس معلومات بحثنا الحالي.

6- تحديد المفاهيم:

مفهوم الاتجاه:

- ❖ اتجاه مفرد: لغة: جمع اتجاهات لغير المصدر.
- مصدر اتجه إلى.
- أحادي الاتجاه: ذو اتجاه: تختلط عليه الاتجاهات: أي الطرق، ثنائي الاتجاه: الطريق باتجاهين، حول اتجاهه: غيره.
- تهيؤ عقلي لمعالجة تجربة أو موقف من المواقف تسحبه عادة استجابة خاصة، ميل، نزعة.
- اتجاه: اتجه مشى في اتجاه معاكس: في وجهه معاكسة شارع له اتجاه وحيد، ممر وحيد، اختارت اتجاهها علميا يناسبها مسار له اتجاه سياسي معروف: ميل استجابة لموقف، اتجاهات مختلفة¹.
- الاتجاه: هو اسم مصدر من الفعل اتجه وتعني.
- الوجهة أو الجهة التي يشير إليها بشيء ما.
- الميل أو النزعة نحو شيء ما.
- الحركة أو التوجه نحو جهة معينة.
- المسار أو الطريق الذي يسلكه شيء ما.
- التوجه الفكري أو السياسي أو الاجتماعي الذي يؤمن بشخص معين أو مجموعة.
- اتَّجَهَ: اتَّجَهَ إلى يتَّجِه، اتَّجَاهًا فهو متَّجِه مفعول به².
- اتَّجَهَ: فعل: اتَّجَهْتُ: اتَّجَهْتُ، مصدر اتَّجَهَ: ميل، استجابة لموقف، اتجاهات مختلفة.
- اتَّجَهَ: وجهة وضع مقابل، خط سير، وجهة، ميل، استعداد عقلي لاتخاذ موقف معين استجابة لدفع داخلي، نزعة، ميل.
- اتَّجَهَ: جميع الاتجاهات مصدر اتجاهه إلى³.
- تهيؤ عقلي لمعالجة تجربة أو موقف من المواقف تصاحبه عادة استجابة خاصة، ميل، نزعة.
- ثنائي الاتجاه: أسلوب لنقل البيانات في اتجاهين مختلفين متضادين وفي وقتين مختلفين⁴.
- اتَّجَهَ: اتَّجَهَ، تنظيماً له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد نحو موضوع موقف ويهيئته للاستجابة وتكون لها أفضلية عنده.
- اتجاه: إنصراف البر إلى عمل ما أو إلى ناحية ما.
- اتجاه: اختارت اتجاه علميا يناسبها أي مسارا.
- اتجاهي: منسوب إلى اتجاه.

¹ عبد الغني أبو العزم، معجم الغني الزاهر، مؤسسة الغني للنشر، الرباط، 2013، ص 121.

² الإمام حافظ أبي بكر، المعجم المعاني، الكتب العلمية، بيروت، 2003.

³ ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، ص 650.

⁴ أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب لنشر وتوزيع، القاهرة، 2008، ص 520.

- الاتجاه: الجذر: وجهه: الوزن: الافتعال.

- اتجه له الشيء: اي تيسر¹.

❖ الاتجاه اصطلاحا:

- هو الميولات والاستعدادات المكتسبة التي تظهر في سلوك الفرد والجماعة عندما تكون بصدد تقييم شيء أو موضوع بطريقة منسقة و متميزة، أو قد ينظر إليها على أنها تعبير محدد عن قيمة ولهذا تشمل على نوع القيم الايجابي أو السلبية والاستعداد نحو الاستجابات لموضوعات أو مواقف بطريقة محددة ومعرفته مسبقه وتمثل الاتجاهات نظاما من المعتقدات والمشاعر والميول السلوكية تنمو في الفرد باستمرار نموه وتطوره.
- يعرف شريفلي فيري: أن الاتجاه هو متعلم ينبى بالسلوك يتأثر بسلوك الآخرين وهي استعدادات للاستجابة التقييمية تشمل الجانب الإنفعالي².
- **جوردون البورت**: يعرفه بأنه حالة استعداد عقلي وعصبي يجري تنظيما عن طريق الخبرة، وتؤثر بشكل ديناميكي على استجابات الفرد لجميع الأشياء والمواقف التي لها علاقة بها.
- وحسب تعريف **العالم الشهير "ردكيتش"** فإن الاتجاه هو تنظيم مكتسب له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد نحو موضوع أو موقف ويهيئه للاستجابة تكون لها أفضلية عنده³.
- **وقد ورد في قاموس لاروس** باللغة الفرنسية مفهوم الاتجاه بأنه الفعل والقوة التي تميل إلى التحرك نحو شيء ما وهو عنصرا أساسيا في الحياة النفسية خاصة العاطفي ويقال تقسيم منظم من جماعه نقايبية أو اتجاه دعوة سياسية⁴.
- **مفهوم ابو النيل محمد السيد** هو استعداد نفسي تظهر محصلته في وجهه نظر الشخص حول موضوع من الموضوعات سواء كان اجتماعيا أو اقتصاديا أو سياسيا أو حول قيمه من القيم كالقيمة الدينية أو النظرية أو الاجتماعية، وحول جماعة من الجماعات ويعبر عن الاتجاه تعبيرا لفظيا بالموافقة عليه أو عدم الموافقة.
- **مفهوم ابراهيم ودسوقي** الاتجاه بأنه بمثابة تنظيمات معينة لمشاعر فرد ما أو أفكاره واستعداده لإصدار فعل ما نحو جانب من جوانب بيئية⁵.

¹ الإمام حافظ أبي بكر، المعجم المعاني، الكتب العلمية، بيروت، 2003.

² هشام بروال وجهاد خلوط، التعليم المقاولات وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة معيد العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، العدد 20 الجزائر، 2017.

³ قوراري صونيا، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2010-2011، ص24.

⁴ مشطوب ريمة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي، مذكرة لنيل رسالة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2016-2017، ص 9.

⁵ دباب أنيس، صالحى ناجية، عوامل توجه طلب الجامعيين نحو اقامة المؤسسات المصغرة، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، والعدد 15، الجزائر مخبر إدارة أعمال المؤسسات الاقتصادية المستدامة، 2022، ص 170.

❖ المفهوم الاجرائي:

هو رد فعل الأفراد نحو شيء معنوي أو مادي أو موضوع ما أو شخص معين ودرجة استجابته وكذلك هو جملة من التصورات والمعتقدات والاتجاهات التي يحملها الطلبة في أذهانهم حول المشاريع المقاولاتية والتي يتحدد على أساسها سلوكياتهم الاتصالية نحو المؤسسات الناشئة.

ثانياً: تعريف القياس:

- **القياس لغة:** هو اسم مصدر من الفعل قاس وتعني:
 - التقدير أو المقارنة بين شيئين.
 - استنتاج حكم فرعي من حكم أصلي بناء على علة مشتركة.
 - موازنة شيء بشيء آخر لتحديد مقدار أو صفه.
 - عمليه استدلالية تستخدم للحكم على أمر ما بناء على أمر آخر.
- قياس: مفرد جمع قياسات لغير المصدر واقيسه لغير المصدر.
- قياس: مفرد: صيغة مبالغة من قاس من عمله قياس الأرض وغيرها¹.
- في اللغة رد شيء إلى مثله هذا قياس ذاك أي بينهما مشابحة رد شيء إلى نظيره.
- في علم النفس عمل عقلية يترتب عليه إنتقال الذهن من الكل إلى الجزء المندرج تحته².
- القياس: بكسر القاف مصدر قاس، التقدير، إلحاق أصل بفرع في الحكم لإتحادها في العلة وهو على نوعين:
 - قياس جالي : قياس العلة، قياس خفي، قياس الشبه.
 - قياس الأولي: ما كانت العلة في الفرع أظهر منها في الأصل.
- قياس: في المنطقة حمل فرع على أصلي لعله مشتركه بينهما³.
- القياس: هو لفظ له تعريفان، الأول التقدير أي معرفة قدر أحد الأمرين بالآخر فتقدير نسبة بين شيئين تقضي المساواة بينهما.
- ثانياً: المساواة، أي عملية المقارنة بين شيء أنا وأكثر لتحديد مقدار أو صفة⁴.

¹ مجد الدين محمد، قاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008.

² جبران مسعود، المعجم اللغوي الرائد، دار العلم للملايين، بيروت، 2007، ص 633.

³ مجد الدين محمد، قاموس المحيط، ط 8، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005.

⁴ محمد رواس، معجم لغة الفقهاء، دار النفاس للطباعة، بيروت، 1996، ص 800.

❖ مفهوم قياس الاتجاه:

اصطلاحاً: يعرف كل من **لاندي** و**اترمبوا** الاتجاه بأنه احساس اعتقاد أو نزعة ميل نحو موضوع سيكولوجي في الأبعاد الثلاثة التي ذكرناها تشكل بصفقتها الفردية أو المجتمعية اتجاهات الأفراد والجماعات نحو مختلف في المواضيع وخاصة تلك الهدية ترتبط بمواقف تتدخل فيها العوامل الذاتية بصفة اساسيه فالإحساس الذي يتكون عند فرد معين نحو موضوع ما قد يختلف تماماً عن اعتقاد هذا الفرد في هذا الموضوع وكذلك ميله نحو هذا الموضوع أي عبارة أخرى قد يكون إحساس فرد ما نحو موضوع معين ايجابيا ولكن ميله العملي (الفعلي) او اعتقاده في هذا الموضوع قد يكون سلبياً¹.

يعد قياس الاتجاه هو تحويله من صيغة الوسطية إلى صيغة الكمية ويمكن على أساسها مقارنة الأفراد والجماعات ببعضهم البعض.

رابعاً: مفهوم المقاول:

- توجد عدة تعريفات للمقاول وهذا لغموض شخصيته والتنوع في سلوكه، فهو شخص ينتمي إلى المجتمع قبل أن يكون صاحب أعمال حرة، وفيما يلي سنخرج إلى مجموعة من التعريفات المتعلقة بشخصية المقاول:
- في عالم الإقتصاد اهتم الكثير من الباحثين لتطوير النظرية الإقتصادية، ويعتبر **جوزيف شومبيتر** 1883-1956 من أبرز الإقتصاديين الذين اجتهدوا وبرزوا في مجال المقاوله فهو الأب الروحي للمقاول، فالمقاول حسبه هو قبل كل شيء مبدع ومجدد، مع أن شومبيتر يؤكد بأن المقاول أصبح شخصية مركزية للتنمية الإقتصادية من خلال نظرية التطور الإقتصادي. ويعرف شومبيتر المقاول بأنه الرجل، أين تكمن الأفق الإقتصادية الشاسعة والطاقة كافية لعرقلة أو القضاء على الميل إلى الروتين وتحقيق الإبداعات.
- أما **كانتيلون** يرى بأن المقاول هو متخذ الأخطار، لأنه يستثمر في أمواله، بحيث يوضح كانتيلون بأن المقاول يشتري المادة الأولية بسعر معين من أجل تحويلها وبيعها بسعر غير مؤكد. يعني رؤية كانتيلون للمقاول هي إنتهاز الفرص من أجل تحقيق الربح لكن يجب أن يؤمن على الأخطار التي تصادفه، كما أن إلتزامه مع غيره جدي وأفعاله ليست مبنية على اليقين².
- في حين يعرف **جين باتيساي** فهو يتفق مع كانتيلون بأن المقاول متخذ الأخطار بما أنه يستثمر في أمواله. كما قام بالتمييز بين المقاول والرأسمالي، فالمقاول صنفه كمبدع ويرى أنه وكيل للتجديد والتغيير في المجتمع فالمقاول عند باتيساي هو الشخص الذي يستثمر ماله الخاص وينسق الموارد من أجل الإنتاج.
- أما **أدم سميث** يهيمى قبل كل شيء ميزة التوفير وتجهيز رأس المال. ويتضح جلياً بأن كل من **أدم سميث** و**باتيساي** يرون بأن دور المقاول عندهم مكثفي بالخضوع لقوانين السوق في إطار بحثه عن كسب أقصى ربح باستعماله الجيد وبأقل تكلفة لعوامل الإنتاج.

¹ باعمر الزهرة، **اتجاهات المرأة نحو بعض القضايا الاجتماعية في ظل بعض المتغيرات**، شهادة لنيل الماجستير ' علم النفس الاجتماعي' عبد الكريم قريشي' كلية الآداب والعلوم الإنسانية' جامعه قصدي مرباح' ورقة' 2006، ص 21.

² فدوى عامرية شافي، **أبعاد كفاءات ومهارات المقاول في تطوير المؤسسة**، دراسة ميدانية عن المقاولين لولاية بشار، كلية الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة بشار، مجلة البديل الاقتصادي، ص 212.

المقاول هو الشخص الذي يقوم بإنشاء وابتكار قيمة من العدم، ويسعى دائماً للاستفادة من الفرص المتاحة فيما يتعلق بالموارد والتزاماته، متمسكاً برؤيته كما يتحمل المقاول المسؤولية في تنظيم وإدارة الأعمال، ويتخذ الخطوات اللازمة لتحقيق الأرباح مع المخاطرة المترتبة على ذلك.

كما يرى بيتر دريكر Peter Drucker بأن المقاول هو الذي ينظم الفرص، ويتضمن مفهوم المقاول المستكشف في هذا القرن نوع من السلوك يشمل:

-أخذ روح المبادرة والتحرك.

-قبول المخاطر والفشل.

-تنظيم وإعادة تنظيم الآلية الاقتصادية والاجتماعية.

ونلاحظ اتفاق الباحثين بأن المقاول يقوم بإنشاء مؤسسة أين يعمل في ظل لا يقين البيئة بصفة عامة وتقلبات الأسواق بصفة خاصة، ويتحمل المخاطر الناجمة عن ذلك (مخاطر مالية جسدية، عائلية نفسية).

باختصار، المقاول هو فرد ذو شخصية قوية ومبادرة، يمتلك رأس مال يستثمره بفعالية وإبداع في مشاريع مبتكرة، متحملاً مخاطر الفشل ومتطلعاً لتحقيق الربح.

يمكن وصف المقاول بأنه المسؤول الرئيسي عن إدارة مشروعه، حيث يتحمل بنفسه نتائج القرارات التي يتخذها، مستفيداً من الأرباح كمكافأة عن المخاطر التي يتحملها في بيئة العمل¹.

خامساً: مفهوم المقاولاتية

لغة: "المقاولة"

❖ **المقاولة:** أي المحاولة، البدء أو الخضوع تتضمن فكره التجديد والمغامرة.

❖ **مقاولة مشروع:** اتفاق بين المقاول وصاحب المشروع.

❖ **مقاولة:** قول: قول اي اتفاق بين طرفين على القيام معا بعمل مشترك.

- تعهد عمل سويا لقاء قمة معينة.

- اتفاق بين طرفين يتعهد أحدهما بأن يقوم للأخر بعمل معين بأجر محدود.

المقاولة: بضم الميم وفتح الواو أو من قول أي مقاوله لجمع مقول مصدر قول².

- عقد يلزم أحد المتعاقدين بمقتضى بضع شيء أو أداء عمل.

- صيغة مبالغة على وزن مفاعلة تقتضي مشاركة من أطراف متعددة واصل الاشتقاق الفعل قال يقول قولاً قولاً قولاً في أمره وتقالاً أي تفاضاً.

¹فايز جمعة صالح النجار، عبد الستار محمد العلي وآخرون، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، دار ومكتبة الجامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2006، ص 09.

²الإمام حافظ أبي بكر محمد بن إبراهيم، المعجم المعاني، الكتب العلمية لنشر، بيروت، 2003.

المقاولاتية: مشتقة من المصدر قول والتي تعني ذلك الاتفاق المبرم بين طرفين على القيام معا بعمل مشترك كبناء أو تجارة نقاء قيمة معينة من المال¹.

❖ مفهوم المقاولاتية:

اصطلاحاً: أصبح مفهوم المقاولاتية مفهوماً شائعاً ومتداولاً لما يحققه من أهمية اقتصادية واجتماعية من خلال توفير مناصب الشغل والمساهمة في دعم التنمية المحلية من خلال إنشاء المشاريع المقاولاتية.

■ مفهوم المقاولاتية حسب Hisrich et Peters تعرف على أنها نوع من السلوك يتمثل في سعي نحو الابتكار تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية اما Gasse et Pamours فقد اعتبروا أن المقاولاتية هي مسار الحصول على تسيير الموارد البشرية والمادية بهدف إنشاء وتطوير وغرس حلول تسمح بالإجابة لحاجيات الأفراد والجامعات.

● ويعرفها Gartner على أنها عملية إنشاء منظمه جديده بمعنى² آخر تلك الظاهرة التي تشمل مجموع النشاطات التي تسمح للفرد بإنشاء مؤسسة جديدة من خلال تجنيد وتنسيق الموارد المختلفة من المعلومات ومالية وبشرية وغيرها وتجهيزها في مشروع جديد.

● المقاولاتية فعل الإبداع يتضمن إعطاء الموارد المتاحة حالياً والقدرة على خلق قيمة جديدة مع تحمل المخاطر الناجمة عن ذلك بالمقابل الحصول على استبعاد معين³.

● عرفها Robert hisril على أنها السيرورة التي تهدف إلى إنتاج منتج جديد ذو قيمة وذلك بإعطاء الوقت والجهد اللازمين مع تحمل المخاطر الناجمة عن ذلك بمختلف أنواعها ماليه نفسيه اجتماعية وبمقابل ذلك يتم الحصول على إشباع مادي ومعنوي⁴.

قبل أن نستعرض أهم التعريفات التي قدمت المقاولاتية أو ريادة الأعمال لا بأس أن نشير إلى ترجمة المصطلح entrepreneurs hip حيث اقترحت عدة ترجمة له منها المبادرة الريادة لإنشاء العمل الحر، وخلال أشغال المؤتمر الدولي الأول لريادة الأعمال الذي عقد في مدينه الرياض عام 2009 اتفق عدد من المراكز والجمعيات والمنظمات في العالم العربي على ترجمه الكلمة الإنجليزية التي هي بالأصل entrepreneurs hip بمعنى ريادة الأعمال لتحسم الجدل حول ترجمة العربية لهذين المصطلحين.

ومن جهة أخرى الترجمة الاصطلاحية لكلمتي l'entrepreneur و l'entrepreneuriat في الجزائر هي المقاولاتية والمقاول في حين فضلت بقية الدول العربية وخاصة الخليجية ودول الشرق الأوسط الاعتماد على مصطلحي الريادة والريادي. وظهر مصطلح الريادي لأول مرة في المعجم الفرنسي المعانين باسم قاموس التجارة العالمية dictionnaire universel de commerce لعام 1723 أما أول من استخدم المصطلح فكان رجل الأعمال الفرنسي جان بابتيسستا ساي صاحب القانون الاقتصادي المسمى قانون ساي عام 1800 وبالتالي فإن أصل الكلمة فرنسي.

¹ جبران مسعود، المعجم اللغوي العصري الرائد، دار العلم للملايين، بيروت، 2007، ص 708.

² فضيلة بطوره وآخرون، دار مقاولاتية في الجامعة الجزائرية بين الضرورة والأهمية، مجلة الإبداع، العدد 01، تبسة، 2019، ص 27.

³ الجودي محمد علي، دروس ومحاضرات والمقاولاتية، تخصص التسويق مصرفي وتسويق خدمات، جامعه زيان عاشور، مجلفه، 2020 - 2021 ص 14.

⁴ وهيبه بوزيفي، مطبوعة بيداغوجية في مقياس المقاولاتية، تخصص صحافة إلكترونية وسمعي بصري، جامعة الجزائر، 2021 - 2022، ص 10.

ولقد أصبح مفهوم المقاوله شائع الاستعمال ومتداول بشكل واسع خاصة مع إنتشار مسألة المبادرة الفردية والابداع الفكري ويعد بيتر داركر من الأوائل الذين أشاروا إلى ذلك سنة 1985 من خلال إشارته إلى تحول الاقتصاديات الحديثة من اقتصاديات التسيير إلى اقتصاديات المقاولاتية.

أما من الناحية الاقتصادية فهي تعرف بأنها وحده لإنتاج السلع والخدمات يسعى إلى تعظيم أرباحها من خلال بيع منتجاتها في سوق تتميز بالمنافسة تحقيقاً لأهداف مآكها.

أما من الناحية الاجتماعية وتعتبر المقاوله وحدة اجتماعية وفي هذا الصدد عرفت م. عزفيس المؤسسة المقاوله بأنها مجموعة اجتماعية لديها هدف مشترك تتخللها علاقات واتصالات ومعلومات.

بمعنى أدق تركز مقارنة علم اجتماع المؤسسة على الجانب التعاوني للمؤسسات بحيث تشبه المؤسسة بكائن الحي الوحيد الذي تتوجه مكوناته الفردية في خدمة فرص مشترك باعتبارها كوحده عضوية متكاملة¹.

❖ التعريف الاجرائي:

مما سبق يمكن تعريف المقاولاتية إجرائيا هي ذلك سلوك الذي يسعى من خلاله المقاول إلى الابتكار إليه تسمح له باستغلال الموارد المتاحة قصدتها إنشاء وتطوير مشروع جديد.

سادسا: مفهوم المؤسسة

اصطلاحا: تمثل الوحدة الأساسية الاقتصاد أي دولة كانت حيث تترايط مع بعضها البعض بشكل شبكي لتشكيل نظام اقتصادي ترتبط درجة قوته بشكل وثيق بمدى صلابه المنظومة ككل المؤسسة لا بد من معالجة تعاريف مختلفة تنظر بزوايا متعددة للمؤسسة.

- المؤسسة هي شكل اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل ادوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيام العمل للاجتماعي بهدف إنتاج سلع أو وسائل الإنتاج أو تقديم خدمات متنوعة².
- وتعرف المؤسسة كذلك على أنها كل وحده قانونيه سواء كانت شخص طبيعيا أو شخصا اعتباريا تتمتع باستقلاله اتخاذ القرارات وتنتج سلعا وخدمات قابله للتسويق
- المؤسسة هي وحدة إنتاجية ومركز لتوجيه عوائد الإنتاج إذا يمكن اعتبارها كوحدة اجتماعية تتخذ مجموعة من القرارات من أجل الاقتحام أكبر عدد من الأسواق وكذلك لتحقيق مجمل أهدافها.
- المؤسسة هي مركز لصنع القرار طبقا لأهداف محددة الاعتماد على حوافز الربح والمنفعة الاجتماعية³.

سابعا: المؤسسات الناشئة

¹ عمور خبزة، الثقافة المقاولاتية لدى الشباب في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص المؤسسة والثقافة الجزائرية، بالهوارى حاج، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعه عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2022 – 2023، ص 74.

² لكحل الأمين، محاضرات في مقياس للسير المؤسسة، تخصص علوم تسيير، جامعه ابن خلدون، تيارت، 2021 – 2022، ص 15.

³ بن سعد وسيلة، تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق ميزه تنافسية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، جامعه جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2015 – 2016، ص 8.

اصطلاحاً: إن أي مؤسسة ناجحة اليوم إنطلقت من فكرة مشروع وتجسدت بما لها من إمكانيات وموارد وتبنت استراتيجيات وسياسات وخطط بما يتناسب مع رؤيتها ورسالتها وأهدافها ولعل أهم مرحلة من دورة حياة المؤسسات هي بداياتها في شكل المؤسسة ناشئة ولأهميتها سنورد مجموعة من التعاريف كالتالي:

- تعرف المؤسسة الناشئة Startup اصطلاحاً حسب القاموس الإنجليزي على أنها مشروع صغير بدأ للتو وكلمة Start Up تتكون من جزئين Start وهو ما يشير إلى فكرة الإنطلاق و Up هو وما يشير لفكرة النمو القوي وقد بدأ استخدام مصطلح من مؤسسات الناشئة بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة مع بداية ظهور شركات رأس المال المخاطر ليشيع استخدام المصطلح بعد ذلك منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل ظروف عدم اليقين¹.
- عرفها Elicheis مؤسسة إنسانية بشرية تهدف إلى خلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل ظروف عدم اليقين.
- أما المؤسسة الناشئة وفق Tisser and Barthole هي مؤسسة مبتكرة وناشئة بدأت في الظهور كما أنها غالباً ما تملك قوى عاملة صغيرة العدد².
- كما تعرف بأنها تلك المؤسسات الفنية المبدعة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومهمتها خلق وتسويق تكنولوجيا جديدة.
- وحسب باتريك فريديس هو أن تكون شركة ناشئة ولا يتعلق الموضوع في العمر أو بالحجم ولا قطاع نشاط ويجب الإجابة على التساؤلات التالية: نمو قوي محتمل، استخدام تكنولوجيا حديثة تحتاج لتمويل ضخم جمع التبرعات الشهيرة، أن تكون متأكد من أن السوق جديد حيث يصعب تقييم المخاطر.
- وعرفها Paul Graham في مقاله الشهير حول النمو على أنها شركة صممت لتنمو بسرعة وليس من الضروري أن تكون المؤسسات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا وأنها تمول من قبل مخاطر أو مغامر أو أن يكون لها مخطط من الخارج الأمر الوحيد الذي يهمه هو النمو.
- وعرفها ستيف بلانك على أنها مؤسسة مؤقتة تبحث على نموذج اقتصادي يسمح بالنمو مريح بشكل متطور يمكن قياسه أما بيل بلو ميشال عرفها بأنها شركة تعمل على إيجاد حل لمشكلة في واقع كيف يمكن حلها وغير مضمون نجاح هذا العمل.

❖ المفهوم الاجرائي:

ونستنتج من تعريف السابقة أن مفهوم المؤسسات الناشئة على أنها عبارة عن كيان حديث النشأة يسعى للنمو والتوسع السريع بهدف طرح منتج مبتكر وجديد مقابل جملة من المخاطر لتحقيق أرباح ضخمة في وقت سريع في حالة نجاحها يعتمد في الغالب على تكنولوجيا³.

المؤسسات الناشئة التعريف القانوني:

¹ بسويح منى وآخرون، واقع وأفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، العدد 7، بشار مخبر إدارة الاسواق المالية باستخدام الأساليب الرياضية والإعلام الالي، 2021، ص 450.

² محاشنة أمينة، المؤسسات الناشئة في الجزائر، الإطار المفاهيمي والقانوني، مجله صوت العرب، العدد 8، سطيف 2، مخبر العقود وقانون الأعمال، 2021، ص 771.

³ ميمون ياسين وآخرون، اشكالية خلق وتطور مؤسسة الناشئة في الجزائر، مجله البحوث الإدارية والاقتصادية، الجزائر، 2021، ص 15.

- أما التعريف القانوني للمؤسسة ناشئة كرسسته أحكام المادة 11 من المرسوم التنفيذي 20 - 254 التي تنص على أنه تعد مؤسسة ناشئة تلك المؤسسة التي تحترم جملة من المعايير التي حددتها ب:
- ألا يتجاوز عمر المؤسسة ست سنوات.
 - يجب أن تعتمد أعمال المؤسسات على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة.
 - أن يكون راس مالها مملوكا 50% على أقل من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق استثمار معتمدة أو طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة.
 - يجب أن تكون امكانيات نمو المؤسسات كبيره بما في الكفاية.
 - يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250 عاملا¹.
- ورغم ذلك فقد سعى المشروع الجزائري لتعريف المؤسسات الناشئة أو المبتكرة في مضمون المادة 06 من القانون 15 - 21 المتضمن القانون التوجيهي حول البحث العلمي وتطور التكنولوجيا على النحو التالي هي المؤسسة التي تتكفل بتجسيد مشاريع البحث الأساسي أو التطبيقي أو تلك التي تقوم بأنشطة البحث والتطوير.
- والقانون 4/19 المتضمن قانون المالية لسنة 2020 في فهو المادة 96 المتعلقة بمجموعة من الامتيازات الجبائية التي تستفيد منها المؤسسة الناشئة².

ثامنا: مفهوم المؤسسات المصغرة

- اصطلاحا:** تعرف على أنها مؤسسة إنتاج السلع أو الخدمات تشغل من واحد إلى 250 شخصا لا يتجاوز رقم أعماله السنوي 04 ملايين دينار.
- وتعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا ورقم أعمالها سنوي لا يتجاوز 400 مليون دينار ولا يتجاوز حصيلتها سنوية 200 إلى واحد مليار.
 - تعرف أيضا بأنها تشغل شخص واحد إلى تسعة أشخاص ورقم أعمالها السنوي اقل من 40 مليون دينار جزائري أو مجموع حصيلتها الجهة السنوية لا يتجاوز 20 مليون³.
- تعريف لجنة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية في الدول النامية:** عرفت المؤسسة المصغرة على أنها تلك المؤسسة التي ينشط بها ما بين 15 و 19 عامل.
- تعريف البنك الدولي (BM):** تضم المؤسسة المصغرة 1000 دولار أمريكي بحيث حجم المبيعات السنوي أقل أيضا من 100 دولار فيهن أنه يكون إجمالي الأصول أقل من 100,000 دولار أمريكي بحيث حجم المبيعات السنوي أقل أيضا من 100 دولار في حين عندما يكون عدد العمال اقل من 50 عامل يكون إجمالي الأصول أقل من ثلاثة ملايين دولار في حين تقابله أقل من ثلاثة ملايين دولار أمريكي.

¹ محاشنة أمينة، مرجع سبق ذكره، ص 773.

² وناس علي، النظام القانوني للمؤسسات الناشئة في الجزائر، رسالة ماجستير، قانون الأعمال، شارف بن يحيى، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021 - ص 20.

³ قانون رقم 17-02 اثنان المؤرخ 10 يناير 2017 يتضمن القانون التوجيهي لتطوير مؤسسة، الجريدة الرسمية، العدد 02، ص 5 - 6.

تعريف الجزائر: تعرف بأنها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات تشغل من واحد إلى 250 شخص ولا يتجاوز رقم أعمالها 04 ملايين دينار جزائري أو لا يتعدى إجمالي حصيلتها السنوية مليار دينار جزائري¹.

تعريف الولايات المتحدة الأمريكية: تعرف على أنها مؤسسة يعمل بها 250 عامل ويمكن أن يصل العدد إلى 1500 عامل ولا تزيد قيمة الأموال المستثمرة فيها عن 9 ملايين دولار.

تعريف اليابان: تعتبر المؤسسة إذ عمل بها أقل من 300 عامل ورأس المال قدر 2800 ألف عامل.

تعريف إنجلترا: في المؤسسات الصغيرة على أنها مؤسسة يعمل بها 200 عامل ولا تزيد الأموال المستثمرة فيها على مليون دولار.

تعريف ألمانيا: تعرفها على أنها منشأة تمارس نشاطا اقتصاديا ويقبل عدد العمال فئة عن 200 عامل.

مصر: عرف بنك التنمية الصناعية في مصر بأنها تلك المؤسسات التي يزيد رأس مال الثابت للمستثمر فيها عن 350 ألف جنيه وارتفع هذا الحد إلى 420,000 جنيه عام 1983 وإلى نصف مليون جنيه عام 1984.²

هناك من يعرفها أيضا تلك المؤسسات التي تمتاز بمحدودية رأس المال وقلة العمال ومحدودية التكنولوجيا المستخدمة بواسطة المؤسسة بساطة في التنظيم الإداري وتعتمد على تمويل ذاتي حيث رأس المال يتراوح بين 05-65 ألف وعدد العمال أقل من 10.³

تعريف حسب المشرع الجزائري المادة 9 على أنها مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 فرد رقم أعمالها لا يتجاوز 400 مليون دينار جزائري أو مجموع حصيلتها سنوية لا يتجاوز 20 مليون دينار جزائري⁴.

عرفتها المؤسسة الوطنية للهندسة: على أنها مؤسسة تشغل أقل من 300 عامل وتحقق أعمال أقل 20 مليون دينار جزائري.

عرفها ملتقى تنمية المناطق الجبلية: كل وحدة إنتاج أو وحدة الخدمات صناعية ذات حجم صغير تتمتع بالتسيير المستقل وتأخذ شكل مؤسسة عامة.

وعرفت أيضا: هي تنظيم اجتماعي منظم بوعي له حدود واضحة المعالم يعمل وفق أسس معينة لتحقيق مجموعة من الأهداف خاضعة للملكية خاصة فردية أو جماعية وغير تابعة لأية مؤسسة كبرى ومحل النشاط عدد عماله يتراوح بين 10 إلى 250 عام.

التعريف الاجرائي:

¹ ياسر عبد الرحمن، براش عماد الدين، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر "الواقع والتحديات"، مجله نماء للاقتصاد، العدد 3، جيجل 2018.

² سامية عزيز، بلقاسم سلاطينية، واقع المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة ميدانية لمؤسسة خاصة، شهادة دكتوراه، شهادة علم الاجتماع والتنمية، محمد خيضر، بسكرة، 2013 - 2014، ص 75.

³ قرارية مريم، دريس، دراسة تقييمية لدور القطاع المؤسسة صغيره والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر، مجله نماء للاقتصاد والتجارة العدد 04، الجزائر، 2018، ص 100.

⁴ طالب سمية، جعدي شريفه، غزال مريم، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة استطلاعية، مجله الجاز للبحوث والدراسة، العدد 02 الجزائر، 2021، ص 250.

- هي مؤسسة اقتصادية ذات مداخل ضئيلة تعتمد على تمويه ذاتي يرأس المال لا يتفاوت 65 ألف دينار جزائري تتميز بالتنسيق في أعمالها وقراراتها المستقلة لا تتبع أي مؤونة أخرى عدد عماله أقل من 250 عاملا.
- وهي أيضا كيان اقتصادي يسمح لكل شخص مادي طلب للعلم ويرغب الاستثمار في إنتاج السلع وخدمات معينة بصفه فردية أو جماعية لحسابه الخاص إذ تنشأ من مجموعة شباب وهي تمس كافة قطاعات النشاط الاقتصادي ونطاقها يمكن أن يتحدد بعدد العمال أو حجم الاستثمارات.

تاسعا: التوجه المقاولاتي

حسب Janbénélenitch 1983 أن التوجه هو الوعي المقترن بالفعل القريب جدا والناشيء وهو اندفاع نحو عمل مستقبل وهو إرادة الفعل¹ كما قام العديد من الباحثين ببناء نماذج مفسرة للعوامل التي تؤثر في التوجه المقاولاتي نذكر منها نموذج السلوك المخطط لـ Ajzen حيث تنص هذه النظرية على أن توجهات الفرد هي التي تحدد سلوكه وحسب هذه النظرية فأن التوجه هو نتيجة ثلاث محددات.

- 1- **المواقف المرافقة للسلوك** وهي تتضمن التقييم الذي يقوم به الفرد الراغب في القيام به تعتمد على النتائج المحتملة التي ينتظرها الفرد من السلوك.
- 2- **المعايير الذاتية** وهي تنتج من الضغط الاجتماعي الذي يتعرض له الفرد من عائلته وأبويه وكذلك أصدقائه فيما يخص رأيهم في المشروع الذي يريد انجازه كما يمكن أن تؤثر السياسات الحكومية التي تسمح مثلا على انشاء مؤسسات كثيفة التكنولوجيا لرفع توجهات الافراد نحو هذا النوع من المؤسسات بالإضافة لتأثير العوامل الثقافية مثل وجود نموذج مقال في محيط الطالب ومحفزات نفسه أخرى مثل الحاجة إلى تحقيق الذات والبحث عن الاستقلالية.
- 3- **إدراك الرقابة على السلوك** وتتضمن هذه المتغيرة الأخذ بعين الاعتبار درجة المعارف التي يملكها الفرد ومؤهلته الخاصة كتلك الموارد والفرص الضرورية واللازمة لتحقيق السلوك المرغوب فيه².

عاشرا: روح المقاولاتية

أصبح موضوع تطور الروح المقاولاتية يشمل حيز اهتمام كبير من قبل الشباب لأنه يمس مشكلة البطالة ومن خلال هذا سنحاول توضيح مفهوم الروح المقاولاتية من خلال اظهار أوجه الاختلاف بين المصطلحين غالبا ما يتم المزج بينهما في الاستعمال وهما روح المؤسسة وروح المقاولاتية.

- أ- **روح المؤسسة** لأنها مجموعة من المواقف العامة والإيجابية ازاء مفهوم المؤسسة والمقال³.
- ب - **أما روح المقاولاتية** فهو أشمل من مفهوم روح المؤسسة فبالإضافة لذلك فهو مرتبط أكثر بالمبادرة والنشاط فالأفراد الذين يملكون روح المقاولاتية لهم إرادة تجريب أشياء جديدة أو القيام بالأشياء بشكل مختلف وهذا نظرا لوجود امكانية للتغيير وهؤلاء الأفراد ليس

¹ قواسمي رشيدة، المرجع نفسه، ص 168.

² جديدي أمينة، تطور التوجه المقاولاتية للطلبة الجامعيين، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، سير المؤسسات كليه العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعه مصطفى اسطنبولي، معسكر، 2017، ص 45.

³ آسيا بن عمرو وآخرون، هياكل دعم المقاولاتية لترقيه مشاريعها في الجزائر، مجله العلوم الإدارية والمالية، العدد 01، الجزائر، (د، د)، 2018 ص 449.

بالضرورة أن يكون لهم اتجاه أو رغبة لأنشاء مؤسسة أو حتى تكوين مسار مقاولاتي لأن هدفهم يسعى لتطوير قدرات خاصة للتماشى والتكيف مع التغيير وهذا عن طريق عرض أفكارهم والتطرق بكثير من الانفتاح والمرونة والبعض الآخر يتجمعون ويعتبرون أن روح المقاولاتية تتطلب تحديد الفرص وجمع الموارد اللازمة والمختلفة من اجل تحويل المؤسسة¹.

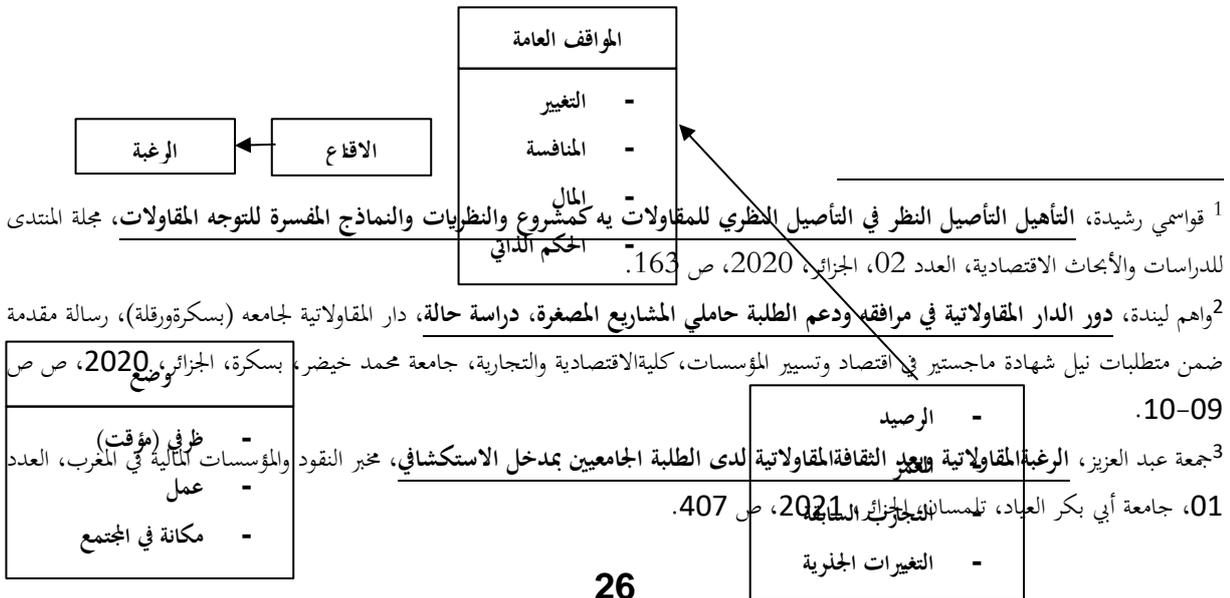
اجرائيا: أن روح المقاولاتية هي عبارة واسعة الدلالات والمعاني تتعدى في مفهومها عملية إنشاء المؤسسات الفردية لتشمل تطوير الكفاءات والقدرات لتعبر امكانية التغيير بروح متقدمة واكتساب مهارات ومعارف وبالتالي كسر حاجز الخوف في التعامل مع المستجدات.

احدى عشر: الرغبة المقاولاتية

تعددت التعاريف حول الرغبة المقاولاتية وأن من أبرز الاعمال التي تطرقت إلى هذا المفهوم هي أعمال تعدت التعاريف حول الرغبة المقاولاتية وأن من أبرز الاعمال التي تطرقت إلى هذا المفهوم هي أعمال Fishbien وAjzen 1977 التي ساهمت في توضيح هذا المفهوم وحصره كعامل محدد للسلوك. حيث أنه لا يوجد تعريف موحد لهذا المفهوم وهذا راجع لتعدد وجهات نظر المؤلفين حوله. فبينما يركز البعض على أنه قرار والبعض الآخر على أنه إرادة ومع ذلك يتفق الباحثين في نقطه واحدة حول هذا المفهوم على أن الرغبة توجد في ذهن الشخص الذي يقوم بتطويرها ويسعى جاهدا في تفعيلها². إن أصل هذا المصطلح مشتق من كلمة لاتينية من التي تعني الميول نحو شيء معين اصطلاحا فإن كلمه الرغبة تعني الميول حول شيء معين.

إن الدراسات التي تطرقت للرغبة المقاولاتية هي (1988) Bird (1993) Krueger ووصفت السلوك المقاولاتي أو بالأخص عمليه إنشاء شركة على أنه سلوك مرغوب فيه حيث أكدت الدراسات أنه من أجل إنشاء شركة يجب التفكير أولا والمرور بعملية ادراكية ومعرفية لنوع النشاط المراد عمله حيث يتم استيعاب المعلومات من البيئة العملية وتحويل الفرص إلى مشروعات قابلة وعلى هذا الاساس فإن مفهوم الرغبة المقاولاتية يعتبر متغير مثير للاهتمام يساعد في عمليه التنبؤ السلوكيات المخططة³.

شكل رقم (01): مخطط يوضح محددات الرغبة المقاولاتية



المصدر: جمعة عبد العزيز (2021، ص 62)

يهدف هذا النموذج إلى تقديم فكرة حول أصول الرقبة المقاولاتية فحسب هذا النموذج تعد المقاولاتية العام الأساسي المحفز لهذا الإنشاء ويعتمد هذا إن نموذج على ستة متغيرات يحددها المقاول على حسب العمر الجنس التعليم التجارب السابقة وتغيراته الجذرية حيث يشير أن هذه المجموعة تؤثر لقدرة التنافسية المال الإنجاز الحكم الذاتي تعتبر مواقف عامة من ثم يتم تحديد الربحية والمعرفة العملية، الخبرات ومساهمة الفرد في المجتمع وصلاتها بمجال معين كما تؤثر المواقف السابقة على معتقدات المقاول الذي يتأثر أيضا بالوضع الحالي وفي الأخير فإن هذا الوضع وكان المعتقدات ستؤثر بطبيعة الحال في رغبة الفرد¹.

وفقا لما سبق وعلى حسب تعريفات الرواد لمفهوم الرغبة والمقاولاتية به وتطور هذا المفهوم من زمن لآخر يمكن تعريفه على أنه قرار ذاتي يقوم به شخص من أجل تفعيل فكرة وتطويرها لأجل الوصول إلى الأهداف المرجوة أو بصورة أخرى ذلك السلوك الذي يقوم به الفرد عن طريق إرادة ذاتية تبعث من العقل ويقوم بتفعيلها وتطويرها وفقا للمتغيرات البيئية التي يعيش فيها.

7- منظور الدراسة:**● لحة تاريخية حول نظرية السلوك المخطط:**

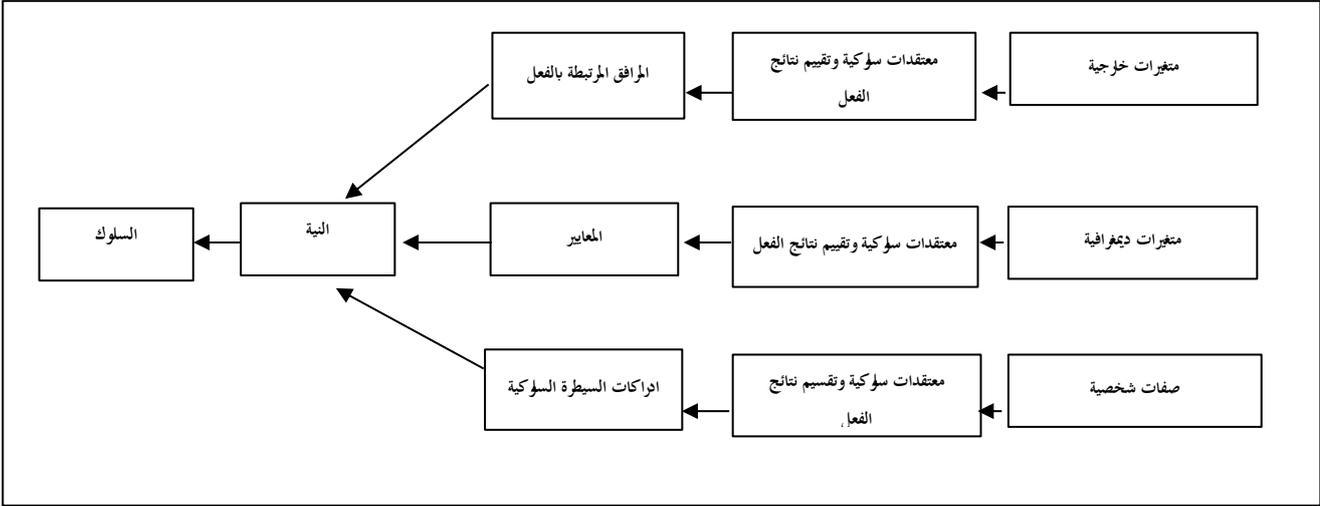
تعد نظرية السلوك المخطط التي قدمها icek Ajzen سنة 1985 هي واحدة من النظريات الرئيسية في التنبؤ بالسلوك الفردي على أساس معتقدات الفرد ومواقفه وقد تم استخدام نظرية السلوك المخطط بشكل شائع في العديد من التخصصات مثل

¹قواسمي رشيدة، التأصيل النظري للمقاولاتية كمشروع ونظريات والنماذج المفسرة للتوجه المقاولاتي، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية العدد 02، 2020، ص 167.

علم النفس، والطب والتسويق والتربية البدنية والسياحة، وتقوم نظرية السلوك المخطط على أساس أن جميع السلوكيات ترتبط ارتباطاً طردياً بنوايا الأشخاص وتمثل مؤشراً على استعدادهم للتجربة ووضع خطط من أجل أداء السلوك وتظل هذه النوايا لدى الأشخاص كامنّة، حتى يجدوا الوقت المناسب والفرصة المناسبة لترجمتها إلى أفعال، باختصار تفترض النظرية أن مفتاح شرح السلوك ومواتبها فنية هي أكبر السوابق المباشرة والفورية للسلوك العلني¹.

¹ مروة صلاح قاعود، وآخرون، تأثير نظرية السلوك المخطط على النية السلوكية للسائرين باتخاذ القرار السياسي في ظل جائحة كورونا، المجلة الدولية لتراث والسياحة والضيافة، العدد 03، جامعه الفيوم، 2022، ص 41 42.

شكل رقم (2): مخطط يوضح نموذج نظرية السلوك المخطط¹



المصدر: يوسف سيد أحمد، ص 143.

يعود أصل هذا النموذج إلى نظرية العمل العقلاني التي أسسها Ajzen Fishbien سنة 1985 حسب هذه النظرية أن المواقف المدركة والمعايير الاجتماعية ينتج عنهما القدرة وإرادة السيطرة على سلوك الفرد معنى ذلك أن السلوك هو إرادي (نوايا) وتحت مراقبة الفرد الذي يرغب في اعتماد هي كقرار لأفعاله بعد عدة سنوات لاحظ Ajzen سنة 1991 أن مسلمة السلوك الإرادي يتخللها بعض النقائص كون أن هناك بعض السلوكيات من تخرج عن نطاق التحكم الإرادي لدى الفردية وأن النية يمكنها أن تتجسد إلا إذا كانت تحت سيطرة إرادة هذا الأخير².

• أبعاد نظرية السلوك المخطط:

تتكون نظرية السلوك المخطط من ثلاثة أبعاد رئيسية، الموقف المعايير الذاتية والتحكم السلوكي المدرك.

1- المواقف (اتجاه الطلبة):

تفسر المواقف المعتقدات الشخصية للأفراد ومشاعرهم اتجاه فعل معين إلى التقييم الإيجابي أو السلبي للفرد لظاهرة أو فعل معين نظرا لأن مواقف اتجاهات الأفراد تستمر لفترة طويلة وغالبا ما يكون الموقف مؤشر ذي مغزى للنوايا السلوكية للفرد. فالموقف هو وسيط هادف بين إجراءات المخاطر والنية السلوكية فإن المستوى العالي من إدراك المخاطر يؤثر على سلوك اتجاهات الأفراد والذي بدوره يؤثر على نية فيشكل الأفراد مواقف إيجابية اتجاه السلوكيات التي يعتقد أن لها عواقب مرغوبة بينهما بشكل الأفراد.

¹ بن اشتهاوي سيدي محمد، دور نظرية السلوك المخطط في تفسير نية المقاومة لدى طلبة الماستر، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد 09، تلمسان 2017، ص 143.

² Icek Ajzen, Nature and operation of attitudes, department of psychology, university of Massachusetts, Amherst Massachusetts, 2001.

الأفراد مواقف سلبية اتجاه السلوكيات المرتبطة بالعواقب غير مرغوبة وبالتالي في المواقف والاتجاهات هي طريقه يقوم بها الفرد لتقييم مقارنة شيء مقابل الخيارات المتاحة على أساس الإدراك والقيم والعواطف اتجاه هذا الشيء.

فأصبح الاتجاه يسمح بالحصول على فهم أفضل للسلوك المرتبط القيام به.

2- المعايير الذاتية:

المعايير الذاتية هي تنفيذ شخص لسلوك معين ومدى رؤية الآخرين لهذا السلوك وتوقعاتهم من الفرد بالإضافة إلى الدوافع التي تحمل الفرد على الإمتثال لتوقعاتهم والسير وفق رؤيتهم بالإضافة إلى الضغوط الاجتماعية التي تشجع الأفراد أو تبطئهم على القيام بعمل معين فعندما يكون للعائلة أو الاصدقاء موقف إيجابي اتجاه اجراء معين فإن احتمال قيام الفرد بهذا الإجراء سيزداد لتلبية توقعاتهم والعكس صحيح.

3- التحكم السلوكي المدرك:

إن المفهوم الشامل للتحكم السلوكي المدرك يتكون من عنصرين أساسيين وهما الكفاءة الذاتية (التعامل مع سهولة أو صعوبة أداء السلوك أو الثقة في قدره الفرد على أدائه) وإمكانية التحكم (المعتقدات حول المدى الذي يعود فيه أداء السلوك إلى الفاعل).

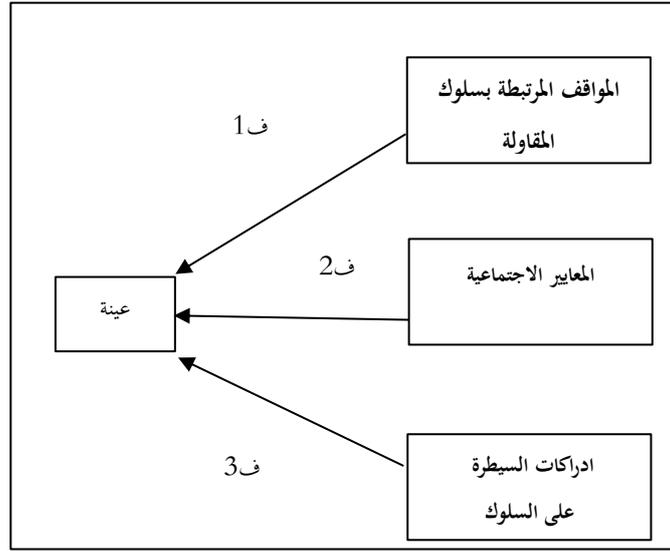
ويشمل التحكم السلوكي المدرك عوامل الرقابة الداخلية مثل المعرفة والمهارات وتعكس تصور الفرد عن سهولة وصعوبة اتخاذ لسلوك معين فضلا عن ثقة الفرد في قدرته على أداء السلوك ومن ناحية أخرى تشمل عوامل التحكم الخارجية مثل الموارد والفرص والحوافز المحتملة وتعكس التصور، إن تنفيذ السلوك متروك له تماما فهو مفهوم متعلق بإدراك الفرد له أو قدراته الخاصة فيما يتعلق بالمهارات والوقت والمال المطلوب للقيام بعمل معين فيشير إلى اعتقاد الفرد أنه سيكون قادر على التحكم في المواقف¹.

• المواقف المرتبطة بسلوك المقابلة:

من نموذج **TPB** المواقف نحو سلوك المقابلة يشكل مفهوم مركزي ضمن نموذج Ajzen 1991 المواقف يمكن أن تكون واعية وهذا بالنظر إلى ظروف افتراضية أو حقيقة تعرف المواقف على أنه الميل بشكل إيجابي أو سلبي نحو شيء شخص مؤسسة أو حدث كما تترجع أيضا من درجات التقييم الإيجابية أو السلبية أحادية البعد التي تكون لدى الشخص نحو سلوك معين وحسب Ajzen أن المعتقدات تحدد المواقف نحو الفعل والتي تؤثر على توقع السلوك من جهته يفضل استخدام مفهوم الرغبة في التعرف بدلا من الموقف ويستدل بذلك بالأعمال التي قام بها في نظرية أي التنظيم الذاتي حسب هذا البحث أن المواقف تعكس ميل الفرد نحو السلوك لكنه يؤدي بالضرورة إلى نية تحقيق هذا السلوك (إنشاء المؤسسة في هذه الحالة) أما من جهته لتفسير المواقف فضل استخدام عبارة **Personale Attraction** التي تعني الجاذبية الشخصية تدل هذه العبارة على الجاذبية التي يحس بها الفرد نحو عملية المقابلة بناء على ما تقدم.

¹Icek Ajzen, theory of planned behavior nizational behavior and human Pecision Processes 50, 179, 211 (1991) university. Massachusetts at Amherst.

شكل رقم (3): مخطط يوضح نموذج TPB



المصدر: بن اشتهاو سيدي محمد، 2017

ووفقا لهذه النظرية فإن نية المقاومة تتأثر بثلاثة عوامل رئيسية وهي المواقف اتجاه السلوك المعايير الذاتية التحكم السلوكي المدرك فهذه النظرية تفسر العملية الذهنية التي تقتضي إلى قرار إنشاء المؤسسة أو بالأحرى في المرحلة التي تسبق عملية أخذ القرار من طرف المقاولين المحتملين أو الطلبة الجامعيين.

8- منهج الدراسة:

تشير كلمة منهج إلى الطريقة بينما تشير كلمة وصفي إلى السمات التي تميز الظاهرة أو الفرد ويعرف المنهج الوصفي في البحث العلمي على أنه أسلوب أو نمط يتم استخدامه لدراسة ووصف الظواهر والمشكلات العلمية وصفا دقيق للوصول إلى التفسيرات المنطقية المبرهنة بهدف إتاحة الفرصة للباحث لوضع إطارات محددة للمشكلة واستخلاص عدد من الأسباب التي أدت لحدوث الظاهرة أو المشكلة¹.

كما يعتبر المنهج الوصفي استقصاء يقوم على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الوقت الحاضر، بهدف تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات القائمة بين عناصرها والعلاقات بينها وبين ظواهر أخرى، ويشار أيضا أن الأسلوب الوصفي هو أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم الذي يصف ظاهرة أو مشكلة محددة ويقوم الباحث العلمي من خلال الأسلوب الوصفي بتحليل ظاهرة تحليلًا وصفيًا دقيقًا.

¹ محمد محمد قاسم، المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية بدون نشر، 1999، ص 20.

يعد المنهج الوصفي التحليلي هو منهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها كفيها أو كميها، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى¹.

يهدف المنهج الوصفي التحليلي إلى ما يلي:

الكشف عن الظاهرة المدروسة، جمع المعلومات دقيقة ومفصلة لظاهرة موجودة فعلا في مجتمع معين، تحديد ما يفعله الأفراد في مشكلة ما والاستفادة من آراءهم وخبراتهم في وضع تصور وخطط مستقبلية واتخاذ قرارات مناسبة في مشاكل ذات طبيعة مشابهة تفسير الظاهرة بتوضيح الأسباب الحقيقية وراء حدوث تلك الظاهرة ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة بحيث أنه يهتم البحث الوصفي التحليلي على الأرقام الإحصائية في الاعتماد على تغيير تلك الظاهرة.

ويشتمل المنهج الوصفي التحليلي على العديد من الطرق من أهمها وأكثرها شيوعا واستخداما: **طريقة المسح، دراسة الحالة، المنهج التاريخي، المنهج المتكامل في البحوث الإنسانية**².

ومن أبرز أدوات جمع البيانات وأكثرها شيوعا واستخداما من قبل الباحثين في المنهج الوصفي التحليلي: استمارة الاستبيان المقابلة الشخصية، الملاحظة، الاختبارات.

يساهم المنهج الوصفي التحليلي بشكل كبير في فهم مختلف الظواهر الاجتماعية والإنسانية، حيث يعتبر المنهج الوصفي التحليلي أكثر ملائمة في دراسة الظواهر الإنسانية والاجتماعية حيث يصعب إخضاع تلك الظواهر للتخريب³. ومن خلال ما سبق نفهم بأن وصف وتحليل الظاهرة يكون بالوقوف على العوامل التي أثرت عليها وذلك بجمع المادة العلمية المتعلقة بها وتحليلها كما وكيفا ودراستها واستخلاص نتائجها، بحيث يقدم معلومات في صورتها الواقعية للظاهرة وتشخيصها ومعالجتها.

وفي دراستنا هذه اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأنسب للظاهرة المدروسة كونه مظلة واسعة ومرنة تتضمن عددا من المناهج والأساليب⁴ الفرعية كونه يساعدنا على فهم الظاهرة بدقه من خلال جمع معلومات دقيقة ووصفية حول اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو مشاريع المقاولاتية ومعرفة دوافعهم للمشاركة في هاته المشاريع والتحديات التي يواجهونها وأيضا تحليل العوامل المؤثرة وتفسيرها لفهم اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال.

وأیضا يساعد المنهج الوصفي التحليلي على ربط المتغيرات المختلفة التي تؤثر على اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال مثل: المتغيرات الشخصية، المتغيرات الأكاديمية وأيضا البيئية إضافة إلى صلة الموضوع بالواقع ذا صلة وثيقة بالواقع مما يساهم في إمكانية تعميم نتائج الدراسة مما يؤدي إلى تعزيز المحرفة حول اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو مشاريع المقاولاتية على مستوى أوسع.

¹ اسماعيل سيبوكر، د نجلاء نجاحي، أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، مقاليد، ع 16، ورقلة، 2019، ص 50.

² سيف الإسلام سعد عمر، الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، دمشق دار الفكر، مكتبة الأسد، دمشق، 2009 ص 73.

³ محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص 132.

⁴ نوزاد حسن أحمد، المنهج الوصفي، دار الكتب الوطنية للنشر، بنغازي، 1996، ص 35.

يعد المنهج الوصفي التحليلي أداة قيمة لفهم الظواهر وأداة فعالة لدراسة موضوع اتجاهات الطلبة نحو المشاريع المقاولاتية لفهم الظاهرة بدقة وتحليل العوامل المؤثرة وتطوير حلول وخطط مناسبة لتعزيزها فيعطى مصداقية وموضوعية للموضوع لمعرفة اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو مشاريع المقاولاتية جامعة قلمة للمقبلين على التخرج وبالتحديد كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية¹.

9-مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل المجتمع الدراسة في جميع مفردات ووحدات الظاهرة تحت البحث² وينبغي على الباحث تحديد المجتمع الذي تجري عليه الدراسة بدقة ووضوح لتحقيق نتائج دراسية³ حيث تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في العدد الكلي لطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قلمة والمسجلين في بصفة نظامية ضمن مختلف المستويات والتخصصات حيث بلغ العدد الإجمالي للطلبة 640 طالب وهذا وفق الحصائيات المسجلة في السنة الجامعية 2023-2024.

¹ نوزاد حسن أحمد، المرجع نفسه، ص 35.

² محمد عبد العال التعليمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق لنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 77.

³ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط 03، صنعاء دار الكتب، اليمن، 2015، ص 105

جدول رقم (01): يوضح مجتمع الدراسة

Fatuité	Département	filière	diplôme	Option Filière	Nombre	Sexe	
						F	M
		communication	Licence	deuxième année	119	86	33
			Licence	terrorisme année	127	93	34
Sciences Humaines Et sociales	Des Sciences De Information De la communication	Information	Licence	terrorisme année	30	15	15
			Licence	deuxième année	63	42	21
		Bibliothéconomie et Information	Licence	terrorisme année	68	49	19
			Master	première année	65	45	20
		Communication de Relation publiques	Master	deuxième année	88	75	13
			Master	première année	25	8	17
		Communication de Masse et de nouveaux	Master	deuxième année	22	11	11
			Master	première année	17	13	4
		Administration Des organisme	Master	deuxième année	16	10	6
			Master	première année	17	13	4
TOTAL					640	447	193

المصدر: مكتب رئيس اللجنة العلمية قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبيات، جامعة قلمة.

وعلى اعتبار أنه غير ممكن دراسة جميع مفردات المجتمع البحث ارتأينا أخذ عينة والمقصود بها "أنها مجموعة من وحدات المعاينة خضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكاملا مع المجتمع الأصلي"¹ وهذا لإجراء الدراسة الميدانية "فكلما كان حجم العينة كبير كلما كان تمثيلها أفضل وكانت النتائج أكثر دقة فلا بد أن يكون حجم العينة كافيا لضمان دقة النتائج من خلال دقة تمثيل العينة للمجتمع"².

¹ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، لدار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2019، ص 88.

² عيسى يونس وآخرون، العينة وأسس المعاينة في البحوث الاجتماعية، مجله الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، 2021، ص 531.

قمنا بإجراء العملية الحسابية التالية لإسخراج عدد مفردات العينة:

$$\begin{aligned} & \text{(مجتمع الدراسة الكلي)} \\ & \frac{10 \times 640}{100} = 64 \text{ مفردة} \\ & 640 \rightarrow 100\% \\ & \text{حجم العينة} \rightarrow 10\% \end{aligned}$$

اعتمدنا في هذه الدراسة على عينة تتمثل في 80 مفردة وهذا لتحقيق التجانس بين مجموعات عينة الدراسة من حيث عدد مفرداتها وتمثلت في مجموعة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قلمة وتوزعت على مختلف المستويات والتخصصات 40 مفردة منهم إناث و40 أخرى ذكور وهي عينة ممثلة لمجتمع الدراسة حيث يتم اختيار العينة وتحديد خصائصها التمثيلية كميًا ونوعيًا. ومن خلال هذه احتكاكنا بالميدان لاحظنا أن الطريقة الأنسب في تحديد عينة الدراسة تكون من خلال العينات الاحتمالية وقد اعتمدنا على العينة العنقودية¹ وفي هذا النوع من العينات يتم تقسيم المجتمع محل الدراسة إلى مجموعات جزئية أو عناقد ثم تقسم هذه المجموعات بدورها إلى مجموعات جزئية أصغر منها، وهكذا حيث لا يشترط تجانسها وكل تجمع أو العنقود يحتوي على عدد مفردات من المجتمع والذي يتم اختيارهم بطريقة عشوائية¹.

- تم اختيارنا للعينة العنقودية لهذه الدراسة بالاعتماد على ثلاث مراحل وفي هذه الحالة يطلق عليها عينة متعددة المراحل وتتمثل كالتالي:

● المرحلة الأولى:

قمنا بتقسيم العدد الكلي لمفردات العينة المتمثلة في 80 مفردة إلى أربع مجموعات وكل مجموعة يحتوي على 20 مفردة وهذا حسب المستوى التعليمي لمفردات العينة سنة ثانية ليسانس، سنة ثالثة ليسانس، سنة أولى ماستر سنة ثانية ماستر.

● المرحلة الثانية:

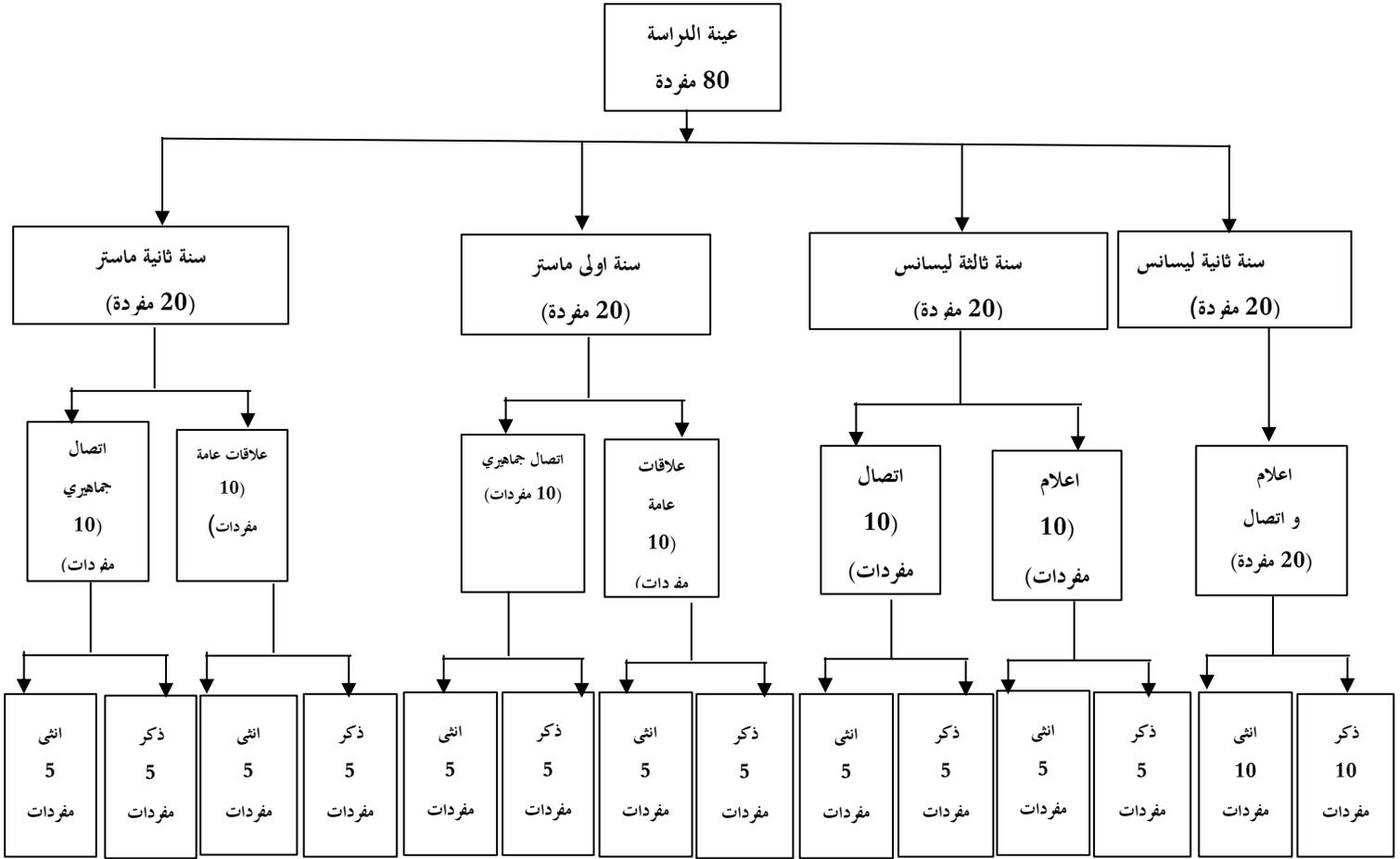
في هذه المرحلة قمنا بتقسيم المجموعات السابقة الذكر إلى مجموعة جزئية أصغر من الأولى تمثلت في سبع مجموعات احتوت كل مجموعة على 10 مفردات وهذا حسب التخصص التعليمي لمفردات العينة إعلام واتصال إعلام، اتصال، اتصال وعلاقات عامة، اتصال جماهيري

● المرحلة الثالثة:

وفي المرحلة الأخيرة قمنا بتقسيم المجموعات السابقة بدورها إلى 14 مجموعة جزئية أصغر من السابقة حيث احتوت كل مجموعة على خمس مفردات وهذا حسب الجنس ذكر أنثى.

¹ منذر الضامين، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 170.

شكل رقم (4) : مخطط يوضح توزيع عينة الدراسة



أما بالنسبة لطريقة المعاينة فكانت معاينة عشوائية من كل مجموعة اخترنا المفردات (بطريقة عشوائية)

10- أدوات جمع البيانات:

تعتبر عملية جمع البيانات من أهم مراحل البحث العلمي وعليها تتوقف دقة البيانات المجمعة وصحة النتائج وكفاءة الاستنتاجات العلمية ولكي تتمكن من الإلمام بالموضوع والإحاطة بمختلف متغيراته. وقد وقع اختيارنا على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية كونها الأنسب لمثل هذه المواضيع الاتصالية وكذا مدى خدمة هذه الأداة للموضوع محل البحث حيث تمكن الباحث من جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات المطلوبة حول اتجاهات طلبت علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولانية.

■ استمارة الاستبيان:

-هي وسيلة تجمع البيانات من أوسع الطرق إنتشارا وهي مجموعة من الأسئلة ترسل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى المبحوثين للاستفتائهم حول موضوع معين¹.

¹ ريحة بنار، الاستمارة في بحث العلمي، مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية، العدد 01، الجزائر، 2022، ص 49.

-يعرف ديوبولدب - فإن دالين الاستمارة أو الاستفتاء بقوله الاستفتاء أداة يستخدمها المشكلون بالبحوث التربوية على نطاق واسع للحصول على حقائق عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل وإجراء البحوث التي تتعلق بالاتجاهات والآراء وقد يكون الاستفتاء في بعض الدراسات أو جوانب معينة من الوسيلة العملية الوحيدة الميسرة لتعريف المستفيدين لمثيرات مختارة ومرتبة بعناية بقصد جمع البيانات اللازمة لأثبات صدق فرض أو رفضه¹.

وتستعمل الإستمارة كثيرا هذا راجع لأنها توفر الوقت في الحصول على المعلومات ومن خلالها يتم التعرف على مبحوث ومدى صدقهم في الإجابة على أسئلة الاستمارة وبالتالي مقابلتهم وقد تم بناء الاستمارة وفقا لمجموعة من المراحل.

أولاً: تحديد نوع المعلومات التي نرغب في الحصول عليها والتي نخدم ببحثنا.

ثانياً: تحديد شكل الأسئلة وصياغتها بتسلسل.

ثالثاً: تحديد الاستمارة لاعدادها في صورتها النهائية وتم الحصول على استمارة مكونة من 18 سؤال موزعة على ثلاث محاور كما هو موضح

المحور الأول: الذي مفاده دور الدوافع المقاولاتية على توجيه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية وتضمن المحور على 06 أسئلة.

المحور الثاني: حول دور التكوين الأكاديمي على توجيه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية. وتضمن المحور على 06 أسئلة.

المحور الثالث: حول دور البيئة الاجتماعية على توجيه طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية وتضمن المحور على 06 أسئلة.

- وتجدر الإشارة هنا إلى مقياس ليكورت الثلاثي الذي اعتمدهنا في هذه الدراسة على اعتبار أننا بصدد قياس اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية ويعرف هذا المقياس على أنه أسلوب لقياس الاتجاهات أو الآراء ويستخدم في العديد استمارات الاستبيان أو استطلاع الآراء.

ويتم توجيه الأسئلة بحيث تكون الاستجابات تعبر عن آراء المبحوثين ويعتمد هذا المقياس على ردود تدل على درجة تأييد والحياد والاعتراض².

ويتعين على المبحوث اختيار عبارة واحدة من بين العبارات السابقة الذكر وقد تم تقدير شدة الاتجاه.

وقد تم اختيار هذا المقياس لأنه الأنسب لمثل هذه الدراسات وكذا يحقق في ذات الوقت درجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات بالإضافة إلى سهولة تطبيقه.

¹ جميل حمداوي، البحث التربوي مناهجه وتقنياته، دون ذكر بلد النشر، 2014، ص 85.

² عبد العزيز محمد حسب الله، أثار دلالة المعنى نظر في تدريج لكرث وترتيب المفردات في ضوء اتجاهها الموجب والسالب في الخصائص سيكو ميتريية للمقياس النفسي وأداء الطلاب عليه واقترح هذا التحليل الاحصائي لبياناته، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، العدد 04، جامعة المنيا، مصر، 2020، ص 123.

■ الأساليب الإحصائية:

يعتبر الإحصاء وسيلة ضرورية في أي بحث علمي إذ تساعد الباحث على تحليل ووصف البيانات بمزيد من الدقة فهي تتحكم في اختيار الأدوات والأساليب الإحصائية التي يستعملها الباحث فبعد جمع الاستمارات الموزعة على عينة الدراسة شرعنا في تفرغ البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية التي تطلبها الدراسة الحالية.

- لحساب عدد التكرارات والنسب المئوية باتباع هذا القانون:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{عدد التكرار}}{\text{عدد أفراد العينة}} \times 100$$

- بما أن استبيان الدراسة مصمم وفقا مقياس ليكرت الثلاثي الذي يعطي درجة لكل استجابة التي تكون كالتالي:

- إذا كانت العبارة اثبات فيكون توزيع درجات حسب الاستجابات كالتالي.

الاستجابة	مؤيد	محايد	معارض
الدرجة	3	2	1

- أما إذا كانت العبارة نفي فيكون توزيع درجات على الاستجابات بطريقه عكسية وهي كالتالي:

الاستجابة	مؤيد	محايد	معارض
الدرجة	1	2	3

- لحساب معامل الاتجاه قمنا باتباع القانون التالي:

$$\text{قانون معامل الإتجاه} = \frac{\text{مجموع (التكرار} \times \text{الدرجة)}}{\text{حجم العينة}}$$

- لحساب معامل التوضيح قمنا بالعملية حسابيه التالية:

$$2 = \frac{6}{3} = \frac{\text{مجموع الدرجات}}{\text{مقياس ليكرت الثلاثي}} = \text{معامل الترجيح}$$

ومن هنا نتوصل إلى:

- إذا كان الاتجاه اقل من 2 فهو اتجاه سلبي.
- إذا كان الاتجاه يساوي 2 فهو اتجاه موازي.
- إذا كان الاتجاه أكثر من 2 فهو اتجاه ايجابي.

11-مجالات الدراسة:

- 1) **المجال المكاني:** تمت هذه الدراسة بجامعة قالمة 8 ماي 1945 بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات تخصص اتصال وعلاقات عامة.
- 2) **المجال الزمني:** تمثلت الحدود الزمنية للدراسة النظرية خلال الموسم الجامعي 2023 / 2024 أما الدراسة الميدانية وكانت خلال شهر ماي من نفس الموسم لقد تمت على مرحلتين:
المرحلة الأولى: يطلق عليها بالمرحلة الاستكشافية قمنا بالاطلاع على بعض ادبيات حول موضوع المشاريع المقاولاتية والاتجاهات من أجل بناء موضوع دراستنا كما قمنا أيضا بزيارة استطلاعية إلى ميدان الدراسة المتمثل في عدد من الطلبة تم فيها التعرف على مجتمع البحث وتحديد العينة وبعض مؤشرات الدراسة.
المرحلة الثانية: تمثلت في النزول الفعلي للميدان واختيار عينة من الطلبة ثم تعديلها والنزول إلى الميدان من أجل جمع المعلومات والبيانات خلال شهر ماي وقد استغرقت هذه المرحلة من 2024/05/19 إلى 2024/05/23.
- 3) **المجال البشري:** هو مجتمع البحث الذي أجري عليه الدراسة وقد تمثل في مجموعات من طلبة ابتداء من سنة ثانية إعلام واتصال إلى غاية سنة ثانية ماستر لكلا التخصصين اتصال وعلاقات عامة، وأيضا تخصص اتصال جماهيري الذي كان مجموع طلبة 80 طالب بمختلف الجنسين.

خلاصة الفصل :

بما أن نقطة الارتكاز الأولى والأساسية لأي بحث علمي هي الإشكالية، وعند تحديدها تحديدا علميا ومنهجيا بصياغة واضحة تسهل كل خطوات المنهجية اللاحقة للبحث، وفي هذا الفصل حاولنا تحديد الإشكالية واقتراح التساؤلات لموضوع البحث إضافة إلى طرح أسباب اختيار الموضوع وكذا ذكر أهميته وأهدافه بالإضافة إلى تحديد أهم المصطلحات وعرض الدراسات السابقة وأهم المقاربات.

وتطرقنا أيضا في هذا الفصل للمنهجية المتبعة في دراسة الجانب الميداني، وذلك بتحديد المنهج العلمي المستخدم وكذا مجتمع وعينة الدراسة كما حددنا طبيعة الأدوات التي تم استخدامها في دراستنا بعرض جمع البيانات والمتمثلة في الاستبيان وصولا إلى مجال الدراسة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

عادةً ما يعود سلوك الفرد في تفاعلاته الاجتماعية ضمن مختلف المواقف إلى محددات السلوك. من أبرز هذه المحددات "الاتجاه"، الذي يؤثر بشكل مباشر على السلوك، مما يجعله حجر الزاوية في التنبؤ باستجابات الفرد والجماعة تجاه الأفراد والجماعات والمؤسسات والمواقف والموضوعات الاجتماعية، رغم أنه يتميز بالثبات النسبي.

تعزيز روح ريادة الأعمال ونشرها في المدارس والجامعات، مع تغيير نمط التفكير السلوكي السائد لدى الشباب، يعتبر أحد الأولويات للدول المتقدمة والنامية، لتحقيق هذا الهدف، تعتمد الدول العديد من البرامج والخطط لدعم ريادة الأعمال بين الشباب سواء في المؤسسات التعليمية العليا أو المهنية. كما تسعى الجامعات لتطوير علاقات وشبكات مع منظمات الأعمال لتعزيز الابتكار والإبداع. تُعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة القاعدة الأساسية للنسيج الصناعي، مما يجعلها محوراً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ومع تطور الإعلام، تستثمر الشركات في إنشاء مؤسسات إعلامية عالمية تستفيد من الإنترنت وتواكب الزيادة الإعلامية، مما يتطلب تجسيد الأفكار الإبداعية في مشاريع ريادية تخدم المجال الإعلامي وتعزز ريادة الأعمال الإعلامية.

المبحث الأول: أساسيات الاتجاه

المطلب الأول: تكوين الاتجاه

• أولاً: مكونات الاتجاه:

يعتبر سميث (Smith) " أول من قدم تحليلاً منظماً وشاملاً عن الاتجاهات، فقد يشكل اجتماع هذه المكونات مضمون الاتجاه حيث لا يشير إلى مكون واحد وإنما يتشكل بفعل ثلاث مكونات المتمثلة فيما يلي:

1-المكون المعرفي:

كل ما يتعلق بموضوع الاتجاه يشمل العمليات الإدراكية والمعتقدات والأفكار التي يحملها الفرد، ويتجلى ذلك في الحجج التي يقدمها المتعصبون بشكل بارد، حيث يتقبلون موضوع الاتجاه حتى لو كانت اعتقاداتهم غير مبنية على الحقائق أو الملاحظات الموضوعية. وعادةً ما يُعبر عن هذا الجانب من الشخصية بعبارات مثل: "أعتقد"، "أفكر"، "أتصور"، "أؤمن".

2-المكون الوجداني:

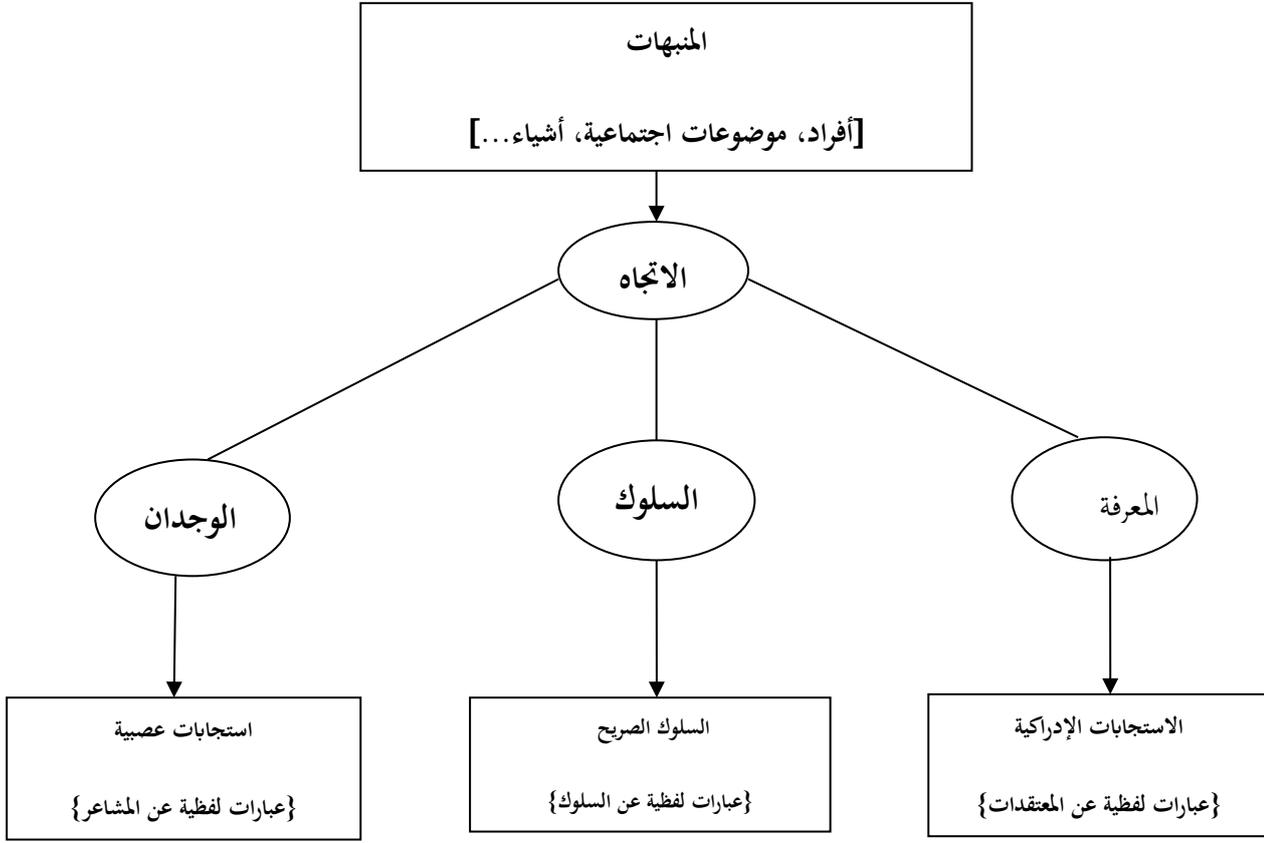
ويُمكن اكتشاف هذا الجانب من خلال ردود فعل الفرد ومشاعره، التي تتضمن مشاعر الحب والكراهية والإقبال والنفور أو التفضيل وعدم التفضيل، وكل هذه المشاعر تعكس الإيجابية أو السلبية تجاه موضوع الاتجاه، ويمكن قياس وتقدير اتجاهه وشدته من خلالها، ويُعتبر هذا العنصر أكثر أهمية في تحديد الاتجاه.

3-المكون السلوكي:

هذا الجانب يعكس النماذج السلوكية التي يتبعها الفرد والتي تظهر بوضوح موقفه من موضوع الاتجاه، إما كونه خطة سلوكية تجاه الموضوع أو الطريقة التي ينوي بها التصرف في سياق اجتماعي محدد. والمخطط التالي يوضح المكونات الثلاثة للاتجاه¹:

¹ باعمر الزهرة، مرجع سابق، ص 31.

شكل رقم (5): مخطط يوضح المكونات الثلاثة للاتجاه



المصدر: عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاتة، دت، 11

• ثانيا: مراحل تكوين الاتجاه:

سبق الإشارة إلى أن الاتجاه لا يمكن اكتسابه ببساطة، فهو يمر بعدة مراحل ويرى الباحثون أن الاتجاه حتى يكتمل لابد أن يمر بثلاث مراحل تعتبر موازية أو هي الوجه الآخر لمكوناته الثلاث: المعرفي، والسلوكي والوجداني، وهذه المراحل هي¹:

1- المرحلة الإدراكية - المعرفية:

فالفرد في هذه المرحلة يحاول اكتشاف واستيعاب وإدراك ما يدور حوله من مثيرات والتعرف عليها وبذلك يكتسب قدرا من المعلومات حولها، مما يشكل لديه رصيذا معرفيا يبني من خلاله إطاره المرجعي الذي يفسر إنطلاقا منه مثيرات البيئة التي هي عبارة عن موضوعات مختلفة أو مواقف متباينة أو أشخاص..... وفي هذه المرحلة يكتمل إدراك الفرد للأهداف والمنافع التي يريد تحقيقها من خلال هذه المثيرات.

2- المرحلة التقييمية:

وفيها يتفاعل الفرد مع مثيرات البيئة إنطلاقا مما كونه من إطار مرجعي عنها ثم يقيم نتائج هذا التفاعل بناء على ما تشكل لديه من أحاسيس ومشاعر وعواطف وبهذا تكون هذه المرحلة مزيجا بين معيارين: موضوعي، وهو الإطار المرجعي المبني على المعارف

¹ باعمر الزهرة، مرجع سابق، ص 32.

والمعلومات وذاتي وهو العواطف والمشاعر تجاه هذه المثيرات ويقوم الفرد في هذه المرحلة ما يمكن أن تحققه هذه المثيرات من منافع وأهداف.

3-المرحلة التقريرية:

وهي مرحلة اتخاذ القرار بالقرب والتعامل معه أو الابتعاد عنه والنفور منه وبالتالي، يتبين نوع الاتجاه إما موجبا أو سالبا وعليه يمكن تحديد أنواع الاتجاه.

المطلب الثاني: أنواع الاتجاه

اختلف الباحثون في تحديدهم لأنواع الاتجاهات، فجاءت تصنيفات مختلفة منها ما يأخذ بشدة الاتجاه ومنها ما يأخذ بوضوحه ومنها ما يأخذ بموضوع الاتجاه، وفيما يلي التصنيفات المختلفة للاتجاهات :

1- على أساس الأفراد: فردي وجماعي

- أ- الاتجاه الفردي: هو ما يحمله الفرد تجاه موضوع معين، سواء كان هذا الاتجاه موجبا أو سالبا، قويا أو ضعيفا، معلنا أو سريا .
ب- الاتجاه الجماعي: وهو ما يشترك فيه عدد كبير من الافراد تجاه موضوع معين، بغض النظر عن شدته ودرجته ووضوحه.

2- على أساس القوة: اتجاه قوي واتجاه ضعيف

- أ- الاتجاه القوي: ويمكن تمييزه بنوع السلوك، فإذا كان السلوك حادا شديدا، منفعلا، كان الاتجاه الذي يختفي وراءه قويا والعكس بالعكس. ولا يتعلق الامر بالاتجاه الفردي فحسب، بل حتى بالاتجاه الجماعي.
ب- الاتجاه الضعيف: إذا كان سلوك الفرد أو الجماعة حيال موضوع الاتجاه ضعيفا فإنه يخفي وراءه اتجاهها مثله. وللإشارة فإن تغيير الاتجاه الضعيف أمرا لا يحتاج للكثير من الجهد، حيث يسهل تغيير لاتجاهات الضعيفة على عكس الاتجاهات التي تكون قوية، إذ يتطلب الأمر الكثير من الجهد والوقت لاقناع صاحبها بتعديلها أو تغييرها¹.

3- على أساس الهدف: اتجاه موجب، اتجاه سالب ومحاييد

- أ - الاتجاه الموجب: هو ما يدفع بالفرد للميل نحو موضوع الاتجاه، وما يعبر عنه بالرغبة في الموضوع، تأييده، حبه.
ب- الحياد: ولا يكون للفرد أي مشاعر تجاه الموضوع فهو لا يقبله وفي الوقت نفسه لا يرفضه .
ج- الاتجاه السالب: وهو ما يبعد الفرد عن موضوع الاتجاه، ويعبر عنه بالرفض، النفور، الكره، المعارضة.
وبين الإيجاب والسلب درجات متفاوت بحسب شدة عاطفة الفرد تجاه الموضوع ومشاعره نحوه.

4- على أساس الوضوح : اتجاه علني واتجاه سري

- أ- الاتجاه العلني: وهو ما يصرح به الفرد أو الجماعة سواء بالرفض أو بالقبول .
ب- الاتجاه السري: وهو ما يخفيه الفرد أو تخفيه الجماعة وقد يتم إنكاره من طرفهم.

5- على أساس الموضوع : اتجاه خاص واتجاه عام

- أ- الاتجاه الخاص: هو ما يتشكل لدى الفرد أو الجماعة حيال موضوع بعينه .

¹ خليل عبد الرحمان المعايطه، علم النفس الاجتماعي، دار الفكر، عمان الأردن، 2000، ص 163.

ب- الاتجاه العام: هو ما يتشكل لدى الفرد أو الجماعة حيال موضوعات مختلفة ومتعددة¹.

المطلب الثالث: مقياس الاتجاه

*مقياس البعد الاجتماعي لبوجاردوس: bogardusscale

استهدف هذا المقياس التعرف على مدى تقبل الشعب الأمريكي لأفراد من شعوب أخرى وبني المقياس متدرجا على سبع درجات يتم من خلالها معرفة مدى تقبل المبحوث لأفراد شعوب متدرجا بحسب شدة التقبل، والواضح في هذا المقياس أن يقيس اتجاه التعصب العنصري كما يلي :

الزواج - الصداقة - الجيرة - زمالة العمل - المواطنة - الزيارة - الاستبعاد .

وقد وضع بوجاردوس المقياس في العبارات التالية:

1- أوافق على تكوين عاقلة متينة بهم عن طريق الزواج.

2- أوافق عليهم كأصدقاء في النادي.

3- وافق عليهم كجيران في الشارع.

4- أوافق أن يشغلوا عمال مثل عملي .

5-أوافق عليهم كمواطنين في بلدي .

6- أوافق أن يكونوا مجرد زوار لوطني.

7- استبعدهم من وطني².

¹كمال محمد محمد عويضة، دراسات علمية بين علم النفس الاجتماعي والعلوم الأخرى، دارالكتب العلمية، بيروت، 1996، ص 117-119.

²عباس محمود عوض ورشاد صالح منهري، علم النفس الاجتماعي نظرياته وتطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1994، ص 41.

وفي الجدول الموالي تبيان لطريقة تقدير المسافة الاجتماعية نحو عدد من الشعوب كما قدرها بوجاردوس :

جدول رقم (02) تقدير المسافة الاجتماعية عند بوجاردوس

7	6	5	4	3	2	1	
							1 انجليز
							2 الزوج
							3 الفرنسيون
							4 الصينيون
							5 الالمان
							6 الاتراك
							7 الروس
							8 الهنود
							9 الايطاليون
							10 الايرلنديون

المصدر: عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاته محمود، ص 87.

ويفيد هذا المقياس في معرفة شعور الأفراد نحو شعب أو شعوب مختلفة، مما يمكن من الاستدلال على مدى تقبلهم أو رفضهم لهم.

بالرغم من الفوائد التي يتمتع بها، إلا أن هذا المقياس يعاني من بعض النقائص، حيث أن الفارق بين درجاته غير متساوٍ أو متقارب، فالدرجة الأولى - الزواج - تبدو أكبر بكثير من الدرجة الثانية - الصداقة. وعلاوة على ذلك، يُلاحظ أن الفارق بين الدرجة الثانية - الصداقة - والدرجة الثالثة - الجيرة - أقل بكثير، ومن المثير للاهتمام أن يتم ترتيب الصداقة فوق الجيرة وفقاً لإطارنا المرجعي، على الرغم من أن الجيرة هي العلاقة التي تقرب وتجمع بين الأفراد أكثر من الصداقة. ولا يمكن نسيان أن النبي جبريل - عليه السلام - وصى النبي محمد - صلى الله عليه وسلم - بالاهتمام بالجار حتى ظن أنه سيورثه. وبما أن الزواج يُعتبر أعلى درجات العلاقات، فإن الموافقة على الزواج ينطوي عادة على موافقة على الدرجات الأخرى التي تليه. لذا، يبدو غير منطقي أن يوافق الفرد على شخص ما كشرريك في الزواج ويُمانعه في العلاقات الاجتماعية الأخرى مثل الصداقة أو الجيرة أو يستبعدهما تمامًا.

وعلى الرغم من هذا فقد استخدم مقياس بوجاردوس في أكثر من دراسة، وثبتت قدرته وفاعليته، وعاد بوجاردوس وقام بتعديلات على هذا المقياس بهدف تبسيط التعليمات وضبط عملية حساب الدرجات¹. وقد استخدم كيرسن المقياس بعد التعديل في مجموعة من الدراسات المتتالية.

¹ سعد عبد الرحمن، المقياس النفسي، النظرية التطبيقية، هيئة النيل العربية، ط 5، 2005، ص 385.

*مقياس الوحدات المتساوية لثرستون : thurstonescale

حاول ثرستون تدارك سلبيات المقياس السابق بتقريب المسافة بين الدرجات؛ أي لذلك فقد اهتم بصورة واضحة بتساوي المسافات بين وحدات المقياس، وكان اهتمامه مبنيا على التجارب التي أجريت في علم النفس الفيزيائي من أجل إيجاد وحدات متساوية لقياس خصائص الأفراد وخاصة الفيزيائية مثل الوزن والطول....

ويعر مقياس ثرستون الذي طوره مع زميله شيف بالمرحلة التالية:

1- جمع عدد كبير { يفوق البضع مئات } من العبارات التي تقيس الاتجاه، ويفضل أن يتراوح عدد العبارات من 100 إلى 150 عبارة وكتابة كل منها على ورقة منفصلة .

2- عرض هذه العبارات على أكثر من مائة خبير في المجال ليضع كل منهم هذه العبارات في خانة من بين 11 خانة تتدرج من الإيجابية إلى السلبية [من أقصى القبول إلى أقصى الرفض مروراً بالحياد]

3- توضيح التعليمات للحكام بأن هذه العبارات تقيس اتجاهها محمداً .

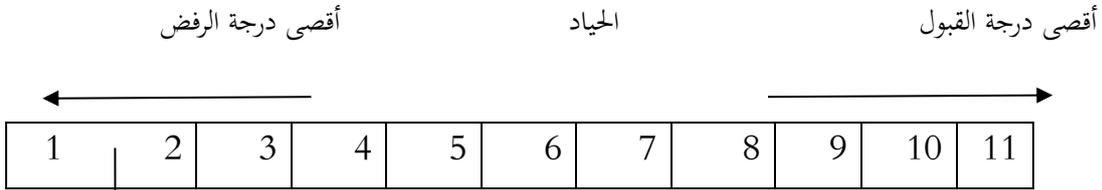
4- يطلب من الحكام قراءة كل عبارة بدقة ثم تصنيفها في إحدى الخانات الإحدى عشر.

5- يقوم الخبراء [المحكمون] باستبعاد ما يرونه غامضاً أو بعيداً عن الموضوع من العبارات .

6- تحسب القيمة الوسيطة لتقديرات المحكمين لكل عبارة، مما لم يتم استبعاده [تحديد وزن العبارة]

7- تقديم العبارات للمبحوث ليضع علامة على العبارة التي يوافق عليها هذا الشكل يوضح تدرج المقياس¹.

شكل رقم (6) يبين المسافة المتساوية البعد في مقياس الاتجاه لدى ثرستون



المصدر حسني الجبالي، 2003، ص 276.

وما يؤخذ على هذا المقياس هو أنه صعب من حيث التصميم ويتطلب جهداً كبيراً لإيجاد المحكمين {الخبراء}، وجهداً آخر من المحكمين لتحديد وزن العبارات {قيمتها}، ثم أن المحكمين ليسوا دوماً على مستوى من الكفاءة التي تسمح لهم بتحديد وزن العبارات لتصبح عبارة في المقياس النهائي؛ أي أن هذا المقياس قد يشبه نوع من التحيز والتعصب الذي قد ينجم من المحكمين. إضافة إلى أن وزن العبارة في حد ذاته مسألة نسبية، فماله وزن وقيمة عند شخص ما قد لا يأخذ وزناً أبداً عند شخص آخر، وبالتالي فقد يبني المحكمون المقياس على أساس البعد المتساوي بين العبارات بينما ينظر إليه من طرف المفحوصين عكس ذلك².

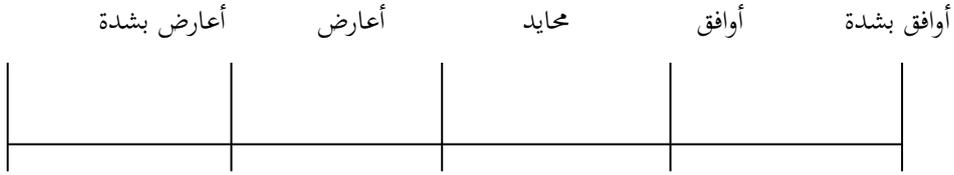
¹انتصار يونس، السلوك الإنساني، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 284.

²حديدان صبرينة، محاضرات في قياس الاتجاه والراي العام، تخصص علم الاجتماع والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل 2015-2016، ص 63-65.

*مقياس ليكرت likrertscale:

يعتبر هذا المقياس من أشهر المقاييس وأكثرها استخداماً وقد جاء تعديلاً للطريقة السابقة وتبسيطاً لها وقد اقترح ليكرت مقياساً يمتاز بسهولة البناء والتطبيق، متدرجاً في عبارات يتم اختيارها في مجال الاتجاه المراد قياسه وصاغ ليكرت هذا المقياس من أجل تذليل الصعوبات الناجمة عن التحكيم وعن تصنيف العبارات تبعاً لو ازداد قيمة لذلك فقد اقترح ليكرت أن يتدرج المقياس على خمس درجات من المعارض بشدة إلى الموافق بشدة؛ حيث يرى أنه لو ازداد عدد درجات أو قل على العدد المحدد، كأن يكون سبع درجات أو ثلاث درجات مثال أصبح من المحتمل أن لا تكون إجابات المبحوثين دقيقة وصحيحة. وفي مقابل كل درجة، هناك نقطة معينة تعبر تعبيراً كمياً عن الموافقة أو المعارضة، ويطلب من المبحوث وضع علامة على العبارة التي توافق اتجاهه. وهو ما يتضح في الشكل التالي:

شكل رقم (7) يبين طريقة ليكرت في قياس الاتجاهات



المصدر: عبد اللطيف محمد خليفة وعبد المنعم شحاتة، دت، ص 99

ويعطي الفرد قيمة كمية مناظرة استجابته، وبالتالي يتم حساب درجة الاتجاه الكلي للفرد بجمع درجات عبارات المقياس ومن ثم تحديد الاتجاه وشدته .

ويشترط في العبارات المشكلة للمقياس أن تكون مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالموضوع المراد قياس الاتجاه نحوه، وبفرضيات الدراسة وأن تصاغ بصورة واضحة وبسيطة " .

وتتميز طريقة ليكرت بسهولة استعمالها وارتفاع درجة الثبات والصدق في المقياس، وذلك لتفاوت الدرجات أمام كل عبارة بين الموافقة الشديدة والمعارضة الشديدة وهي تتيح للفرد أن يعبر عن اتجاهه بالنسبة لكل عبارة من عبارات المقياس، بخلاف طريقة ثرستون، فضلاً عن أنها تقلل من درجة التخمين وعامل الصدفة" .

*مقياس جوتمان:

يقوم هذا المقياس على فكرة التدرج التراكمي؛ بمعنى أنه يمكن لنا من خلاله أن نعرف أي بنود وافق عليها المبحوث، وذلك في حدود 90% من الثقة؛ أي احتمال 10% من الخطأ بالنسبة للعينة ككل. وتتميز بنود مقياس جوتمان بالترتيب والتراكم فاستجابة المبحوث نحو البند 9 هي نتيجة منطقية لاستجاباته نحو البنود من 1 إلى 8 فإذا حوى المقياس مثال ترتيباً للعمليات الرياضية كالتالي: الجمع - الطرح - القسمة - الضرب، فإن من يجيد الضرب بالضرورة يجيد الجمع والطرح والقسمة.

ويقول جوتمان أن التحليل التراكمي المتدرج سوف يساعد الأخصائي على الحصول على مجموعة من البنود ذات درجة عالية من خاصية التراكم المتدرج، وغالباً ما تكون 0.9 أو أعلى من ذلك¹.

¹ حديدان صبرينة، نفس المرجع، ص 66.

المطلب الرابع: طرق قياس الاتجاه

أن الاتجاه يمكن وصفه وصفا كميا، وذلك بتطبيق القياس النفسي عليه والحقيقة أن هناك مجموعة من الأساليب التي تمكننا من قياس الاتجاه هي:

- **الطريقة الأولى مقياس التقدير الذاتي:** وتعتبر من أشهر الأساليب وأكثرها استخداما في القياس وقد اقترح تايلر وباركر 1964 استخدام السؤال التقريري للاتجاه، وهو عبارة عن سؤال واحد يطلب من الفرد التعبير عن مشاعره ومعتقداته نحو موضوع ما كأن نقول له: ما هي مشاعرك نحو اليهود؟ أو كيف تتعامل مع المرضى النفسيين؟ ما هي قراءتك لتدهور أسعار البترول؟ ثم يقوم الباحث بتحليل مضمون إجابة المبحوث.

لكن هذه الطريقة تعتبر قاصرة، ولا تمكننا من الوقوف على الأبعاد الثلاث أو المركبات الثلاث للاتجاه مما جعل الباحثين يطورون هذه الطريقة إلى عدة مقياس أهمها:

- مقياس المسافة {البعد} الاجتماعي لبوجردوس .

- مقياس المسافات المتساوية لثرستون .

- مقياس التقديرات التجميعية لرنسيسليكرت .

- مقياس التدرج التجميعي لجوتمان .

- **الطريقة الثانية مقياس ملاحظة السلوك الفعلي:** والتي تقوم على أسلوبين: أولهما ملاحظة ملامح وتعبيرات الوجه، وثانيهما التعبير بنظرة العين .

- **الطريقة الثالثة مقياس تعتمد على الاستجابة الفيزيولوجية لموضوع الاتجاه:** معدل ضربات القلب، ضغط الدم، استجابة الجلد {الزئوج والبيض}

- **الطريقة الرابعة الأساليب الإسقاطية:** وتتم عن طريق:

- طريقة الصور الغامضة : ومثالها أن يشاهد المبحوث فيلما حريبا، ثم تعرض عليه صورة غامضة للتعبير عنها، رغبة للوصول إلى العالقة بين القومية والعدوان مثلا.

- طريقة التداخي الحر: يذكر للمبحوث ألفاظ حول الموضوع المراد قياس الاتجاه نحوه ونطلب منه أن يذكر أول كلمة تخطر بباله عند سماع الموضوع¹.

¹عبد اللطيف محمد خليفة، عبد المنعم شحاته محمود، سيكولوجية الاتجاهات المفهوم القياس التعبير، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة دون سنه، ص 105 - 106.

المطلب الخامس: طرق تعديل (التغيير) الإتجاه

أولاً: العوامل المؤثرة في تغيير الإتجاه:

تعرض الاتجاه للعديد من العوامل التي قد تغيره من شدته أو اتجاهه بالسلب أو بالإيجاب ومن بين العوامل التي تؤثر في تغيير الاتجاهات ما يلي :

1- خصائص الاتجاه: وذلك من حيث القوة والضعف، المنفعة التي يؤديها الاتجاه في حياة الفرد أو الجماعة، من حيث أهميته وتلاؤمه مع بقية الاتجاهات التي يحملها الفرد عن المواضيع المختلفة ومن حيث بساطته.

أ- من حيث شدته: الاتجاه القوي أصعب في التغيير من الاتجاه الضعيف .

ب - من حيث تطرفه: الاتجاه المتطرف أصعب في التغيير من الاتجاه المعتدل .

ج- من حيث تعقيده: الاتجاه المركب أو متعدد المكونات أصعب في التعديل من الاتجاه البسيط .

د- من حيث أهميته: الاتجاه الذي يحقق منفعة لصاحبه أصعب في التغيير من الاتجاه الذي لا يحقق أية منفعة أو لا يحقق إلا منافع قليلة .

هـ - من حيث تلاؤمه مع بقية الاتجاهات: فالإتجاه الذي يتلاءم مع بقية الاتجاهات التي يحملها الفرد أصعب في التغيير من الإتجاه المنعزل.

2- خصائص صاحب الاتجاه: تلعب الخصائص التي يحملها صاحب الاتجاه دورا كبيرا كعوامل من شأنها التأثير في تعديل وتغيير الاتجاه، ومن هذه الخصائص :

أ- ذكاء صاحب الاتجاه: الفرد الذكي يحمل قدرة عقلية تجعل من الصعب تغيير اتجاهاته مقارنة بالفرد الأقل ذكاء.

ب- القابلية للإقناع: حيث يميل الأفراد المتسمون بالقابلية للإقناع إلى تغيير اتجاهاتهم رغبة منهم في الخضوع للمعايير الاجتماعية والحصول على التقبل الاجتماعي.

ج- قوة خاصية الدفاع عن الذات: فالدوافع القوية التي يحملها الفرد تقف حاجزا يصعب من تغيير اتجاهاته.

د - الجمود الفكري: فالأفراد الذين يتميزون بأسلوب فكري ومعرفي واضح ومتجدد يستجيبون استجابة إيجابية للمعارف الجديدة ويكونون أكثر إنفتاحا على الخبرات الجديدة، مما يجعلهم أكثر تقبلا لتعديل اتجاهاتهم من أولئك الذين يتميزون بالجمود الفكري¹.

3- الجماعة التي ينتمي لها الفرد : حيث تمارس هذه الجماعة نوعا من القهر الاجتماعي الناجم عن التفاف أعضائها حول اتجاه أو اتجاهات تكاد تكون موحدة، ويمكن تفسير تأثيرها في :

أ- الاتجاهات التي تعبر عن معايير وقيم الجماعة تكون أكثر مقاومة للتغيير .

ب- اتجاهات قادة الجماعة إلا تتغير بسهولة .

ج- مقدار الإنتماء والولاء الذي يحمله الفرد للجماعة يجعله يحافظ دوما على اتجاهاته التي تتفق واتجاهات الجماعة.

د - التفاعل بين أعضاء الجماعة قد يساعد على تغيير أو تعديل اتجاهات الفرد تجاه أفرادها .

¹محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1997، ص ص 145-147.

وعموماً، فإن تغيير أو تعديل اتجاهات الفرد يكون بظهور تغييرات أو تعديلات على موضوع الاتجاه مما يصاحبه بروز حاجات فردية مختلفة عن تلك التي كانت في السابق¹.

ثانياً: أنواع تغيير الاتجاه:

تختلف درجة ووجهة تغيير الاتجاه من وقت لآخر تبعاً لطبيعة ودرجة تعقد الموقف الذي يمر به، ونتيجة لذلك فإن هناك أنواعاً لتغيير الاتجاه هي :

1- تغيير الاتجاه في نفس مسار الاتجاه الحالي: وهنا لا يكون التغيير جذرياً، بل أن الظروف المحيطة تحتم على الفرد التعديل

في اتجاهه بما يتلاءم وطبيعة الموقف الحالي كأن ينتقل من التأييد إلى التأييد المطلق، أو من المعارضة إلى المعارضة المطلقة .

2- تغيير الاتجاه بعكس مسار الاتجاه الحالي : وهنا يمكن الحديث عن التغييرات الجذرية، إذ يتبنى الفرد اتجاهها معاكساً تماماً للاتجاه

الأول، كأن ينتقل من التأييد إلى المعارضة أو من المعارضة إلى التأييد².

ثالثاً: طرق تعديل {تغيير} الاتجاه:

1- تعديل المعلومات المتعلقة بموضوع الاتجاه : فباعتبار المركب المعرفي هو الركيزة الأولى لتكوين الاتجاهات، فالفرد قد يحمل

معلومات خاطئة أو غير كافية عن موضوع الاتجاه ويكون اتجاهها معينا عنه {بالسلب أو بالإيجاب} وحتى يمكن تغيير اتجاهه نحو ذلك الموضوع لابد من تغيير الإطار المعرفي الذي بناه حوله، كأن نعرفه بمنافعه أكثر من أجل تحويل اتجاهه من سالب إلى موجب أو نبين له مضاره لتغيير اتجاهه من موجب إلى سالب ويتم تعديل المعلومات المتعلقة بموضوع الاتجاه بإحدى هذه الطرق.

2- الاتصال المباشر بالموضوع: فالاتصال المباشر بالموضوع يبرز حقائق ومعلومات قد تكون مخفية عن الموضوع، وكما يقال:

من أرى ليس كمن سمع. وبالتالي فإن الفرد قد لا يعلم عن الموضوع معلومات جوهرية نتيجة عدم اتصاله به مما يجعل معرفته به قاصرة وبالتالي يكون المركب المعرفي عنده غير مكتمل، فيساهم ذلك في تكوين اتجاه خاطئ عنه. وحتى يتم تعديل هذا الاتجاه لابد من زيادة الرصيد المعرفي للفرد عن الموضوع بالاتصال المباشر معه³.

3- وسائل الإعلام : إن دور وسائل الإعلام في إضفاء معلومات ومعارف جديدة للفرد عن المواضيع المختلفة كبير جداً، وذلك

من خلال ما تبث هذه الوسائل سمعية كانت أو بصرية أو مقروءة من أخبار وأنباء وأشرطة وثائقية وحصص تثقيفية من شأنها تنمية الجانب المعرفي للفرد عن موضوع الاتجاه.

4- المناقشات الجماعية: وفيها يتم عرض آراء ومفاهيم ومعارف مختلفة توضح الرؤية أمام صاحب الاتجاه فالكثير من الأفراد

قد يغير رأيه عن موضوع ما حينما يعلم آراء الآخرين حوله ويحمل العديد من مفاهيم خاطئة حول قضايا ومواضيع مختلفة من شأنها أن تشوه اتجاهاتنا حول هذه المواضيع وحتى يتم تعديل الاتجاه لابد من عرض هذه المواضيع على محك المناقشات الجماعية المختلفة لتعديل بعض المفاهيم التي قد تحتزن وهي خاطئة وتبنى عليها أطر مرجعية توجه السلوك إلى الواجهة الخاطئة .

¹ جودة بن جابر، علم النفس الاجتماعي، مكتبة دار الثقافة، الأردن، 2004، ص ص 276-278.

² محمد علي شبيب، سلوك الانساني في التنظيم، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1976، ص 282.

³ علي السلمي، تحليل التنظيم السلوكية، مكتبة غريب، القاهرة، مصر، 1975، ص-ص، 170-173.

5- تغيير الجماعة المرجعية: جاء في عنصر سابق أن الجماعة الإنتماء أثرها البالغ في تكوين اتجاهات الفرد لذلك، فلتغيير الفرد لجماعته المرجعية أثر كبير على الاتجاهات المشكّلة عنده إنطلاقاً من هذه الجماعة، ذلك أنه سيعمل على تكوين اتجاهات جديدة تتوافق مع الاتجاهات التي تحملها الجماعة الجديدة حتى يستطيع التوافق معها والاندماج فيها¹.

6- التحفيز والاستمالة: وذلك بإبراز المنافع التي يحققها الموضوع المراد تعديل أو تغيير الاتجاه نحوه ولنضرب مثال في هذا المقام فإذا أرادت مؤسسة أن تعدل التغيير التنظيمي الذي ظهرت مقاومة ضده وأبدى العمال رفضاً له، فإن إدارة المؤسسة تستميل العمال عن طريق عمليات الاتصال لشرح مضمون التغيير التنظيمي لهم وإيجاد مناخ تنظيمي محفز للعمل في ظل ذلك التغيير، وذلك بوضع نظام من الحوافز المادية والمعنوية لمن يحقق إنتاجاً أكبر وأداء أفضل بعد التغيير، فالأكيد أن هناك مجموعة من العمال الذين يسرون وفق النهج الذي رسمته الإدارة، وقد يحصلون على ترقية نتيجة أدائهم المرغوب فيكونون قدوة لبقية زملائهم الذين يحذون حذوهم وبالتالي يكون للتحفيز والاستمالة دور كبير في تعديل اتجاهات العمال نحو التغيير التنظيمي من الرفض والمقاومة إلى القبول والاندماج.

7- محاولة تغيير شخصية الفرد : وهي من المهام الصعبة، تتم من خلال عمليات التعليم والتدريب، مما يساهم في التقليل من تشدد الفرد وتعصبه ومزاجيته فعملية إعادة التعليم " إنما هي تحقيق عمل يساوي جوهره تغيير الثقافة ".
8- تغيير الأوضاع التي يمر بها الفرد: فالمركز الذي يشغله الفرد يساهم في تشكيل اتجاهات معينة بما يتلاءم وطبيعة ذلك المركز وقد سبق الذكر أن اتجاهات القادة أكثر ر سخا من اتجاهات التابعين، لمراكزهم من حساسية قد تجعلهم يتشبثون بأرائهم معتمدين عليها في بناء اتجاهاتهم².

المطلب السادس: مشكلات قياس الاتجاه

تواجه عملية قياس الاتجاه العديد من الصعوبات، لعل أبرزها أن القياس يتعلق بشي غير مرئي، وبالتالي لا يمكن قياسه قياساً دقيقاً بل الاستدلال عليه بمؤشرات قد تعطي قيمة تقريبية عنه وقد سبق الذكر أن الاتجاه يحتوي على ثلاث مركبات معرفي، عاطفي وسلوكي، ولا حاجة للتأكيد على أن الاتجاه تغطي عليه الصيغة الذاتية أكثر من الموضوعية، وعليه، فكل محاولة لقياسه ستواجه صعوبات وتخللها مشاكل، سواء تعلقت بالمبحوث أو الباحث أو بالمقياس نفسه وهذا ما يجعل من القياس غير موضوعي إلى حد ما وقد حدد عبد الحليم محمود السيد وآخرون هذه المشاكل في كتابه المعنون ب: علم النفس الاجتماعي المعاصر في ثلاث مشكلات رئيسية هي كالتالي:

1- طبيعة المبحوث : فثمة أفراد يتميزون بحب الظهور بشكل جذاب اجتماعياً أو لديهم ميل للإذعان والخضوع وقبول كل ما يقدم لهم، بغض النظر إلى مضمونه وهؤلاء تكون معظم إجاباتهم (موافق) و(موافق بشدة) ظناً منهم أن الإجابة ب (معارض) أو (معارض بشده) ستجعل منهم شواذا اجتماعيين، كما أن هناك أفراداً تتأثر استجاباتهم بقدرتهم على فهم بنود المقياس وهناك من عاداتهم في التعبير اللغوي تجعلهم يفهمون بندا ما في المقياس بعكس ما هو مراد منه. وهذا يكون المشكل ثلاثي الأبعاد، يرتبط

¹محمد علي شبيب، مرجع سابق، ص-ص 280-248.

²وليم و. لامبرت - وولاس إ. لامبرت، علم النفس الاجتماعي، ترجمة سلوى الملة، دار الشروق، ط2، القاهرة، مصر، 1993، ص-ص 137-140. 140 937.

من جهة بالمبحوث ومن جهة أخرى بالباحث الذي يجب عليه شرح المقياس والغاية من كل بند وبطريقة صياغة البنود ولغتها، وهو مشكل يعود للباحث كذلك¹.

2-المقياس: تؤثر طريقة صياغة بنود المقياس على مدى فهم المبحوث له، وعلى طريقة إجابته على تلك البنود فالكلمات الصعبة المهمة، الغريبة تشكل عائقاً أمام الفهم الصحيح المعنى المراد كما أن عدم توضيح الهدف من القياس والطريقة التي يجب على المبحوث أن يجيب بها تجعل المبحوث محتاراً ومرتبكاً، ويستغرق وقتاً طويلاً لفهم طريقة الإجابة، قد يكون أكثر من الوقت الذي يستغرقه في تحديد اتجاهه، أو قد تجعله يمل ويمتنع عن الإجابة

3-الموقف الذي يطبق فيه المقياس: تشكل بعض المواقف ضغطاً على المبحوث يقلل من موضوعيته في الاستجابة، خاصة إذا أحيط بأفراد يكره أن يعرفوا اتجاهه نحو الموضوع المدروس أو يخاف من ذلك، كان تستجوب سبعونا حول طبيعة علاقته مع رئيسه في حضور الرئيس وقد يجرى استجواب المبحوث في موقف في زمان ومكان غير ملائمين {وقت العمل. وقت الغداء، في الحافلة ...}، لذا ينصح باختيار الموقف المناسب واستبعاد كل العوامل التي تؤثر على المبحوث قدر الإمكان².

¹عبد الحلیم محمود السید وآخرون، علم النفس المعاصر، الإسكندرية، مصر، 2000، ص-ص 66-67.

²عبد الحلیم محمود السید وآخرون، نفس المرجع، ص 68.

المبحث الثاني: أبعاد المقاولاتية وريادة الأعمال في الجزائر

المطلب الأول: الثقافة المقاولاتية

* أولاً: مدخل للثقافة المقاولاتية

المقاولة: لا تُفهم فقط كتنظيم وهيكل قانوني واقتصادي واجتماعي، بل هي مسار يتضمن عدة مراحل تتطلب استخدام منطق مقاولاتي من الفكرة إلى التأسيس وبدء النشاط الفعلي. فالروح المقاولاتية لا تنحصر في الشخص الذي يقود المشروع، بل هي جوهر الشخصية التي يحملها المقاول بطبيعته إلى جانب ذلك، تأتي البيئة المحيطة بالمشروع - الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والقانونية والتكنولوجية - كعنصر أساسي يؤثر مباشرة على النشاط المقاولي هذه التركيبة المعقدة تُشكل عاملاً حيوياً وحاسماً في تعزيز ثقافة المقاولات أو تقييدها¹.

ويمكن تعريف ثقافة المقاولة بأنها مجموع القيم التي تتكون في الذاكرة الجماعية للأفراد والجماعات والتي تحدد اتجاهاتهم وسلوكياتهم تجاه الفعل المقاولاتي.

يمكن استنتاج أن هذه الثقافة تتجسد من خلال **العوامل الثلاثة الرئيسية:** الأسرة، المدرسة، والمؤسسة. يُمكننا التفكير في ثقافة ريادة الأعمال كنظام، حيث تتألف من مجموعة متنوعة من العناصر، بما في ذلك الأفكار، القيم، الموارد، المعرفة، والخبرات. تتضمن هذه العناصر عمليات الإنشاء والتفاعل بين المكونات المختلفة، وترجم في النهاية إلى سلوكيات، وإجراءات استراتيجية ومنتجات، وخدمات، وصورة المؤسسة.

ويلخص نموذج J.P Sabourin et Y. Gasse مفهوم الثقافة المقاولاتية، حيث يبرز المراحل التي تقود لبروز وظهور المقاولين بين فئة المتعلمين وبالأخص الذين تابعوا تكوين في مجال المقاولاتية حيث ومن خلال تحليل ثمانية برامج تكوينية لاحظ الباحثان أنه توجد علاقة إيجابية بين التوجهات المقاولاتية للفرد والإمكانات المقاولاتية يهية القائلة: "لكل شعب ثقافته" بمعنى لكل شعب طريقة معينة في الحياة².

أما عن العوامل التي تؤثر على هذا النموذج فتنقسم إلى ثلاث مجموعات:

1- المسبقات: وتمثل مجموع العوامل الشخصية والمحيطية التي تشجع على ظهور الاستعدادات عند الفرد حيث لاحظ الباحثان بأن الطلبة الذين لديهم آباء يعملون لحسابهم الخاص لديهم إمكانيات مقاولاتية أكبر بالمقارنة مع الآخرين.

2- الاستعدادات: وهي مجموع الخصائص النفسية التي تظهر عند المقاول. وهي المحفزات المواقف، الأهلية والفائدة المرجوة، والتي تتفاعل في ظل ظروف ملائمة لتتحول إلى سلوك.

¹Williams, Keywords: **A Vocabulary of Culture and Society** fontana Groon Helm London, 1976, p 80.

²سفيان بدلاوي، **ثقافة المقاولة لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية بولاية تلمسان**، أطروحة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع التنمية البشرية، جامعه أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2004-2015، ص 20.

3- تجسيد الإمكانيات والقدرات المقاولاتية في مشروع: وهذا يكون تحت تأثير الدوافع المحركة والتي تشمل العوامل الإيجابية وعوامل عدم الاستمرارية (الإنقطاع)، فكلما زادت كثافة الدوافع المحركة فهي تشجع الأفراد أكثر على خلق المشاريع، والأفراد الذين يملكون إمكانيات وقدرات مقاولاتية أكبر فهم يحتاجون لدوافع محركة أخف¹.

ثانياً: ثقافة المقاولاتية كطريق للتنمية

تساهم ثقافة المقاولاتية وبدرجة كبيرة في الرفع بتطور اقتصاديات الدول والتنوع في المنتجات والسلع، كما تلعب مختلف المؤسسات دوراً بارزاً في تفعيل آليات الفعل المقاولاتي وذلك من خلال:

1- الجامعة، البحث العلمي والمقاولاتية

في الدول التي تهدف إلى تحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي، يعد تعزيز ثقافة ريادة الأعمال أمراً ضرورياً لنجاح هذا الهدف. فبدون هذه الثقافة، يصعب خلق بيئة استثمارية مناسبة أو حل المشاكل الاجتماعية والاقتصادية، وخاصة فيما يتعلق بالتوظيف. وتأتي أهمية ذلك في ظل البيئة الاقتصادية العالمية التنافسية، حيث يكتسب القطاع الخاص أهمية متزايدة. يتناول النقاش البحث العلمي ودور المقاولاتية في ثقافة المجتمع، من خلال التركيز على العلاقة بين البحث العلمي والبيئة الاقتصادية والاجتماعية. يشدد على أهمية التوعية بهذه العلاقة لتعزيز دور الجامعات في تطوير المقاولاتية وتعزيز التنمية في جميع القطاعات. يُظهر كيف يمكن لهذه الوعي أن يساهم في تحول المقاولاتية إلى كيان اقتصادي ومشروع استثماري، وكذلك في تعزيز التكامل الاجتماعي من خلال دمج خريجي المؤسسات التعليمية في سوق العمل. في سياق علاقة الجامعة ومؤسسات البحث بالمقاولاتية، لا يقتصر الأمر على توفير التعليم والفرص العملية فقط، بل يتعداه إلى تنمية روح المبادرة والابتكار. وهذا يظهر بوضوح من خلال ما يعرف بالابتكار التكنولوجي، حيث يتجلى القيادة والتميز في مجال الاختصاص، مما يفتح الباب أمام النجاح الفعلي والمستدام².

¹ الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال تعليم المقاولاتي، أطروحة دكتوراه، علوم في علوم تسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر 2014-2015، ص 16.

² مصطفى محسن، التربية وتحولات عصر العولمة، مدخل للفقد والاستشراف، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، ص-ص 19-54.

ويمكن أن نوضح أهمية ذلك من خلال المخطط التالي:

شكل رقم (8) يوضح تفاعلية البحث العلمي مع ثقافة المقاوله..



المصدر: مصطفى محسن 19

من خلال هذه الأسس، يظهر أن التفاعل بين المؤسسات الجامعية والبحثية بشكل عام مع المقاوله يشكل الأساس لتحقيق التنمية البشرية المستدامة. فتميز أهمية الريادة والعمل المستقل في خلق فرص العمل وتمويل المجتمع من خلال المنتجات والخدمات التي يقدمها. وبما أن الشباب يسهمون بشكل كبير في هذه العملية، فإن تشجيع روح المبادرة والإبداع لديهم يدفعهم نحو ابتكار أفكار وحلول جديدة، وبالتالي ينمي ثقافة المقاوله بينهم. وهذا يسهم في تحسين التوجهات الاجتماعية نحو ريادة الأعمال، مما يعزز فكرة أنها خيار مهني مستدام.

في البلدان النامية، وخاصة في الوطن العربي والجزائر بشكل خاص، يلجأ العديد من خريجي الجامعات والمعاهد وحتى الباحثين، الذين يتمتعون بمواهب في مجال تخصصهم وأبحاثهم، إلى العمل في مؤسسات قد تكون كبيرة، ولكن في مجالات تختلف في بعض الأحيان عن اهتماماتهم وخبراتهم الأساسية. على الرغم من كفاءتهم وامتيازهم، إلا أن هذا الانتقال لا ينتج عنه قيمة مضافة مستدامة مثل تلك التي يمكن أن يحققوها في مجالاتهم الأصلية وأبحاثهم الخاصة. وبالتالي، فإن ما يلاحظ في واقعنا هو أن المسارات المهنية العلمية غير مجدية في ظل بيئة تتسم بالتحديات العلمية والتكنولوجية، التي لا يمكن مواجهتها إلا من خلال الإبداع والتجديد التكنولوجي..

لماذا يُفضّل الطلاب والباحثون المتميزون وذوو المواهب الانتقال لإكمال دراستهم وأبحاثهم في الخارج، خصوصاً في الولايات المتحدة الأمريكية؟ ببساطة، لأنهم يسعون إلى العثور على بيئة تعليمية تُحفز على الإبداع والابتكار، الذي يعتبر غائباً في النظام التعليمي والتكويني في بلادهم. يسعون إلى تحقيق طموحاتهم الأكاديمية والمهنية في بناء مسار مهني دائم ومستدام.

الحلقة الغائبة في مؤسساتنا العلمية البحثية وفي مشاريعنا المجتمعية هي التفاعل المترابط والمتناغم بين الجامعات والبحث العلمي وروح المقاوله، وهو ما يمثل القيمة المضافة الحقيقية لهذا المسار. على سبيل المثال، في النظام التعليمي الألماني الأمريكي المعروف باسم نظام الأنجلو ساكسوني، يتم تشجيع طلاب الدكتوراه على تطوير مهاراتهم في البحث والابتكار وروح المبادرة في خلق وتأسيس المؤسسات الجديدة.

طلاب الماجستير والدكتوراه لديهم فرصة فريدة تسمى "فرصة التتابع البحثي"، حيث يمكنهم دمج البحث مع التدريس وإنتاج منتجات، مما يؤدي إلى إنشاء مشاريع مقبولة. هذا النوع من البحث يفتح أبواباً جديدة للأسواق، ويخلق فرص عمل، ويوسع دائرة الاستهلاك، ويتم ذلك ضمن إطار أكاديمي حيث يكون التحسيس والمتابعة وروح المقابلة من أهمية بالغة¹.

2- عناصر تنمية ثقافة المقابلة:

من خلال تحليلنا لعلاقة الجامعة بالبحث في مجال المقابلة، توصلنا إلى النقاط الرئيسية لتطوير ثقافة ريادية. تلك النقاط تتمثل في التوعية وتعزيز الوعي بأهمية ريادة الأعمال من خلال تنمية المهارات الريادية (وفي ذلك الإطار: البرامج التعليمية، والمسارات المهنية والأكاديمية، وورش العمل). يأتي بعد ذلك التقدير، أي تعزيز الممارسات الريادية وتشجيع السلوكيات الإبداعية. من خلال اعتماد وتأييد مجموعة متنوعة من الأفكار وتجهيزها وتنفيذها كمشاريع، تكمن جوهرية هذه العلاقة في فتح الجامعة أبوابها أمام بيئة تشجيع إنشاء المؤسسات، بهدف تحويل الأفكار والمشاريع إلى أفعال فعّالة وتنفيذها، وجذب الدعم اللازم. وبالتالي، يبرز أن العلاقة بين الجامعة ومؤسسات البحث في سياق ريادة الأعمال تتجسد من خلال ثلاث مراحل: الإحساس بالتدريب، الدعم، والمتابعة..

من خلال هذه النقاط، نتحدث عن تنمية روح ريادية داخل المؤسسات الجامعية ومراكز البحث، حيث يتم تأهيل رواد الأعمال من خلال هذا النهج ليمتلكوا رأس مال اجتماعي متميز يتألف من ثلاث مكونات رئيسية: البعد المعرفي، البعد العلائقي، والبعد المالي. في الجزائر، لا تزال مشكلة تفاعل الجامعات والمؤسسات البحثية مع القطاع الاقتصادي، وبشكل خاص مع الشركات، ماثلة بقوة. بالإضافة إلى ذلك، هناك نقص واضح في تضمين ثقافة ريادة الأعمال ضمن مناهج التعليم والتدريب باستثناء بعض التجارب الملموسة مثل تجربة جامعة منتوري بقسنطينة، التي كانت رائدة في هذا المجال منذ عام 2006، حيث أنشأت داراً لريادة الأعمال تعنى بتنظيم فعاليات وندوات للمهتمين بتأسيس الشركات، بالإضافة إلى تدريس مادة ريادة الأعمال في جميع أقسامها. وتلتها جامعات أخرى مثل جامعة تلمسان، التي أطلقت مسارات تدريبية في مجال ريادة الأعمال والابتكار في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم الإدارة، في مراحل الليسانس والماجستير².

¹ doval, le changement la culture entrepreneuriale vers le développement durable, document, universite, spru hart, faculté de mongement Brasov, Lc Babes, no/bl, Sc ap 8.500435. Roumanie, p-p 288-293.

² مصطفى محسن، مرجع سابق، ص 68.

3- حاضنات الأعمال كآلية للتنمية والتطوير

تعتبر الحاضنات، في إطارها المتكامل من المكان، والتجهيزات، والخدمات، والتسهيلات، وآليات الدعم، والاستشارة والتنظيم، مؤسسات مخصصة لمساعدة رواد الأعمال في إدارة وتنمية المنشآت الجديدة، سواء كانت متخصصة في البحث والتطوير أو الإنتاج أو الخدمات. وتتمثل هذه الرعاية والدعم في فترة زمنية محددة، تقل عادة عن سنتين، بهدف تقليل المخاطر العادية وتوفير فرص أكبر للنجاح. يُعرّف نبيل محمد شلبي الحاضنات الأعمال بأنها "منظومة متكاملة تعني بكل مشروع صغير كما لو كان وليدًا يحتاج إلى رعاية فائقة واهتمام شامل".، لذا، يحتاج إلى بيئة داعمة تستضيفه منذ البداية لتحميه من المخاطر المحتملة وتمنحه القوة والمرونة اللازمة للنمو والتطور. وبتقديم الدعم المستمر، يتسنى له بناء قدراته تدريجياً حتى يكون قادراً على تحقيق النجاح والتألق في المستقبل، مزوداً بالأدوات والموارد اللازمة لتحقيق أهدافه¹.

من هذا يظهر أن الحاضنات تشكل وسيلة لمساعدة الشركات الناشئة على البقاء والنمو خلال فترة الإنطلاق، حيث تقدم دعماً في مجالات الإدارة، وتوفير وسيلة للحصول على التمويل، بالإضافة إلى الدعم الفني. وتؤكد العديد من الدراسات أن الشركات الصغيرة في الدول المتقدمة والتي شهدت نمواً اقتصادياً ملحوظاً خلال العقود الثلاثة الماضية، نجحت بشكل أكبر وبوتيرة أسرع من نظيراتها في الدول الأخرى، وذلك بفضل وجود الحاضنات التي قدمت لها ولأصحابها الدعم اللازم وتوفرت لهم مجموعة من الخدمات ضمن بيئة ملائمة لهذا الغرض².

تتمثل أهمية حاضنات الأعمال في تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات للشركات المنضمة إليها، مثل توفير برامج التدريب والتطوير لتعزيز مهارات ريادة الأعمال، والاستفادة من التكنولوجيا وتطبيقاتها المختلفة. وفي الحاضنات المتصلة بالجامعات ومراكز البحث، يمكن الاستعانة بالمختصين والباحثين والطلاب لتقديم الخدمات عبر التعاون أو الاستشارات، وحتى المشاركة في البحوث وخدمات التسويق. على سبيل المثال، توفر الحاضنات التقنية البنية التحتية الأساسية من مختبرات ومعامل وتجهيزات، بالإضافة إلى الأجهزة والبرمجيات وخدمات تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصالات الضرورية. بعض الحاضنات التقنية الصغيرة تقوم بتوفير البنية التحتية اللازمة للشركات المنضمة إليها عبر التعاون مع الجامعات ومراكز البحث، وهيئات نقل التقنية. وتُوفر هذه الحاضنات البنية التحتية للشركات المنضمة لها في المناطق التقنية، سواء عبر المناطق نفسها أو بالتنسيق مع الجامعات ومراكز البحث، ومقدمي الخدمات الداعمة للمشاركين بها³.

بالنسبة للحاضنات المرتبطة بالجامعات، وخاصة تلك التقنية، فإنها تركز على تطوير التكنولوجيا ونقل المعرفة، وتعزيز تطور المنشآت المتخصصة في هذا المجال. كما تهدف إلى دعم وتشجيع الباحثين والأكاديميين في الجامعات ومراكز البحث ليصبحوا رواد

¹ عبد الرحمن بن عبد العزيز مازي، حاضنات الاعمال الآداب فعالة للنمو الاقتصادي توفر البيئة اللازمة لرعاية ونجاح المنشأة الصغيرة واصحابها من رواد الأعمال، العدد 884، جريدة الوطن، المملكة العربية السعودية، مارس، 2003.

² نبيل محمد شلبي، نموذج مقترح لحاضنة تقنية في المملكة العربية السعودية، ندوة واقع ومشكلات المنشأة الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها والغرفة التجارية الصناعية، بالرياض، 2010/9/8، 2022.

³ محمد بن بوزيان، طاهر زياتي، دور التكنولوجيا الحاضنات في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المؤتمر الدولي متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعه الشلف، الجزائر، 17 / 18 ابريل 2016، ص 530.

أعمال، من خلال توفير التدريب وتنمية المهارات، وتقديم الاستشارات والخدمات اللازمة. على سبيل المثال، استفادت أكثر من 300 شركة من تجربة الحاضنات المرتبطة بالجامعات في المملكة المتحدة بين عامي 200 و2010، حيث كان لها دور كبير في إطلاق هذه الشركات، ويشكل خريجو جامعة كامبريدج نحو 40% من شركات التقنيات البيولوجية المدرجة في بورصة لندن. تجربة الجزائر في مجال حاضنات الأعمال تعتبر متأخرة إلى حد ما مقارنة ببعض الدول النامية والعربية مثل الأردن، السعودية والإمارات، حيث لم يصدر مرسوم ينظم نشاط الحاضنات حتى عام 2003، باستثناء قانون 180/01 الذي تضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عام 2001، والذي أشار إلى فكرة المشاتل الصناعية. وعلى الرغم من ذلك، فقد عملت وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار (التي تسمى حالياً بوزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة) على إنشاء 11 حاضنة، بالإضافة إلى أربع ورشات ربط في الجزائر، قسنطينة، سطيف، ووهران.

المطلب الثاني: المقاول

أولاً: كفاءات ومهارات المقاول

تتمثل كفاءات المقاول ومهاراته الشخصية والتقنية والفنية فيما يلي:

*الكفاءات المقاولاتية الشخصية

بحسب شومبيتر يعد المقاول محور التنمية الاقتصادية، حيث تتطلب مكانته في الدولة التفاني في روح المخاطرة والبحث عن الكفاءات

الشخصية التي تدعم نجاح المؤسسة في سياق يتخللها التحدي والغموض يجب:

- الاستعداد والميل نحو المخاطرة.
- الرغبة في النجاح.
- الثقة بالنفس والتفاؤل.
- الإندفاع للعمل.
- الاستعداد الطوعي للعمل لساعات طويلة.
- الالتزام، وهو عدم التخلي عن التخطيط للأنشطة المختلفة وعدم التراجع.
- المنهجية في العمل والتنظيم.
- مهارات الإبداع¹.

¹فايز جمعة صالح عبد الستار محمد العلي وآخرون، نفس المرجع، ص 10.

* كفاءات إدارة الأعمال

إن التحكم في هذه الكفاءة من الصعب أن تتوفر في جميع المقاولين حيث أن المقاول هو شخص أكتسب المعرفة بشكل مختلف من مقاول لآخر، قد نجد هناك مقاولين تلقوا تكويناً في الطب أو الكيمياء ولكن ثبت اختيارهم المهني علة مجال الأعمال الحرة المقاولاتية واحتراف إدارة الأعمال. وعرف روبرت ايشينغفر عشر كفاءات لإدارة الأعمال من خلال دراسة قام بها للوكالة الأمريكية

للاستشارة وهي كالتالي:

- الكفاءات الأخلاقية.
 - كفاءات في التوجيه نحو النتيجة.
 - الإبداع.
 - القيادة.
 - التوجه نحو الزبون.
 - إدارة الأفراد.
 - الكفاءات التكاملية.
 - قدرة الاتصال.
 - كفاءات وظيفية تقنية¹.
- ومن أهم كفاءات إدارة الأعمال التي يجب أن تتوفر في المقاول هي:
- وضع الأهداف والتخطيط.
 - صنع القرار.
 - العلاقات الإنسانية.
 - التسويق (الكفاءات التسويقية)².
 - التحكم في وظائف المؤسسة وتشمل ما يلي:
 - العمليات الإنتاجية.
 - إدارة الموارد المالية.
 - إدارة الموارد البشرية.
 - الإدارة والصرف.
 - تنظيم النمو³.

¹Louvan Beirendoch, **management des compétences (évaluation développement gestion)** op.cit, p 29.

²زياد مراد، **الريادة والابداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة الملتقى الدولي حول المقاولاتية (التكوين وفرص الاعمال)**، بسكرة، الجزائر، 6 // 7
8 افريل 2010، ص 168.

³سعاد نايف البرنوطي، **إداره الأعمال الصغيرة (أبعاد الريادة)**، دار وائل للنشر، 2005، ص 977.

* الكفاءات التقنية والتكنولوجية

- عموماً، يُعتبر مصطلح "المهارات التقنية" إشارة إلى مجموعة من الكفاءات والمهارات التي تُمكن الأفراد من التكيف مع التقدم التكنولوجي، مثل استخدام الأجهزة الحاسوبية، والتصفح عبر الإنترنت واستخدام التكنولوجيا ذات الصلة. تشمل هذه المهارات أيضاً القدرة على تبني سلوكيات شخصية متميزة. ومن بين هذه المهارات يمكن ذكر مايلي¹:
- الكتابة.
 - القدرة على الاتصال.
 - مراقبة البيئة.
 - إدارة الأعمال التقنية.
 - الإصغاء.
 - المعرفة بالتكنولوجيا ومستحدثاتها.
 - الشخصية السلوكية.
 - القدرة على التنظيم.
 - العمل ضمن فريق.

ويمكن القول بأن التعلم هو بداية لمراحل طويلة والتي تؤدي بنا إلى ردود الأفعال الإستراتيجية أقرب ما تكون ثقافية أو تقنية، من خلال مقال lemoigne 1997 الذي قال " أن تعمل من أجل، والمعرفة من أجل، التصرف من أجل الفهم والفهم من أجل التصرف التفكير في وقت واحد بطريقة المعرفة وكيفية العمل مع البحث بصبر، لربط العمل بالمعرفة وبطريقة نظيفة أفعاله ومعرفته معرفة العمل، هو العمل على المعرفة، بكل معاني الكلمات"².

ثانياً: تأثير المعتقد الديني على تصورات وسلوكيات المقاوم الجزائري الشاب

تأتي الديانة بدور مهم في توجيه السلوك البشري، حيث تُعتبر الأديان عنصراً أساسياً في الساحة الثقافية والاجتماعية وتمتلك تأثيراً كبيراً على تصرفات أفراد المجتمع وأفراد الجماعة، بما في ذلك رواد الأعمال. يُلاحظ هذا بشكل واضح على مستوى الثقافة الوطنية في بعض المجتمعات، حيث يلعب الدين دوراً اجتماعياً بارزاً. من بين سمات المقاومين الشباب التي تُميزهم، هو ربطهم بين الدين والمال والربح، مع وعيهم بوجود حدود في هذا الربط. يظهر تأثير التصورات الدينية على تفادي الشباب للقروض البنكية كمظهر من مظاهر هذا الربط. بالإضافة إلى ذلك، ينظرون الشباب إلى النجاح - سواء كان اقتصادياً أو اجتماعياً - كمظهر للبركة المرتبطة بالعمل والإنجاز بدرجة أكبر من ارتباطها بالأشخاص. يُشير اتجاه عام أيضاً إلى أن العائلة تُعتبر فعلاً مصدراً للنجاح الاجتماعي والبركة هذه الفكرة تُعتبر دافعاً للمقاوم الجزائري المتدين حيث يعتبر العمل بمثابة إحدنا نواع العبادة بالنسبة له.

¹ سعد نايف البرنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة، دار وائل للنشر، 2010، ط 03، ص 28.

²Stéphane Marion, Xavier Noel, Sylvie Sammut, Patrick Sécicourt, Réflexions sur les outils et les méthodes à l'usage du créateur d'entreprise, Les Editions de l'Adreg, 2003, p20.

كما توجد دافعية أخرى للشباب الجزائري المقاتل من حيث اتجاهات القوية نحو الاعتقاد بالقدرية، حيث درجة ارتباط قوية ومتينة بين درجة القدرية، وطبيعة الدوافع، الأمر الذي يؤكد ما توصل إليه كل من Charles Hampden-Turner et Fons Trompenaars فكلما كانت درجة تأثير الثقافة القدرية كبيرة كانت الدوافع آتية من المصادر الخارجية الجماعية أو المجتمعية أي تأثير الثقافة المجتمعية على الدافعية وبالتالي عناصر الدرية المقاولاتية هي مصدر ملقح بالعوامل الخارجية المرتبطة بثقافة المجتمع الأصلي.

من كل هذا يبدو لنا صيغة هي أقرب لما توصل إليه محمد مادوي حول الشخص الذي يرى في عمله "عبادة من أكبر العبادات" يسعى للربح، "المقاتل المتدين الاقتصادي من خلال طموحه لتحقيق الثروة وريح اجتماعي-رمزي حيث يتكفل بالعائلة خاصة الوالدين يتصدق و"يزكي" لأجل أجر وثواب رباني هذا الواقع فسره بعض المفكرين المشاركة بالدور الذي يلعبه المقاتل والرأسمالي المسلم في تعزيز "الأخلاق الإسلامية للعمل"¹.

المطلب الثالث: الإطار العام للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولاً: مفهوم الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يعرف القانون 18/01 المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كان وضعها القانوني بأنها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات، تشغل من 01 إلى 250 عامل، ولا يتجاوز رقم أعمالها 02 مليار دينار جزائري أو لا تتجاوز حصيلتها السنوية 500 مليون دينار جزائري وتستوفي معايير الاستقلالية².

ثانياً: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس شكلها القانوني

تنقسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى عدة أنواع، تختلف أشكالها باختلاف المعايير المعتمدة في تصنيفها، هذه المعايير نجتمعها في النقاط التالية:

- طبيعة توجه هذه المؤسسات.
- أسلوب تنظيم العمل.
- مجال العمل.
- الشكل القانوني.
- طبيعة المنتجات.

¹ لعور صندرة، العايب ياسين، الذكاء الاقتصادي كآلية لدعم ثقافة المقاول في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ص 07.

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، المادة 07/05 من القانون 18/01 المؤرخ في 2001/12/12 الذي يتضمن القانون توجيهي ترقيته المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، العدد 77.55 ديسمبر 2001، ص 6.

1 - تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس توجهها:

يعتبر قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قطاعا شاملا ومميز فيه العديد من الأشكال أو الأنواع وذلك حسب توجهها، ومن بين أهم هذه الأنواع نجد:

- **المؤسسات العائلية:** تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العائلية بكون مكان إقامتها المنزل وتستخدم في العمل الأيدي العاملة العائلية. يتم إنشائها بمساهمة أفراد العائلة وتنتج منتجات تقليدية للسوق بكمية محدودة وعادة ما تكون عملياتها الإنتاجية غير مكلفة.

- **المؤسسات التقليدية:** يقترب أسلوب التنظيم للمؤسسات التقليدية من النوع الأول من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في كونها تستخدم العمل العائلي وتنتج منتجات تقليدية أو قطاعا لفائدة مصنع ترتبط به في الشكل تقاعد تجاري، قد تلجأ هذه المؤسسات أيضا في عملها إلى الاستعانة بالعامل الأجير وهي صفة تميزها بشكل واضح عن المؤسسات المنزلية ويميزها أيضا عن هذه الأخيرة كون مكان إقامتها هو محل مستقل عن المنزل، حيث تتخذ ورشة صغيرة مع بقاء اعتمادها على أدوات البسيطة في تنفيذ عملها.

إن النوعين السابقين من المؤسسات يعتمدان على كثافة عمل أكبر في الإنتاج بينهما التجهيزات تكون بكميات أقل نسبيا وقليلة التطور من الناحية التكنولوجية، ولهذا فإن معدل التركيب العضوي لرأس المال يكون فيها منخفضا سواء من الناحية التسيير الإداري أو من ناحية النظام المحاسبي أو التسويقي بالبساطة الكبيرة¹.

- **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتطورة وشبه المتطورة:**

تتميز هذه المؤسسة اتع غيرها من الأنماط السابقة بتوجهها نحو اعتماداً ساليب الإنتاج الحديثة، سواء من خلال التوسع باستخدام رأس المال الثابت أو من خلال تنظيم العمل بشكل فعال أو حتى من خلال تصنيع منتجاتها بطريقة منظمة وفقاً لمعايير صناعية متطورة، وذلك بناءً على تحليل للاحتياجات العصرية. بالطبيعة، تختلف درجة تبني هذه التقنيات بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات النضج المتوسط منجهة، وبين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات النضج المتقدم منجهة أخرى. بالنسبة لهذا النطاق المتنوع من المؤسسات، يركز مسؤولو سياسات التنمية في البلدان النامية على توجيه سياسته من حول تعزيز وتنشيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وذلك من خلال:

- ✓ العمل على تحديث قطاع المؤسسات الحرفية والمنزلية المتواجدة بإدخال أساليب وتقنيات جديدة واستعمال الأدوات والآلات المتطورة.

- ✓ إنشاء وتوسيع أشكال جديدة ومتطورة وعصرية من المؤسسات من خلال الاستعمال والاعتماد على أساليب الحديثة في التسيير².

¹مكاحلية محي الدين، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المحلية حالة ولايتي قالمة وتبسة، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم التجارية جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2014-2015، ص 74.

² مكاحلية محي الدين، نفس المرجع، ص 75.

2- تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس مجال العمل:

يمكن تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب القطاعات الاقتصادية التالية:

- **مؤسسات إنتاجية:** وهي تنقسم بدورها إلى مؤسسات تنتج سلعا استهلاكية ومؤسسات تنتج سلعا وسيطة أو كما تعرف بالسلع الإنتاجية التي تدخل في إنتاج سلع أخرى.
- **مؤسسات خدمية:** وهي المؤسسات التي تقدم مختلف الخدمات وعادة ما تتجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى هذا النوع من المؤسسات.
- **مؤسسات تجارية:** يقصد بها المؤسسات التي تخصص في شراء السلع وإعادة بيعها محفقة هامش ربح معين كتجارة الجملة والتجزئة.

3- تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس أسلوب تنظيم العمل:

ترتب وحدات الإنتاج على أساس أسلوب العمل بحيث نفرق بين نوعين من المؤسسات المصنعية والمؤسسات غير المصنعية كالآتي:

- **المؤسسات غير المصنعية:** تجمع المؤسسات غير المصنعية بين نظام الإنتاج العائلي والنظام الحرفي، إذ يعتبر الإنتاج العائلي الموجه للاستهلاك الذاتي أقدم شكل من حيث تنظيم العمل ومع ذلك يبقى يحتفظ بأهميته حتى في الاقتصاديات الحديثة. أما الإنتاج الحرفي الذي ينشطه الحرفي بصفة إنفرادية أو بإشراك عدد من المساعدين يبقى دائما نشاط يدوي يصنع بموجبه سلعا ومنتجات حسب احتياجات الزبائن.
- **المؤسسات المصنعية:** تتميز المؤسسات الصغيرة والمصنعية على صنف المؤسسات غير المصنعية من حيث تقسيم العمل إذ تعتمد المؤسسات المصنعية في العمليات الإنتاجية التسييرية على استخدام الأساليب الحديثة، كما تتميز عن المؤسسات غير المصنعية أيضا من حيث طبيعة السلع المنتجة واتساع أسواقها.
- **المؤسسات المقاوله:** لقد أصبحت المقاوله إحدى السمات المميزة والمرافقة للعمولة حيث تحل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل المؤسسات الكبيرة، هذه الأخيرة عجزت عن التكيف مع الأوضاع الجديدة بل تحولت إلى أجزاء صغيرة داخل المؤسسات الأخرى في شكل مقاولات حيث اكتشف المنتجون أن بمقدورهم الإقتصاد في التكاليف في حالة ما إذا لجئوا إلى استخدام مؤسسات صغيرة مختصة تنتج لهم ما يحتاجونه من معدات¹.

¹ ضياء الموسوي، العولمة واقتصاد السوق الحرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2023، ص 59.

ثالثاً: أساليب دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن من أهم التساؤلات التي تطرحها عملية الانتقال إلى إقتصاد السوق هو سبل تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتفعيل دورها حتى تتمكن من أداء دورها في التنمية، ولما لهذه المؤسسات من أهمية بالغة في الاقتصاديات المعاصرة اتخذت الجزائر العديد من الآليات الهادفة إلى تنمية هذا القطاع وتمثل هذه الآليات فيما يأتي من الفروع التالية:

1- إنشاء هيئات داعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من أهم هذه الآليات نجد:

* وزارة الصناعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار "MIPMEPI":

في إطار تنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أنشأت الجزائر في سنة 1991 وزارة منتدبة مكلفة بهذا النوع من المؤسسات لتتحول إلى وزارة بموجب المرسوم رقم 211/94 المؤرخ في 18/07/1994 لتوسيع صلاحيات هذه الوزارة بموجب المرسوم رقم التنفيذي رقم 190/00 المؤرخ في 11 جويلية 2000. تم بموجب التعديل الحكومي المقرر بتاريخ 28 ماي 2010 ثم إنشاء وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار لترافق إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹.

* الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب "ANSEJ":

وهي هيئة وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية والاستقلال المالي، وهي تسعى لتشجيع كل الصيغ المؤدية لإنعاش قطاع التشغيل الشبابي من خلال إنشاء مؤسسات مصغرة لإنتاج السلع والخدمات، وقد أنشئت سنة 1996، ولها فروع جهوية وهي تحت سلطة رئيس الحكومة ويتابع وزير التشغيل الأنشطة العملية للوكالة الوطنية بالمهام التالية:

- تشجيع كل الأشكال والتدابير المساعدة على ترقية تشغيل الشباب من خلال برامج التكوين والتشغيل والتوظيف الأول.
- تقوم بتسيير محصنات الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب ومنها الإعانات التخفيضات في نسب الفوائد.
- تتابع الاستثمارات التي ينجزها الشباب أصحاب المشاريع في إطار احترامهم لبنود دفتر الشروط.
- إتاحة المعلومات الاقتصادية والتقنية والتشريعية والتنظيمية لأصحاب المشاريع لممارسة نشاطاتهم.
- تقديم الاستثمارات لأصحاب المشاريع والمتعلقة بالتسيير المالي وتعبئة القروض.
- إقامة علاقات مالية متواصلة مع البنوك والمؤسسات المالية في إطار التركيب المالي لتمويل المشاريع وإنجازها واستغلالها
- تكلف جهات مختصة بإعداد دراسات الجدوى وقوائم نموذجية للتجهيز وتنظيم دورات تدريبية لأصحاب المشاريع لتكوينهم وتحديد معارفهم في مجال التسيير والتنظيم².

* الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار "ANDI":

¹ شريف بقصب، علي بوعبد الله، واقع وفاق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول واقع وفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعه الوادي، الجزائر، يومي 05/06/2013، ص 06.

² صالح صالح، أساس تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 03، 2004، ص - ص 32-33.

الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أنشئت سنة 2001 في شكل شبك وحيد غير ممرکز موزع عبر 48 ولاية على مستوى الوطن، وتحوّل الوكالة القيام بجميع الإجراءات التأسيسية للمؤسسات وتسهيل تنفيذ مشاريع الاستثمار التي قد تكون في شكل إنشاء مؤسسات جديدة أو توسع قدرات الإنتاج أو إعادة تأهيل وهيكلّة المؤسسات، ويستفيد المستثمر في إطار هذه الوكالة من تخفيض الرسوم الجمركية المفروضة على التجهيزات المستوردة وكذا من تسديد الرسم على القيمة المضافة المفروضة على السلع والخدمات التي تدخل مباشرة في تحسيد الاستثمار.

*** الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة "CNAC":**

هذا الصندوق الذي أنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 188/94 المؤرخ في جويلية 1994 مهمته دعم العمال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 35 و50 سنة والذين فقدوا مناصب عملهم بسبب إعادة الهيكلة للإقتصاد في مرحلة التسعينات، كما أوكلت له مهمة تدعيم هؤلاء البطالين بخلق نشاط خاص بهم لإعادة إدماجهم بعد أن يقدم لهم تكوينا خاصا في المجالات المهنية التي عليها طلب في السوق العمل¹.

*** صندوق الضمان المشترك للقروض المصغرة "ANGEM":**

أنشأ هذا الصندوق بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-16 المؤرخ في 22 جانفي 2004 وهو بمنزلة آلية جديدة لضمان مخاطر القروض المصغرة، إذ يختص بضمان القروض التي تقدمها البنوك التجارية والمؤسسات المالية المنخرطة مع الصندوق بنسبة 85% من الديون وفوائدها في حالة فشل المشروع الممول، كما أنها تؤدي دورا كبيرا في استحداث المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بوصفها مصدرا مهما من مصادر التمويل ومجموعة من صناديق أخرى، تساهم كلها في إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها بفضل الدراسات المقدمة، والمتابعة المستمرة لنشاطاتها من أجل استمراريتها كما تساهم في استثماراتها المستقبلية في بعضها.

*** وكالة التنمية الاجتماعية:**

وهي مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أنشأت سنة 1994 وهي تحت الإشراف المباشر لرئيس الحكومة، تسعى لتقديم قروض مصغرة للتخفيف من أشكال الفقر والحرمان. ومن أهم وظائفها نذكر:

- ترقية وتمويل الأنشطة ذات المنفعة الاقتصادية والاجتماعية التي تتضمن استخداما كثيفا للعمالة.
- تطوير وتنمية المشروعات المصغرة والفردية عن طريق القروض المصغرة الذي يمكن توفير العتاد أو المواد الأولية لممارسة بعض الحرف والمهن لتشجيع العمل الحر، وتطوير الحرف الصغيرة والأعمال المنزلية والصناعات التقليدية للتقليل من الفقر وتحسين المستويات المعيشية. وقد كانت مساهمتها محدودة في مجال مكافحة الفقر عن طريق تطوير بعض الأنشطة الاستثمارية الصغيرة والمتوسط².

*** صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة "FGAR":**

أنشئ الصندوق بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 11/11/2002 بهدف ضمان القروض للاستثمارات التي يجب على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تنجزها كما هو محدد في القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ويتولى الصندوق مالي:

¹ علوي عمار، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية المحلية، مجله العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 10، 2010، ص 182.
² صالح صالح، أساليب تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مرجع سابق، ص 03.

أ- التدخل في منح الضمانات لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنجز استثمارات في الحالات التالية:

- إنشاء المؤسسات.

- تجديد التجهيزات.

- توسيع المؤسسات.

ب- تسيير الموارد الموضوعة، تصرفه وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

ج- إقرار أهلية المشاريع والضمانات المطلوبة.

د- التكفل بمتابعة عمليات تحصيل المستحقات المتنازع عليها.

هـ- متابعة المخاطر الناجمة عن منح ضمان الصندوق.

و- ضمان متابعة البرامج التي تضمنها الهيئات لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ز- ضمان الاستشارة والمساعدة لقانون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من ضمان الصندوق.

كما كلف بالقيام بالمهام التالية:

● ترقية الاتفاقيات المتخصصة بالمخاطر التي تنشط في إطار ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها.

● إعداد اتفاقيات مع البنوك والمؤسسات المالية لصاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وهذا عمل يهدف إلى المصادقة على التدابير المتعلقة بترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتدعيمها في إطار ضمان الاستثمارات¹.

¹ محمد زيدان، الهياكل والأليات الدائمة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 9، ص 926.

رابعاً: دور الذكاء الاقتصادي في المؤسسات الصغيرة المتوسطة

الذكاء الاقتصادي يلعب دوراً حيوياً في استدامة وتوسع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل المنافسة المتزايدة وتسارع التطور التكنولوجي، مما يساهم في توفير الحماية من التهديدات الخارجية واستغلال الفرص، وتكييف المؤسسة مع التحولات الخارجية وبالإضافة إلى ذلك، يساهم الذكاء الاقتصادي في:

يستعمل الذكاء الاقتصادي في تطوير المنتج الجديد وتحسين الأداء واتخاذ القرارات والحصول على الميزة التنافسية.

- خلق التعاون بين المتعاملين الاقتصاديين .

- خلق الروابط بين مختلف المشروعات الصغيرة والمتوسطة والجامعات.

- استغلال المعلومة من طرف المشروعات الصغيرة والمتوسطة من أجل ضمان حماية الممتلكات التكنولوجية.

وفقاً للدراسة التي أجرتها الباحثة الفرنسية **sophielarivet** على عينة تضم 100 مؤسسة صغيرة ومتوسطة، توصلت الدراسة

إلى اكتشاف أن المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي تعتمد على الذكاء الاقتصادي تتميز بالتالي :

- تعتمد بشكل كبير على أنظمة المعلومات، وخصوصاً الإنترنت وبرامج الحاسوب.

- تنتهج منهجاً استراتيجياً يعتمد على التشاركية في تحقيق أهدافها .

- تظهر معدلات نجاح أعلى واستمرارية أكبر

- يثبت أن استخدام الذكاء الاقتصادي ليس مقتصرًا على حجم المشروع أو نوع نشاطه¹.

المطلب الرابع: المقاولاتية الإعلامية

أولاً: مفهوم المقاولاتية الإعلامية { Media Entrepreneurship }

رحلة من الأفكار إلى مؤسسات إعلامية ناجحة تُجسد المقاولاتية الإعلامية رحلة تحويل الأفكار الإبداعية إلى مؤسسات إعلامية صغيرة ذات تأثيرٍ فاعلٍ في المشهد الإعلامي. وتشمل هذه الرحلة مراحل متعددة، بدءاً من التأسيس والتخطيط، مروراً بالنمو والتوسع، وصولاً إلى تحقيق الربحية والاستقلال المالي. يُعدّ الهدف الأساسي للمقاولاتية الإعلامية هو بناء شركات ناشئة إعلامية تتمتع بسمعة طيبة، تجذب العملاء والمستثمرين، وتُساهم في تنوع وتطور القطاع الإعلامي بشكل عام. لذلك، فقد شهدت السنوات الأخيرة ازدياداً ملحوظاً في عدد الدورات والبرامج التدريبية المتخصصة بزيادة الأعمال في مجال الإعلام وتُدْرَس هذه البرامج في العديد من كليات الصحافة والإعلام حول العالم، بما في ذلك الولايات المتحدة الأمريكية، بهدف تزويد الطلاب بالمهارات والمعارف اللازمة لإنشاء وإدارة مشاريعهم الإعلامية الناشئة بنجاح وتُعدّ المقاولاتية الإعلامية خياراً واعداً للشباب الطموح الذين يمتلكون أفكاراً إبداعية ومهارات ريادية، ويسعون إلى ترك بصمتهم في عالم الإعلام².

¹مصطفى بودرمة، واقع الذكاء الاقتصادي في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العدد 01، الجزائر، 2018، ص 305.

²إمينه بن زرة، عطا الله طريف، المقاولاتية الإعلامية نماذج للمشروعات المبتكرة وبرامج الدعم المقاولاتية في الوطن العربي، مجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 01، جامعه قالة والاغواط، الجزائر، 2023، ص 170.

ثانياً: نمو وتطور المشاريع المقاولاتية الإعلامية:

* يمكن القول إن العامل الذي يؤثر بشكل فعّال في نشاط رواد الأعمال الإعلامية ويتربط بشكل وثيق مع تطور الاقتصاد هو كفاءة سوق الإعلام. يعتبر هيكل السوق الإعلامي دوراً حيوياً في تعزيز ازدهار ريادة الأعمال الإعلامية، حيث يوفر مجموعة واسعة من الخيارات لتسويق ابتكارات وإبداعات أصحاب المشاريع الريادية في هذا المجال، وبالتالي فإن كفاءة السوق تعتبر عاملاً بالغ الأهمية في نجاح رواد الأعمال في مجال الإعلام.

* تتنوع مسارات نمو المشاريع الريادية الإعلامية الجديدة، فبينما تسلك بعضها خطى بطيئة، يزدهر البعض الآخر بوتيرة متسارعة وذلك تبعاً لعدة عوامل، أهمها :

طلب السوق: تلعب حاجة السوق واهتمامه بالفكرة الريادية دوراً حاسماً في سرعة نمو المشروع الإعلامي فكلما زادت حاجة السوق للخدمة أو المنتج الذي يقدمه المشروع، كلما ازدادت فرص نموه بشكل أسرع.

رأس المال المستثمر: يؤثر حجم رأس المال المستثمر في المشروع بشكل مباشر على قدرته على التوسع والنمو. فكلما زادت الموارد المالية المتاحة، كلما زادت فرص الاستثمار في التطوير والتسويق، مما يؤدي إلى تسريع النمو .

كفاءة الإدارة: تلعب مهارات الإدارة وخبراتها دوراً هاماً في توجيه مسار المشروع نحو النجاح أو الفشل فكلما كانت الإدارة كفؤة وقادرة على اتخاذ القرارات الصائبة، كلما زادت فرص نمو المشروع الإعلامي بشكل مستدام .

الظروف الخارجية: تتأثر مسارات نمو المشاريع الريادية الإعلامية أيضاً بالعوامل الخارجية، مثل التغيرات الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية فكلما كانت الظروف الخارجية مواتية، كلما زادت فرص نمو المشروع بشكل أسرع. وبالتالي، لا يمكن الجزم بأن جميع المشاريع الريادية الإعلامية الجديدة ستسلك نفس مسار النمو، بل يعتمد ذلك على مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على مسارها وتحدد سرعة تطورها.

تُوظف منصات الإعلام الريادي، مثل Netflix وAmazon، بذكاء تقنيات "المحتوى المنسق" لعرض عروض ومنتجات تُناسب ذوقك بناءً على سلوكياتك السابقة. تُساهم هذه التحليلات الدقيقة في جذب انتباه الجمهور فوراً للعروض والمنتجات الجديدة، مما يُعزز من فرص نجاحها.

مع ازدياد عدد رواد الأعمال في مجال الإعلام الرقمي، باتت الفرص أمام المستخدمين في جميع أنحاء العالم أوسع من أي وقت مضى للوصول إلى المحتوى المناسب لأذواقهم فمن خلال منصات مثل YouTube ، حيث يُمكن الوصول إلى ملايين الفيديوهات، إلى مسلسلات أصلية على Netflix و Hulu وحتى Amazon ، يُصبح العثور على ما تفضله أسهل من أي وقت مضى. تُساهم هذه الاتجاهات في تعزيز مستقبل الإعلام الرقمي بشكل كبير، وتُفتح الباب أمام إمكانيات هائلة للابتكار والتطور¹.

¹اسلام النجار (2019)، الإعلام الريادي: فرص وتحديات على الرابط التالي <https://www.rowadalaamal.com> فحص بتاريخ:

ثالثاً: نماذج عن مؤسسات إعلامية ناشئة لخرجي كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية بمصر

خرج خريجو كلية الإعلام في جامعة الأهرام الكندية بمشروعات مذهلة، حيث استوحوا إبداعاتهم من مسارات دراستهم، وتجاوزوا التحديات لتحقيق أهدافهم المبتغاة نستعرضها كالآتي:

*وكالة Ultimate للإعلام مديرها ومؤسسها هو خريج الكلية "عبد الرحمن أسامة".

*شركة we do filma للإنتاج الأفلام خريج الكلية بيتر مرقص وهو مؤسس ومدير هذه الشركة.

*وكالة MS media للتسويق الرقمي لمؤسسها خريج الكلية محمد سمير.

*مشروع LK HUB التطوير الحلول والسياسات الإعلامية الدكتورة لبسخيري" وهي شريكة مؤسسة مع الدكتورة عندليب فهمي خريجة دفعة 2008 من الكلية.

*قناة "دولة تيوب" في مجال صناعة المحتوى الإعلامي عبر قنوات يوتيوب والتي تحظى بأكثر من 23 مليون مشاهدة لمؤسسها أحمد حميد خريج دفعة 2021، حيث يركز المحتوى الذي تقدمه القناة على عادات وتقاليد والثقافات شعوب العالم، فضلاً عن أسلوب المعيشة وطرق السفر والاستثمار بمختلف دول العالم.

*وكالة Daddy للإنتاج الإعلامي لمؤسسها المحمود حمدي خريج دفعة 2020 ومؤسس أحمد حميد خريج دفعة 2021 ومؤسس قناة دولة تيوب والتي تحظى بأكثر من 23 مليون مشاهدة.

*موقع : Preneur Zone أسسه مجموعة من الشباب الخريجين المؤسسين الذي أشرفت عليه الدكتورة سهير عثمان، والدكتور أحمد فتحي من الكلية، والذي حظي بجوائز متنوعة كما حظي بتمويل من حاضنات أعمال¹.

المطلب الخامس: المشاكل التي تعترض إنشاء وترقية المشاريع المقاولاتية وعوامل نجاحها

أولاً: المشاكل التي تعترض إنشاء وترقية المشاريع المقاولاتية

تنشط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل محيط يضع أمامها الكثير من العوائق التي تختلف من حيث شدتها وخطورتها ومدى تأثيرها على مسار هذه المؤسسات وتهددها لوجودها واحتمالات نموها وتقلل من نسبة مساهمتها في مسيرة التنمية الوطنية ويعتبر التعرف على هذه الصعوبات أمراً ضرورياً لإمكانية إيجاد أفضل السبل والوسائل لمعالجتها وبمكترصد أهم هذه الصعوبات فيما يلي:

1: صعوبة الحصول على التمويل

تجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة صعوبات بالغة في الحصول على التمويل اللازم لنشاطها وهذا بسبب ثقل سير العمليات المصرفية للبنوك الجزائرية واتسامها بالبيروقراطية في أداء خدماتها من حيث معالجة الصكوك، التحويلات المالية، دراسة الملفات... الخ، وعزوفها عن تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لغياب الضمانات الكافية لاسترداد أموالها وتفضيلها تمويل الأنشطة التجارية (تصدير/استيراد) على الأنشطة الإنتاجية، كما نجد كذلك ضعف تكيف النظام المالي المحلي مع متطلبات المحيط الاقتصادي الجديد، ففي الوقت الذي يعلن فيه عن إجراءات دعم مالي وتشجيع الاستثمارات والشراكة فإن الواقع يشير إلى اصطدام هذه التصورات بالتعقيدات ذات الطابع المالي، ومنها :

¹أمنية بن زرة، عطاء الله طريف، مرجع سابق، ص 173.

- غياب أو نقص شديد في التمويل طويل المدى.
- المركزية في منح القروض.
- نقص في المعلومات المالية خاصة فيما يتعلق بالجوانب التي تستفيد منها المؤسسة كالإعفاءات.
- غياب الشفافية في التسيير لعملية منح القروض رغم أن الأصل في القروض خاضع للإشهار.
- محدودية صلاحيات الوكالات البنكية في العملية منح القروض بسبب عدم الاستقلالية النسبية¹.

2- الصعوبات الخاصة بالعقار

عوضاً أن يكون العقار في الجزائر أداة لدعم الاستثمارات أصبح من أكبر العناصر الكابحة لنشاط المؤسسات الوطنية بشكل عام والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على وجه الخصوص حيث أن هذا الوضع يطرح إشكالية كبيرة لهذه المؤسسات في تعاملها مع البنوك والتي تتطلب عقود ملكية لمنح القروض يضاف إلى ذلك تعدد الهيئات المكلفة بمنح قطع الأراضي مما أدّى إلى تداخل الصلاحيات بين مختلف الهيئات وانتشار النزاعات والاحتلال غير العقلاني للفضاء الصناعي، ولعل ما زاد الوضع تعقيداً، الحالة السيئة التي تعيشها أغلبية المناطق الصناعية حيث عرف العقار توزيعاً غير متدرج إذ نجد الكثير من الأراضي مازالت بوراً أو استغلت لنشاطات أخرى خارج هذا القطاع بينما بقي الكثير من المستثمرين الحقيقيين أو الذين يريدون توسيع نشاطهم يعانون من هذا المشكل.

3- الصعوبات المتعلقة بالتسويق

ما يلاحظ على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر نقص في الكفاءات التسويقية والقوى البيعية وكذلك عدم الاهتمام بالبحوث التسويقية وقلة الاعتماد على مكاتب الاستشارات والدراسات في اختيار المشاريع، وفي دراسة جدولها. كما نجد من بين الصعوبات في هذا المجال نقص المعلومات عن حاجات السوق بسبب نقص المعطيات الإحصائية المتعلقة بالمحيط الذي فيه المؤسسات والفرص الممكن استغلالها بالإضافة إلى الصعوبة في الحصول عليها، كما تجد هذه المؤسسات صعوبة في تسويق منتجاتها خاصة في ظل المنافسة غير الشريفة المفروضة من قبل الاقتصاد الموازي، ذلك أن وظيفة التسويق تحتاج إلى إمكانيات مالية كبيرة لا تقوى عليها المؤسسات مع بعضها البعض من ناحية والمنافسة بينها وبين المؤسسات الكبرى من ناحية أخرى والمنافسة بين المؤسسات الوطنية والمؤسسات الأجنبية من ناحية ثالثة.

¹ سعدان شباكي، معوقات تنمية وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 11، جامعه بسكرة، ماي 2007 ص-ص 190-191.

فيما يخص النظام الجبائي يتعلق الأمر بالطريقة المعمول بها لاقتطاع الرسوم والضرائب المطبقة على مؤسسات في طورها الاستغلالي العادي ذلك أن النظام الجبائي المطبق على عمليات إعادة استثمار الفوائد قد منع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من إجراء استثمارات ضرورية للتكليف مع النطاق الاقتصادي الجديد. أما الصعوبة الجمركية فهي نتيجة الإجراءات المتخذة من طرف الإدارة الجمركية التي لم تتكيف بعد مع القوانين والآليات الجمركية والبعد عن التطبيقات والأعراف الدولية¹.

5- الصعوبات التنظيمية

معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تمتاز بأنماط تنظيم وتسيير أقل من الحد الأدنى الذي يتطلبه اقتصاد تنافسي أين تشكل المنافسة الشرط الأساسي لأي نشاط اقتصادي وهذه الوضعية ناتجة عن عدما لإنتفاخ الكلي للسوق وغياب التأهيل لهذه المؤسسات وهو ما ينطبق على حالة الجزائر أيضا عدم إلمام مدير المؤسسة بكل وظائف الإدارة والمعرفة الفنية وعدم الدراية بمشاكل الإنتاج والتسويق أو التمويل ونقص الإمكانيات والمؤهلات لتطوير أفاق المؤسسة باعتبار أنه من غير الممكن أن يكون شخص واحد على علم تام بكل هذه المسؤوليات.

مما سبق يمكن القول أن أهم مشاكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مرتبطة أساسا بتنافسيته سواء في الأسواق الداخلية أو الخارجية أيضا صعوبة الحصول على المعلومات الاقتصادية المضبوطة والحينية التي تمكنها من رسم مخطط تسويق متجانتها في الأسواق الدولية كما يعد الحصول على القروض البنكية ودخول الأسواق المالية من أهم هذه المشاكل بالإضافة إلى العجز الكبير في استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصال والابتكار في جميع مجالات نشاطها وضعف ثقافة المقابلة لدى معظم المؤسسات ويمكن استعراض هذه الصعوبات على ثلاث مستويات : المستوى الوطني والمستوى القطاعي وعلى مستوى المؤسسة².

ثانيا: عوامل نجاح المشاريع المقاوالاتية

يمكن القول أن فرصة النجاح والاستمرارية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تزداد بصورة عامة خاصة إذا تم الاهتمام بالخصائص والمفردات التالية:

- **المالك لديه أهداف محددة:** إن معرفة مالكي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأهدافهم منذ البداية يسهل عليهم أكثر اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب، وهو ما يفرض على المالك نقل هذه الأهداف إلى العاملين وتمكينهم من استيعابها بما فيه الكفاية محققين بذلك نمو وازدهار المؤسسة بما يعني تحقيق الأهداف المرجوة والمحافظة على استمرارية المؤسسة ونجاحها.
- وجود الفرصة الاستثمارية الحقيقية:** إن العامل الأساسي في نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجود الفرصة الاستثمارية الحقيقية بمعنى أنه يجب أن يكون هناك مجموعة من المستهلكين يرغبون في منتجات وخدمات المؤسسة، وهناك طريقتان لتحديد الفرصة الاستثمارية الحقيقية: الأولى وهي الأقل عملية، فهي البدء باعتقاد أن السوق عادة ما يحتاج إلى سلعة أكثر جودة وأقل سعرا من المنتجات المنافسة، وهو ما يعرف بالتوجه الإنتاجي. غير أن هذا الاتجاه قد يكون صعبا خاصة إذا كانت المنافسة مع الشركات

¹عاشور كوش، محمد طرشي، تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعه الشلف، 17-18 أبريل 2006، ص 05.

²عثمان بوزيان، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المتطلبات التكيف وأليات التأهيل، الملتقى الدولية حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعه شلف، 17/18 أبريل 2006، ص 08.

الكبرى فلن تستطيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجاراتها في الجودة بالذات أما بالنسبة للسعر المنخفض فقط لا تجذب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات السعر المنخفض طبقه معينة من العملاء. أما المدخل الآخر لتحديد الفرصة الحقيقية وهو المدخل العلمي والذي يعتمد على التعرف على السوق وإنتاجياته ومدى تقبله للمنتجات وهو ما يعرف بالمدخل التسويقي. ويتطلب هذا المدخل من صاحب المؤسسة الصغيرة والمتوسطة أن تكون له فكرة حول حاجيات العملاء ويعمل على تحليل البيانات التي حصل عليها من العملاء وذلك من خلال بحوث التسويق. وبالتالي فإن الطريقتان مهمتان ومفيدتان في تدعيم التوصل إلى تحديد الفرص الاستثمارية المناسبة على الرغم من أن تحديد الفرصة الاستثمارية من خلال تحليل السوق يعتبر هو الأفضل¹.

● **المعرفة الجيدة بالسوق:** إن العلاقة الجيدة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والعملاء هي السر وراء نجاح هذا النوع من المؤسسات، حيث أن هذا النمط من العلاقات يسمح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتقديم خدمات شخصية وليس خدمات قائمة على أساس معرفة الآراء من خلال عينات المحدودة أو حتى واسعة من أسواق كما هو الحال في المؤسسات الكبيرة

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها مرونة وقدرة على تلبية احتياجات الزبائن ضمن جزء محدود من السوق والتي في حقيقتها جزء السوق أو مجموعات من الزبائن قد لا تكون جذابة للشركات والمؤسسات الكبيرة، وبذلك فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لديها مبادرات وقدرات متميزة على إشباع تلك الحاجات من خلال أساليبها التسويقية الخاصة.

● **قدرة المؤسسة على تقديم شيء متميز وخاص:** تقدم المؤسسة وتجلب شيء جديد أو أصيل للسوق حتى ولو بدت هذه السوق مزدحمة بالمنافسين والمنتجات المعروضة، تستطيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تميز نفسها عن المنافسين لها من خلال المنتج والتكنولوجيا الجديدة أو بالاستخدام الخاص والمتفرد لطرق التوزيع المعروفة، يفترض أن يكون نادرا وأن تبدأ المؤسسة دون قدرة على الإبداع والتجديد أو تصور رؤية ريادية تستطيع أن تجسدها في الأفعال والأنشطة المختلفة.

● **التقدير السليم لرأس المال والائتمان:** يتمثل عامل رأس المال المناسب في المبلغ الذي يستطيع مالك المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة بالاستثمار فيها، وكلما كان رأس المال متوافرا كلما كان هذا أفضل خاصة مع العقبات التمويلية التي تتعرض هذه المؤسسات، فالبنوك عادة ما تتحفظ على تمويل هذه المؤسسات نظرا لارتفاع درجة مخاطر التمويل فيها، كما أن الاتجاه نحو السوق المالي كمصدر للتمويل يتم بشكل محتشم. وعلى هذا فلا بد من تحديد رأس المال المناسب بكل دقة وذلك من خلال تحديد أنواع وأحجاما لأصول المطلوبة وبالتالي تحديد القدرة من رأس المال والمصادر الخاصة بذلك.

● **الحصول على عاملين أكفاء وجذب متميزين والمحافظة عليهم:** إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قد لا يوجد لديها الوقت الكافي لعمليات الاختيار المعقدة والمطولة للعاملين لذلك يتطلب الأمر أن تعير هذه الجوانب الأهمية البالغة لكون نجاح العمل يرتبط بقدرة إدارته على حسن الاختيار والتدريب والتحفيز هؤلاء العاملين وتوظيفهم والحصول على أفضل ما لديهم من قابليات وقدرات. إن العاملين اليوم يمثلون أهم الموارد في المؤسسة فلا يكفي أن تمتلك المؤسسة الموارد المالية والمباني بل أصبحت الموارد البشرية

¹عبد الحميد مصطفى أبو ناعم، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، جامعه القاهرة، مصر، 2002، ص-ص 67 - 68.

تلعب دورا مهما في تحقيق الميزات التنافسية للمؤسسة ويعبر عنها اليوم برأس المال الفكري، حيث المهارات والمعرفة والقدرة على التعامل مع المعلومات وتحقيق النجاح المستمر للمؤسسة¹.

المطلب السادس: صور مساهمة المشاريع المقاولاتية في تنمية في الجزائر وأهم تحدياتها المستقبلية

أولا: صور مساهمة المشاريع المقاولاتية في تنمية في الجزائر

تلعب المشروعات المقاولاتية والمؤسسات عامة دورا هاما في تنمية الاقتصاد الوطني، ويتضح دورها هذا من خلال ما يلي:

1- المساهمة في الإنتاج الداخلي الخام:

يشمل الناتج الداخلي الخام كل ما تم إنتاجه داخل الحدود الجغرافية للدولة من المنتجات الاقتصادية النهائية خلال فترة معينة سواء باستخدام عناصر الإنتاج المملوكة للمواطنين أو الأجانب، ولقد كانت للمشروعات المقاولاتية مساهمة كبيرة في الناتج الداخلي الخام سريع ومرن مع التغيرات الاقتصادية للجزائر رغم الثقل الكبير الذي يسود عمل الحكومات المتعاقبة .

2- المساهمة في التشغيل:

لقد تسببت الإصلاحات الاقتصادية في بداية الثمانينات وخاصة في منتصف التسعينات إلى ظهور بطالة كبيرة ناتجة عن تسريح العمال وحل المؤسسات الاقتصادية العمومية، وقد تأخرت الجزائر في ظل الظروف الأمنية والاقتصادية في إيجاد بديل سريع يمتص اليد العاملة المتزايدة، وشكلت المشروعات المقاولاتية للخواص الأداة الأساسية لامتصاصها، حيث أن سهولة تكوينه يسمح بتوفير مناصب عمل دائمة خاصة لما يصاحب ذلك نمو اقتصادي متزايد.

¹مكاحلية محي الدين، مرجع سابق، ص 71.

3-المساهمة في ترقية الصادرات:

تمتلك المشروعات الخاصة قدرة كبيرة على دخول الأسواق الخارجية والمساهمة في زيادة الصادرات وتوفير النقد الأجنبي وتخفيف العجز في ميزان المدفوعات، بل أنها ساهمت في إحداث فائض من ميزان المدفوعات للكثير من الدول، كما أنها تحاول تغطية الجزء الأكبر من السوق المحلي بالمنتجات الاستهلاكية النهائية خاصة الغذائية منها، ويؤدي هذا تدريجياً إلى تحقيق الاكتفاء الذاتي وبالتالي تحسين مستوى ميزان المدفوعات من خلال تقليل الواردات ويتحقق ذلك من خلال وجود تنافسية ما بين مختلف المؤسسات¹.

ثانياً: التحديات المستقبلية للمشاريع المقاولاتية

لا تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمعزل عن الظروف والتحديات الخارجية المحلية والدولية المحيطة بها، لذلك وجب على مسير المؤسسة أن يأخذ كل هذه العوامل بعين الاعتبار في إستراتيجيته في ترقية وتطوير هذه المؤسسات، ويمكن أن نخصر أهم التحديات التي يمكن أن تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عصرنا هذا خلال الفروع التالية:

* ثورة المعلومات

يعرف نظام المعلومات بأنه النظام الذي يجمع البيانات من المصادر المختلفة ويحولها إلى معلومات حسب احتياجات المستفيدين منها، لذلك نظم المعلومات من أجل تزويد الإدارة بالمعلومات الفورية التي تساعد على اتخاذ القرارات في الوقت المناسب

* التطور التكنولوجي

لقد أدى التطور التكنولوجي إلى تسهيل عمليات الانتقال بين الدول وسرعة أداء المعاملات الاقتصادية الدولية سواء التجارية أو المالية، كما أدى إلى تجاوز الحدود السياسية للدول، واتساع الأسواق بصورة جعلت المنتجات تأخذ الصفة العالمية، كما أدى إلى تشابه أنماط الاستهلاك في العالم بين شعوب مختلفة الثقافات، وهذه التطورات هي نتاج حقيقي بما يعرف بالثورة الصناعية.

* التصدير

يلعب مصدر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دوراً حيوياً في تحسين الميزان التجاري عن طريق عملية التصدير وفي حماية منافستهم وتحسين أرباحهم، ويتيح ذلك دخول السوق العالمية العديد من المزايا والفوائد لهذه المؤسسات والتي من أهمها:

- تزايد النمو.
- تزايد الأرباح.
- تزايد عدد العملاء.
- المزايا الضريبية.
- فتح أسواق إضافية.
- تحسين المنافسة.
- اتساع المنتجات والخدمات.

¹علمواي احمد، رحيم سعيد، المشاريع المقاولاتية هدية بين ضرورة تجاوز العراقيل والمساهمة في التنمية في الجزائر، مجلة اقتصاد المال والأعمال، العدد 04، جامعة غرداية والبويرة، الجزائر، 2019، ص-ص 55-56.

حيث تحجم العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة في الدول النامية عن طريق الإنخراط في الأنشطة التصديرية لاعتقادها الخاطئ بأن المؤسسات والشركات الكبرى هي القادرة على مواصلة هذه الأنشطة بنجاح، ويرجع هذا الاعتقاد إلى تعدد المعوقات التي تحد من قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التصدير، ويمكن ترتيب هذه التحديات حسب أهميتها على الشكل التالي:

- الروتين والبيروقراطية الإدارية.
- حواجز التجارة الخارجية.
- صعوبات النقل.
- عدم توفر الكفاءات البشرية المؤهلة.
- عدم توافر الحواجز المشجعة على التصدير.
- عدم توافر منتجات منافسة.

* عالمية الجودة:

ترتب على زيادة التنافسية العالمية وظهور ما يعرف بمتطلبات الجودة، وهذا للارتقاء بمستوى المبادلات العالمية على نحو يضمن زيادة مستوى المنتجات، ولهذا أصبحت كل المؤسسات تسعى للحصول على مختلف شهادات الجودة الممنوحة من المنظمات العالمية للتوحيد القياسي، والتي تعتبر بمثابة جواز سفر دولي للمنتجات حتى تدخل الأسواق العالمية في الحرية الاقتصادية وترك المجال لآليات العرض والطلب¹.

* إجراءات الحد من التلوث:

أصبح التلوث من أكبر التحديات التي تواجه المؤسسات إذ أصبح إلزاما عليها ترشيد استخدامها للموارد، ووضع استراتيجيات خاصة لحماية البيئة من مخلفات عملياتها الإنتاجية، واستخدام الموارد غير الضارة وإعادة استخدام المخلفات في الإنتاج.

¹حكيم شبوطي، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية، دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعه الجزائر، 2007-2008، ص 13.

إن هذا التحدي يستدعي تطوير الموارد البشرية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما يتناسب مع عملية التحديث والتطوير وبما يواكب متطلبات التكنولوجيا الحديثة¹

خلاصة الفصل

الاتجاهات تمثل مجموعة معقدة من الأفكار والمفاهيم والعواطف والسلوكيات التي يتبناها الفرد تجاه مختلف المواضيع في بيئته. تنشأ هذه الاتجاهات نتيجة تفاعل الفرد مع محيطه وسعيه للتكيف مع الظروف المحيطة. وبسبب طبيعة الاتجاهات غير الملموسة، فإن تقديرها وتحديد شدتها واتجاهها يعتبر أمراً صعباً. ومع ذلك، يمكن الاستدلال عليها من خلال سلوك الفرد وتقييم مدى توافقه مع السلوك المتوقع أو تعارضه معه.

تلعب الاتجاهات دوراً حيوياً في توجيه سلوك الأفراد نحو قبول أو رفض التغييرات المحتملة في البيئة، مما يؤثر بشكل كبير على تشكيل شخصياتهم وطريقة تفاعلهم مع القضايا المختلفة. لذا، يمكن للمجتمعات بمختلف أشكالها أن تكتسب تأييد أفرادها للقضايا الاجتماعية من خلال فهمها لاتجاهاتهم. وهنا يأتي دور عمليات التعديل والتغيير التي تظل صعبة بغض النظر عن الظروف، نظراً للتأثير القوي التي تشكل من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية المستمرة، والتي تشكل نظاماً قيمياً يصعب فصله عن الاتجاهات الشخصية.

ترتبط الثقافة والمقاولاتية بشكل وثيق بالسلوك البشري، ويتضح ذلك في ظل تغير أنماط الإنتاج والتحويلات الاقتصادية والاجتماعية، والانتقال نحو الابتكار وخلق القيمة المضافة في مختلف المجالات، تلعب الثقافة دوراً مهماً، خاصة في تأثيرها على السلوك الريادي، حيث تنتج تصورات تؤثر في سلوك رواد الأعمال وتوفر إطاراً تفسيرياً للأطراف المعنية في المجتمع. برزت أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية على مستوى الدول، حيث تساهم بشكل كبير في خلق فرص العمل وتعزيز القيمة المضافة والناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى دعم التنمية الإقليمية وتعزيز الصادرات، مما يساهم في تحقيق التوازن والاستقرار الاجتماعي، تظهر ذكاء وحنكة هذه المؤسسات في التعامل مع التحويلات الاقتصادية والتكنولوجيا ومجال الإعلام والاتصال، حيث يُنظر إليها كصناعة مستقلة يمكن استغلالها بشكل إيجابي لتنفيذ مشاريع إعلامية تساهم في التطوير والتنمية ومع ذلك، تواجه المشاريع المقاولاتية العديد من التحديات والقيود، مثل صعوبة الحصول على التمويل وضعف القدرة التنافسية، مما يقلل من إسهامها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

¹حميدة مالكية، محاولة تقييم أدوات التحليل الاستراتيجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، 2008-2009

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

بعد عرض الإطار المنهجي والنظري للدراسة، والذي يهيم الأرضية لمشكلة بحثنا، يأتي الجانب الميداني لدراسة اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية و وذلك من خلال الإجراءات 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 تفرغ بيانات الاستمارة وتحليلها وتفسيرها لإثراء البحث وربطه بالجانب الميداني، ومن ثم يتم الاجابة على مشكلة الدراسة وتحويل المعطيات الكمية إلى كيفية والحصول على النتائج العامة، وهذا ما سيتم التطرق إليه من خلال هذا الفصل.

1- عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها:

المحور الأول: اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو دوافع انشائهم لمشاريع المقاولاتية.

جدول رقم (03): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو العمل في القطاع الخاص بعد تخرج من الجامعة.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%61.25	49	مؤيد
	%18.75	15	محايد
	%20	16	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.41		معامل الاتجاه

يمثل جدول أعلاه اتجاه عينة الدراسة نحو العمل في القطاع الخاص بعد تخرج من الجامعة اتجاهها ايجابية حيث حازت أعلى نسب للاستجابة المبحوثين للتأييد بنسبة 61.25% بمعدلة تكرار 49 وهذا راجع إلى أولا الظروف الشخصية لطالب بحيث أنه تلعب دور مهم في اتخاذ القرارات للعمل في القطاع الخاص بالإضافة إلى ذلك عدم توافر فرص العمل في القطاع العام مما يضطر الخريجين إلى البحث عن فرص عمل في قطاع الخاص وأيضا من أجل تحسين الدخل سواء كان الدخل الأسري أو الفردي بحيث أنه تقدم الوظائف في القطاع الخاص عادة رواتب أعلى من الوظائف في القطاع العام مما يوفر للخريجين فرصة تحسين دخلهم وهذا راجع بتكلفة المعيشة المرتفعة وهذا ما يدفعه للبحث على رواتب أعلى لتغطية احتياجاتهم وأولويتهم.

جدول رقم (04): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو كون النشاط المقاولاتي طموح بالنسبة لهم.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%57.50	46	مؤيد
	%33.75	27	محايد
	%08.75	07	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.28		معامل الاتجاه

يمثل الجدول أعلاه اتجاه عينة الدراسة نحو كون النشاط المقاولاتي طموح بالنسبة لهم اتجاهها ايجابية حيث حازت أعلى نسبة للاستجابة المبحوثين للتأييد بنسبة 57.50% بمعدل تكرار 46 وهذا راجع لكون أن الطالب يتطلع لبناء مستقبله بيديه وتحقيق أحلامه المهنية والشخصية من خلال الاستقلالية والتحكم في المستقبل المهني والابتعاد عن الوظائف التقليدية التي قد تكون محدودة من حيث التطور والابتكار وهذا ما يتيح على السيطرة الكاملة على مساراتهم المهنية وتحقيق طموحاتهم بحيث أنه الابداع والابتكار المتواجد داخل الطالب يمنحه النشاط المقاولاتي الفرصة للتجسيد وتطوير أفكار جديدة وتحويلها إلى مشاريع ناجحة مجسدة على أرض الواقع ومنه يمكن أن تكون هذه الجهات لديها تأثيرا ايجابي على المجتمع مما تساهم بإعطاء طاقة ودافعية أكبر لمختلف الطلبة.

جدول رقم (05): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو قدرة طلبة علوم الاعلام والاتصال على التخطيط وإدارة المشاريع الخاصة بهم

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%56.25	45	مؤيد
	%31.25	25	محايد
	%12.50	10	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.43		معامل الاتجاه

يمثل جدول أعلاه اتجاه عينة الدراسة نحو قدره طلبة علوم الإعلام والاتصال على التخطيط وإدارة المشاريع الخاصة بهم إتجاهها ايجابيا حيث حازت أعلى نسبة لاستجابة الباحثين للتأييد بنسبة **56.25%** بتكرار 45 وهذا راجع لكون التعليم الأكاديمي والتخصصي يلعب دور مهم في امتلاكهم القدرة على التخطيط وإدارة مشاريعهم الخاصة بحيث أن العديد من الطلبة خلال مساهمهم الدراسي وفرت لهم الجامعات المعرفية العميقة من الناحية الإدارية والتسويقية والمالية والتكنولوجية في هذه المعرفة الأكاديمية تزودهم بالأساس النظري ضروري للتخطيط وإدارة المشاريع المقاولاتية وأيضا من خلال توفير الدورات التدريبية وورش العمل التي تركز على المقاولاتية وتطوير المهارات العلمية وهذه البرامج تساعد الطالب على فهم كيفية تطوير خطة عمل إدارة الفرق والتعامل مع التحديات المختلفة.

جدول رقم (06): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو امتلاك طلبة روح المخاطرة لإنشاء مشروع

التكرار	النسبة	الترجيح
39	48.75%	مؤيد
36	45%	محايد
05	6.25%	معرض
80	100%	المجموع
2.42		اتجاه ايجابي

يمثل الجدول أعلاه اتجاه عينة الدراسة نحو امتلاك طلبة روح المخاطرة لإنشاء مشروعهم اتجاهها ايجابيا حيث حازت أعلى نسبة للاستجابة الباحثين للتأييد بنسبة 48.75% بمعدل تكرار 39 وهذا راجع إلى المرحلة العمرية حيث غالبا ما يكونون الطلبة في مرحلة عمرية والرغبة في تجربة أشياء جديدة وهذه الفترة تكون مثالية بالنسبة لتحمل المخاطرة وتجربة الافكار المبتكرة بالإضافة إلى بيئة الدم بحيث أنه جامعات ومؤسسات تعليم العالي غالبا ما توفر بيئة دائمة يعزز روح المخاطرة من خلال الحاضنات وبرامج المقاولاتية التي توفر الارشاد والموارد اللازمة لتجربة الأفكار الجديدة وهذا ما يشعر الطلبة بالثقة في قدرتهم على مواجهة المخاطر والنجاح في مشاريعهم الخاصة يجعلهم مستعدين لتحمل المخاطر وتحقيق طموحاتهم المقاولاتية.

جدول رقم (07): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو مواجهة الصعوبات

والعوائق في إقامة مشاريع اعمال مقاولاته.

التكرار	النسبة	الترجيح
54	67.5%	مؤيد
21	26.25%	محايد
05	6.25%	معرض
80	100%	المجموع
2.61		اتجاه ايجابي

يمثل الجدول أعلاه اتجاه عينة الدراسة نحو مواجهه تسربات والعوائق في إقامة مشاريع أعمال مقاولاتية اتجاهها ايجابيا حيث حازت أعلى نسبة للاستجابة الباحثين بنسبة 67.50% بمعدل تكرار 54 وهذا راجع إلى نقص الخبرة العلمية بحيث أنه معظم الطلبة يفتقرون للخبرة العلمية في مجال الأعمال مما يجعلهم غير مستعدين تماما للتعامل مع التعقيدات اليومية لإدارة مشروع مقاولاتي وأيضا الموارد المالية المحدودة بحيث أنه يواجه الطلبة صعوبة في الحصول على التمويل اللازم لبدء وتطوير مشاريعهم بحيث أنه القيود المالية تشكل عائقا كبيرا خاصة إذا لم يتمكنوا من الوصول إلى القروض أو المستثمرين بالإضافة إلى هذا عدم الثقة بالنفس وقله الخبرة مما يجعلهم مترددين في اتخاذ قرارات جريئة أو مواجهة الفشل.

جدول رقم (08): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو التفكير بإيجاد حلول في حالة فشل مشروع الخاص.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	82.5%	66	مؤيد
	6.25%	5	محايد
	11.25%	9	معرض
	100%	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.76		معامل الاتجاه

يمثل جدول أعلاه اتجاه عينة الدراسة نحو التفكير بإيجاد حلول في حالة فشل المشروع الخاص بهم اتجاهها ايجابيا حيث حازت أعلى نسبة للاستجابة المبحوثين للتأييد بنسبة **82.50%** بمعدل تكرار 66 وهذا راجع إلى تحفيز الداخلي والطموح فأنها الطلاب غالبا ما يكونون محفزين بطموحاتهم الشخصية والمهنية وهذا التحفيز الداخلي ينفعهم للبحث عن حلول مبتكرة وتجاوز العقبات التي تعترض طريقهم وأيضا من خلال الخبرات المكتسبة فإن الفشل في مشروع يمكن أن يوفر للطلاب خبرات قيمة تساعد في تحسين مهاراتهم ومعرفتهم وهذه الأخيرة تجعلهم أكثر استعدادا للتعامل مع أي من تحديات مستقبلية من خلال تعلم من الأخطاء فإن طلاب يدركون أن الفشل جزء لا يتجزأ من عملية التعلم فإن الفشل يتيح لهم فهم الأسباب والعوامل التي أدت إلى عدم نجاح المشروع مما يمكنهم من تجنب نفس الأخطاء في المستقبل بحيث يكون الطالب قادر على إيجاد حلول لتغلب على الفشل وتحويله إلى تجربة تعليمية مفيدة تدعم نجاحاتهم المستقبلية.

❖ المحور الثاني: اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو تكوينهم الأكاديمي لإنشاء المشاريع المقاولاتية.

جدول رقم (09): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو مشاركتهم في مختلف الفعاليات والنشاطات الخاصة بالمشاريع المقاولاتية.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	43.75%	35	مؤيد
	40%	32	محايد
	16.2%	13	معرض
	100%	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.27		معامل الاتجاه

يبين الجدول أعلاه اتجاه عينة الدراسة نحو مشاركتهم في مختلف الفعاليات ونشاطات الخاصة بالمشاريع المقاولين حيث حازت أعلى نسبة للاستجابة المبحوثين على تأييد بنسبة **43.75%** بمعدل تكرار 35 ومنه اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال كان ايجابيا وهذا راجع إلى أن تنظيم الجامعة لمثل هذه النشاطات والفعاليات يخلق للطالب الرغبة والميل للإندماج في عالم الشغل وإنشاء مؤسسة من خلال هذه التنظيمات المبدئية حيث تزود الطلبة بالمعلومات حول المشاريع المقاولاتية كما تهدف أيضا إلى ترسيخ الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي وتحفيز الطلبة ومرافقتهم من أجل إنشاء مشاريعهم كما تمنح للطالب فرصة لتطبيق المفاهيم النظرية التي درسوها على أرض الواقع وتحفيزهم على الابتكار والريادة وتوفر مشاركتهم في هذه الفعاليات ونشاطات فرص للتعلم من الخبرات العملية والتفاعل مع المحترفين والمختصين في هذا المجال.

جدول رقم (10): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو احتياجاتهم إلى مقاييس نظرية متنوعة على كل المستويات في مجال المقاولاتية

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%53.75	43	مؤيد
	%40	32	محايد
	%6.25	5	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.47		معامل الاتجاه

يبين الجدول أعلاه اتجاه طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو احتياجاتهم إلى مقاييس نظرية ومتنوعة في مجال مقاولاتي على كل المستويات اتجاهها ايجابيا حيث حازت اعلى نسبة لاستجابةالمبحوثين على نسبة ب **53.75%** بمعدل تكرار 43. وهذا راجع إلى توفر المقاييس النظرية للطلاب فهما عميقا للمفاهيم الأساسية في مجال ريادة الأعمال كما تساعده أيضا في تطوير المهارات اللازمة لإدارة الأعمال بنجاح وفهم الاتجاهات وتطورات في مجال المشاريع المقاولاتية بما في ذلك الابتكار التكنولوجي ومن خلال دراسة المقاييس النظرية يمكن للطلاب أيضا فهم أفضل للتحديات التي قد يواجهونها في رحلة إنشاء وإدارة عمل تجاري وكيفية التعامل معها بفعالية.

جدول رقم (11): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو احتياجاتهم إلى تكوين تطبيق ميداني نوعي.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%88.75	71	مؤيد
	%5	4	محايد
	%6.25	5	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.82		معامل الاتجاه

يبين الجدول أعلاه اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو احتياجاتهم إلى تكوين تطبيقي ميداني نوعي اتجاه ايجابي حيث حازت أعلى نسبة لاستجابة المبحوثين على التأييد بنسبة **88.75%** بمعدل تكرار 77 وهذا راجع إلى عندما يكون هناك تكوين تطبيقي يتيح لطلبة فرصة عرض أفكارهم ومشاريعهم امام الجمهور مما يعزز الابداع والابتكار.

جدول رقم (12): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو مساهمة حاضنة الاعمال في تكوين طلبة علوم الإعلام والاتصال حول المقاولاتية.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%45	36	مؤيد
	%45	36	محايد
	%10	7	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.8		معامل الاتجاه

يبين الجدول أعلاه اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو مساهمة حاضنات الأعمال في زيادة التكوين حول المشاريع المقاولاتية اتجاهها ايجابيا.

حيث حازت أعلى نسبة للاستجابةالمبحوثين لتأييد والحياد بالنسبة %45 وبمعدل تكرار 36 وهذا راجع إلى مساهمتها في زيادة الوعي حول المشاريع المقاولاتية وتعزيز دورها في التنميةالاقتصادية وتحفيزهم على الابتكار والتطوير الفكر الريادي مما يعزز التفاعل بين الجامعات والبيئة العملية ويخلق فرص العمل للطلاب بعد التخرج مما يسهم في بناء جسور التواصل والتعاون بين الأطراف المختلفة وتبادل الأفكار والخبرات في زيادة التكوين نحو المشاريع المقاولاتية.

جدول رقم (13): يمثل اتجاه عينة الدراسة وامتلاكهم الاطلاع الكافي حول قوانين ريادة الأعمال

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%26.25	21	مؤيد
	%47.5	38	محايد
	%26.25	21	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه متوازي	2		معامل الاتجاه

يبين الجدول أعلاه اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو امتلاكهم الاطلاع الكافي حول قوانين ريادة الأعمال اتجاه متوازي حيث حازت أعلى نسبة للاستجابةالمبحوثين على الحياد بنسبة %47.50 بمعدل تكرار 35 وهذا راجع إلى فهم الطلبة علوم الإعلام والاتصال إلى قوانين ريادة الاعمال واهتمامهم ورغبتهم في كيفية تطبيق هذه القوانين والسياسات والأنظمة في مجال ريادة الأعمال.

جدول رقم (14): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو عرض التجارب الناجحة للمشاريع المقاولاتية خلال تكوين الطلبة من خلق دافع لإقامة مشاريع ريادية.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	77.5%	62	مؤيد
	18.75%	15	محايد
	3.75%	3	معرض
	100%	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.73		معامل الاتجاه

يبين الجدول أعلاه اتجاه طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو عرض التجارب الناجحة للمشاريع المقاولاتية من خلال تكوين الطلبة لخلق الدافع لإقامة مشاريعهم اتجاهها ايجابيا.

حيث حازت اعلى نسبة للاستجابة المبحوثين على للتأييد بنسبة **77.50%** بمعدل تكرار 62 وهذا راجع إلى أن هذه التجارة تزودهم بالمعرفة والثقة اللازمة لبدء مشاريعهم الخاصة في المستقبل وأيضا يمكن أن يكون محفزا قويا للطلاب لاستكشاف وتطوير افكارهم الخاصة والسعي نحو تحقيقها إضافة إلى ذلك يمكن أن يكون تنظيم ورش عمل عملية تفاعلية حول ريادة الأعمال ومشاركة قصص النجاح مع الطلاب هو وسيلة فعالة لتعزيز فهمهم والهامهم كما يمكن تقديم الدعم الفني والاستشاري لطلاب الذين يسعون لبدء مشاريعهم الخاصة مما يساعدهم على تجاوز التحديات والصعوبات التي قد تواجههم في طريقهم.

المحور الثالث: اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو البيئة الاجتماعية لإنشاء المشاريع المقاولاتي.

جدول رقم (15): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو توفير الجامعة لكفاءة بشرية مؤهلة لإقامة مشاريع مقاولاتية ناجحة.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	27.5%	22	مؤيد
	40%	32	محايد
	32.5%	26	معرض
	100%	80	المجموع
اتجاه سلبي	1.95		معامل الاتجاه

تبين لنا من خلال جدول أعلاه أن اتجاه عينة الدراسة نحو توفير الجامعة لكفاءات بشرية لإقامة مشاريع مقاولاتية ناجحة اتجاهها سلبي حيث سجلت أعلى نسبة للمعادين قدرت به **40%** بمعدل تكرار 32 حيث يمكن تفسير هذه النتائج على ارتكاز الجامعة بشكل أساسي على النظريات والمفاهيم الأكاديمية أي توجه أكاديمي فقط فقد تكون أولويات البحث العلمي وتعليم متناسب مع احتياجات سوق العمل بشكل غير كاف في الجامعة تعمل على تأهيل الطلاب للعمل في وظائف محددة بدلا من تعزيز مهاراتهم في مجال ريادة الأعمال إضافة إلى نقص في البرامج التدريبية التي تسمح لطلاب بتطوير المهارات العملية والخبرات اللازمة وفرص خفض التجارب في المجالات الريادية وإدارة المشاريع مما يؤدي إلى عدم تحقيق توافق واحتياجات سوق العمل مما يسهم بشكل كبير في عدم تحقيق الجامعة للأهداف المرجوة في توفير الكفاءات البشرية المؤهلة لإقامه المشاريع المقاولاتية.

جدول رقم (16): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو امكانية المشاريع المقاولاتية في توفير مناصب شغل للتقليص من البطالة.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%70	56	ية مؤيد
	%22.5	18	محايد
	%7.5	6	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.62		معامل الاتجاه

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اتجاه عينة الدراسة نحو امكانية المشاريع المقاولاتية من توفير مناصب شغل لتقليص من البطالة كان اتجاه ايجابي حيث حاز التأييد على نسبة قدرت بـ %70 بمعدل تكرار 56. إذ يمكن تفسير هذا التوجه لطلبة علوم الإعلام والاتصال بمدى إدراكهم لأهمية الابتكار وريادة الأعمال إذ يعد هذا النهج وسيلة لتفادي قيود العمل التقليدي الذي قد يكون مشعباً أو غير قادر على استيعاب الأعداد الكبيرة للخريجين لذا يتجهون نحو خلق فرص عمل جديدة خاصة بهم واطلاق مبادراتهم المبتكرة إضافة إلى مدى إدراكهم بالاعتماد المتزايد على التكنولوجيا ووسائل الإعلام الرقمي الذي يفتح آفاق جديدة لطلبة في الإعلام والاتصال حيث يمكنهم استخدام مهاراتهم في هذا المجال والتي تشمل الاتصال والتسويق إدارة المشاريع والعلاقات العامة التي تعتبر أساساً قوياً لإنشاء منصات إعلامية ووكالات إعلانية رقمية أو خدمات استشارية في مجال الاتصال وهذا ما يساهم بشكل فعال من تقليص معدلات البطالة إضافة إلى تعزيز الاقتصاد المحلي وتحقيق الاستقلالية المالية.

جدول رقم (17): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو توفير قانون 12/75 الإطار القانوني الضروري

لتأسيس وتشغيل المشاريع المقاولاتية بشكل قانوني ومنظم.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	%47.5	38	مؤيد
	%47.5	38	محايد
	%5	4	معرض
	%100	80	المجموع
اتجاه ايجابي	3.03		معامل الاتجاه

نلاحظ من خلال جدول أعلاه اتجاه عينة الدراسة نحو توفير قانون 12/75 الاطار القانوني لتأسيس وتشغيل المشاريع المقاولاتية بشكل قانوني ومنظم كان اتجاهها ايجابيا حيث هذا كل من التأييد والحيداء على أعلى نسبة ونسب متساوية قدرت بـ %47.50 بمعدل تكرار 38 وهذا راجع إلى كون هذا القانون يوفر اطار قانونيا دائما وشاملا يسهل الاجراءات القانونية والإدارية والمالية الإنشاء وإدارة المشاريع اضافة إلى كونه يحفز على الابتكار من خلال توفير تسهيلات لتطوير الافكار والمشاريع المبتكرة ما يتناسب وتخصصات الإعلامية وما يتماشى وتطلعات طلبة علوم الإعلام والاتصال مما يمنح لهم الثقة في اتخاذ خطواتهم الأولى نحو تأسيس الشركات الصغيرة والمتوسطة وفتح فرص لإطلاق مشاريعهم الخاصة بتحقيق الاستقلالية المهنية ودخولهم سوق

العمل عموماً يتيح قانون 12 75 لطلبة علوم الاعلام والاتصال بيئة مواتية ومشجعة لتحويل افكار ايام الإبداعية إلى مشاريع واقعية.

جدول رقم (18): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو تفضيلهم للحصول على الدعم

الاسري لإقامه مشاريع خاصه بهم.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	62.5%	50	مؤيد
	22.5%	18	محايد
	15%	12	معرض
	100%	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.47		معامل الاتجاه

تبين لنا من خلال جدول أعلاه أن اتجاه عينة الدراسة نحو تفضيلهم الدخول على الدعم الاسري لإقامة مشاريعهم الخاصة كان ايجابيا حيث سجلت اعلى نسبة للتأييد قدرت ب **68.50%** بمعدل تكرار 50 حيث يمكن تفسير هذا التوجه على أنه يعكس تغييرات ايجابية في كيفية التفكير بالفرص المستقبلية لطلبة لتحقيق طموحاتهم الريادية. وقد يكون هذا الدعم سواء من خلال تشجيع المعنوي والدعم المالي الذي قد يكون أساسا دافعا قويا لبدء مشروع ريادي إضافة إلى أنه يعزز الثقة بالنفس ويساعد في التقليل من المخاطر واكتساب العائلة للخبرات بإمكانها أن تنتقل لطلبة وبذلك يسهل عليهم تجاوز بعض التحديات الريادية.

جدول رقم (19): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو امكانية أجهزة التمويل **angem, cnac, anssj**

من تحفيزهم لإنشاء مشاريع مقاولاتية.

الترجيح	النسبة	التكرار	
02	67.5%	54	مؤيد
	22.5%	20	محايد
	7.5%	6	معرض
	100%	80	المجموع
اتجاه ايجابي	2.6		معامل الاتجاه

تبين لنا من خلال جدول أعلاه أن اتجاه عينة الدراسة نحو إمكانية أجهزة التمويل **angem, cnac, anssj** من تحفيزهم لإقامة مشاريع مقاولاتية كان اتجاه ايجابي حيث حاز التأييد على اعلى نسبة قدرت ب **67%** بمعدل تكرار 54 حيث يمكن تفسير هذا التوجه من خلال أن هذه الوسائل بإمكانها تشجيع طلبة علوم الاعلام والاتصال على الإنخراط في مشاريع مقاولاتية فهي تعمل على تعزيز الابداع والابتكار فغالبا ما يمتلك الطلبة أفكار جديدة ومبتكرة يمكن أن تترجم إلى مشاريع تجارية ناجحة قد تدعم أجهزة التمويل لهذه الأفكار يمكن أن يساهم في خلق منتجات وخدمات جديدة في السوق مما يعمل على النهوض بالاقتصاد المحلي ومن ثم تحقيق نمو مستدام وشامل.

جدول رقم (20): يمثل اتجاه عينة الدراسة نحو الإعفاءات من الأقساط والضرائب على تشجيعها لإنشاء مشاريعهم الخاصة.

التكرار	النسبة	الترجيح
65	85%	مؤيد
10	12.5%	محايد
2	2.5%	معرض
80	100%	المجموع
2.82		معامل الاتجاه ايجابي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اتجاه عينة دراسة نحو الإعفاءات من الاقتصاد والضرائب على تشجيعهم لإقامة مشاريع مقاولاتية كان اتجاهها ايجابيا حيث حاز التأييد على أعلى نسبة قدرت ب **85%** بمعدل تكرار 68. حيث يمكن تفسير هذا التوجه من خلال أن هذه الاجراءات بإمكانها ان تلعب دورا محوريا في تخفيف الاعباء المالية وأنها استراتيجية فعالة لدعم طلبة وتوفير بيئة مناسبة لهم لتطوير أفكارهم وتحويلها إلى مشاريع ناجحة وان يكونوا أكثر استعدادا للمخاطرة فهي تعمل على خفض التكاليف الحالية التي تواجه الطلبة عند البدء في مشاريعهم مما يجعل الأمر أكثر جاذبية لهم زيادة على ذلك تعمل على توفير الوقت والجهد لتطوير مشاريعهم بدلا من العمل لا سداد الديون والأقساط.

2- النتائج العامة للدراسة:

- ✓ أظهرت نتائج الدراسة على أن النشاط المقاوالاتي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال النشاط المقاوالاتي يعتبر وسيلة طموحه لتحقيق تطلعاتهم المهنية مما يدفعهم لتفضيل العمل في القطاع الخاص بعد تخرج وهذا للتحكم في مسار مستقبلهم المهني.
- ✓ أكدت نتائج الدراسة على أن نقص الخبرة العلمية في مجال الأعمال والموارد المالية المحدودة يعرق إنشاء مشروع مقاوالاتي لدى الطلبة وكذلك نقص التحفيز الداخلي يعيق تقدمهم.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة على امتلاك طلبة علوم الإعلام والاتصال لروح المخاطرة لإنشاء مشروعهم المقاوالاتي وهذا راجع إلى المرحلة العمرية التي يتسم بها الطلبة التي تتميز بالطموح والرغبة في خوض تجارب جديدة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة على أهمية المعرفة النظرية لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال للتحكم والاطلاع الجيد على القوانين التي تقوم عليها المشاريع المقاوالاتية بالإضافة إلى ادراكهم بالمخاطر والتحديات ومن ثم ولوجهم إلى عالم المقاوالاتية.
- ✓ توصلت نتائج الدراسة على مدى إدراك طلبة علوم الإعلام والاتصال لأهمية التكوين من خلال مشاركتهم في العروض والورشات التكوينية التي تقدمها حاضنات الأعمال والتي تؤدي بدورها في خلق الدافع لدى الطالب الجامعي صوب الفكر والمشاريع المقاوالاتية.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة على عدم تحقيق الجامعة للأهداف المرجوة في توفير الكفاءات البشرية المؤهلة لإقامة المشاريع المقاوالاتية لطلبة علوم الإعلام والاتصال وهذه الفجوة بين البرامج التكوينية واحتياجات سوق العمل والظروف المرتبطة به.
- ✓ أكدت نتائج الدراسة على قدرة المشاريع المقاوالاتية من خلق مناصب شغل لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال وخفض معدلات البطالة إذ تعد هذه المشاريع وسيلة لتفادي قيود العمل التقليدي ونهج لأطلاق مبادراتهم المبتكرة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة على توفير قانون 12 75 بيئة مواتية لطلبة علوم الإعلام والاتصال لإقامة مشاريع مقاوالاتية باعتبارها إطار قانوني وشامل يسهل الاجراءات الإدارية والمالية للطلبة.
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة على تفضيل طلبة علوم الإعلام والاتصال الحصول على الدعم الأسري لإقامة مشاريع ريادية إذ يعكس توجهها ايجابيا في كيفية التفكير في الفرص المستقبلية مما يعزز ثقتهم.
- ✓ أكدت نتائج الدراسة على كل من أجهزة التمويل `cnac_ anssj_ angem` والاعفاءات من الأقساط والضرائب تلعب دورا محوريا في تحضير طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو إقامتهم لمشاريع مقاوالاتية إذ تعد استراتيجية فهذا لدعم الطلبة وتحقيق الأعباء المالية عليهم.

3- مناقشة النتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

➤ اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج الدراسة لكل من ابراهيم بيض القول وتيجان منصور بعنوان: [اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو النشاط المقاوالاتي] ودراسة سعود وسيلة وفرحات عباس بعنوان: [التوجه المقاوالاتية للطلبة الجامعيين في الجزائر] من حيث وجود مستوى ايجابي عالي في اتجاهات الطلبة نحو النشاط المقاوالاتي إضافة إلى وجود رغبة في البدء في مشاريع محفزه بشكل جاد.

➤ اتفقت الدراستين الاجنبيتين مع نتائج الدراسة الحالية دراسة: Alexandros G Sahinidis–Panagiotis

A. Tsaknis

بعنوان: “shaping enterpreneuria litentions: the impact of enterpreneurshipeducation on universitystudents”

ودراسة Preethar-K.S. Gayathri-DuvikaSukumar بعنوان:

"A study on students attitude towards entrepreneurship with reference to final year postgraduate students of Ernakulam district."

من حيث أنه مواقف والنية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين تتأثر بشكل ايجابي تجاه ريادة الاعمال من خلال التكوين اللازم والمكثف التي توفره الجامعات والمؤسسات التعليمية من معرفة علمية لازمة وورش عمل وندوات لتطوير قدرات الطالب للتمكن من التقدم في حياتهم المهنية وخلق الدافع لدى الطالب الجامعي.

➤ اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة سعود وسيلة وفرحات عباس بعنوان: [التوجه المقاولاتي لطلبة الجامعيين في الجزائر] حيث توصلت هذه الدراسة على وجود عائق في الشروط الموضوعية من قبل مختلف الهيئات في اطار صيغ دعم الشباب إذ لا يعد حافز لهم بالعائق أمام إنطلاقهم الفعلي لإقامة المشاريع عكس نتائج الدراسة الحالية والتي تؤكد على اعتبار كل من أجهزة التمويل anssj، agem، cnac، تلعب دورا محوريا في تحفيز الطلبة نحو اقامتهم لمشاريع مقاولاتية إذ تعد وسيلة فعالة لتخفيف الأعباء المالية عليهم وهذا راجع لتعديلات القانونية والتركيز السلطات العليا في البلاد على المشاريع المقاولاتية والابتكارية وحاضنات الأعمال في الفترة الأخيرة أكثر من الفترات السابقة.

➤ اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة Sukumar -K.S. Gayathri-Preethar Duvika بعنوان:

A study on students attitude towards entrepreneurship with reference to final year postgraduate students of Ernakulam district.

من حيث أن شعور الطالب لريادة الاعمال كخيار وظيفي وقدرة المشاريع المقاولاتية من خلق مناصب شغل لدى الطلبة ووسيلة لنهج لإطلاق مبادراتهم المبتكرة.

اتفقت نتائج دراستنا مع نتائج دراسة بن شيخ بوبكر الصديق بعنوان محددات التوجه المقاولاتي لطلبة الجامعيين من حيث العوامل المؤثرة على التوجه المقاولاتي لطلبة والمتمثلة في المحيط الاجتماعي والتعليم المقاولاتي واختلفت هذه الدراسة في كون الروح المقاولاتية ليس لها أي تأثير على اتجاهات الطلبة نحو المشاريع المقاولاتية عكس الدراسة الحالية والتي أكدت على وجود توجه ايجابي لدور الروح المقاولاتية نحو إقامة مشاريع ريادية.

➤ عدم تقاطع نتائج الدراسة الحالية مع دراسة محمد سلمان فياض الخزاعلة بعنوان: [دور الجامعة زرقاء في تنمية اتجاهات الشباب نحو ممارسة العمل الحر] حيث توصلت هذه الدراسة أن دور الجامعة في تنمية اتجاهات شباب نحو ممارسة العمل الحر جاءت ضعيفة على عكس نتائج الدراسة الحالية التي تركز على دور القيادة الإدارية بجامعة قلمة على هذا التوجه للفكر المقاولاتي وتعزيز روح وثقافة المقاولاتية لدى الطلاب الجامعي وهو ما تجسد في حصول جامعه قلمة على أفضل مشروع ابتكاري مؤخرا في احتفالية 19 ماي 2024 عيد الطالب.

➤ تقاطع نتائج دراستنا مع نتائج دراسة باسم يوسف محمد المؤذن وأحمد ممدوح قاسم بعنوان (اتجاهات الشباب الجامعي نحو تبني المشروعات الصغيرة) ودراسة سلوى احمد امين ووسن ناصر محمد وكان موضوع بعنوان (قياس اتجاهات الطلبة نحو زيادة الأعمال) لكون موضوع دراستنا يعود إلى طبيعة تخصص علوم الإعلام والاتصال أكثر إنفتاحا على مجالات الحياة.

4-مناقشة نتائج الدراسة في ضوء منظور الدراسة:

تعتبر الجامعة الوعاء البشري الحقيقي للمجتمعات باعتبارها تسهر على تكوين وتخريج الرأسمالي بشري مكونا ومؤطرا علميا ومعرفيا وفي ظل توجه المجتمعات الحديثة نحو اقتصاد السوق الحر أصبح من ضروري اعتماد خريجي شباب الجامعات على الطاقات الفردية ومخرجات العلمية والمعرفية نحو خلق فرص عمل شخصية وهو الحقيقة التي اضفى عليها الطلبة الجامعيين نحو فرض الذات وضمان فرص العمل والاستثمار من خلال التوجه إلى المشاريع المقاولاتية وتحسيد الأفكار وروح الابتكار في أرض الواقع فمن خلال دراسة موضوعنا تأكد في نتائج الدراسة بأن هناك توجه واقبال لطلبة علوم الإعلام والاتصال صوب المشاريع الابتكارية حيث تتأكد نوايا الطلبة نحو اعتماد هذا الفكر المقاولات كسلوك في الحياة ومعتقد صريح نظرا للواقع الاجتماعي والاقتصادي حيث يتماشى هذا التصور وفق ما جاء به المفكر أجزن فيشان من خلال نظرية العمل العقلاني أو كما تعرف بنظرية السلوك المخطط في افتراضات الرئيسي وبالتالي يمكننا التأكيد عليها كمقربة فكرية لموضوع دراستنا.

وما يؤكد هذا الطرح النظري توافق الأبعاد التي يفسر بها أجزن نظرية السلوك المخطط ونتائج المحاور الكبرى لموضوعنا المعالج حيث يتجسد البعد الأول في اتخاذ الموقف "من خلال التقسيم الإيجابي أو السلبي نحو الفكرة المشروع المقاولاتي الفرد من خلال تشخيصه للأمر ومحدثاتها وصولا إلى نهاياتها يقوم باتخاذ القرار النهائي في درجة لتبني من عدمه وفي ضوء ذلك نجد بأن طلبة علوم الإعلام والاتصال وبنسبة كبيرة كان موقفهم ايجابي فيما يخص إنشاء مؤسسة ناشئة، ذات تسيير شخصي.

كما توصلت الدراسة في نتائجها إلى أهميته ودور الجامعة في ترسيخ وتفعيل الفكر المقاولاتي والطلبة وتحسيده في الواقع من خلال ما تقوم به من أنشطة علمية هادفة وورشات تكوينية وحاضنات الاعمال إلى ما يقدم لطلبة في المقاييس النظرية والتي يتم من خلالها التعريف بالقوانين والمراسيم التي يقوم عليها المشاريع المقاولاتية بالإضافة إلى ابراز اهم التحديات والمخاطر التي قد تواجه الشاب والطالب المتخرج (مقاول)، حيث أن كل هذه المعطيات يدرك الطلب من خلالها مدى اهتمام الجامعة والجهات الوصية على هذه المشاريع وادراك الشاب المقاول المسؤولية الملقاة عليه وهذا طرح تبرزه نظرية السلوك المخطط فبعده القائم على المعايير الذاتية والذي يهدف إلى تحسين الشاب المقاول بالمهام المؤكدة إليه وما ينتظر منه.

أما البعد الثالث لنظرية الفعل العقلاني المتجسد في التحكم السلوكي المدرك حيث يقوم هذا البعد على عنصري "الكفاءة الذاتية" أي قدرة الفرد في التعامل مع المواقف وعنصر امكانية التحكم والذي يتمثل في المعتقدات حول المدى الذي يعود فيه داء سلوك إلى الفاعل أي المقابل وفي خضم ذلك يمكن ابراز هذا البعد في ادراك الفرد المقاول (الطالب) في عملية التحكم في الظروف الداخلية على غرار كرقابة الداخلية، معارفه ومهاراته في الاداء والظروف الخارجية كالفرص والحواجز والمخاطر المحتملة، وهذا العنصر الذي جاء متذبذبا في نتائج دراستنا، فنجده يتحقق في العنصر الأول وهو ثقة الطالب في قدراته نحو الفكر المقاول هذا بينما غائب في العنصر التالي المتعلق بالعوامل الخارجية حيث أكد الطلبة بأنهم لم يتلقوا التكوين الحقيقي وتطبيقي نظرا لعاملي عدم وجود اليد البشرية المؤهلة التي تزودهم بمختلف المعارف والخبرات، بالإضافة لعدم تطابق البرامج التكوينية واحتياجات السوق.

وفي إطار ما تم التطرق اليه سابقا يمكن التأكيد على ملائمة نظرية السلوك المخطط ومدخل فكري ونظري لمواضيع الفكر المقاولاتي.

خلاصة الفصل

اطلاقاً من التحليل الذي تطرقنا إليه في هذا الفصل، وبعد عرض نتائج الدراسة الميدانية، وذلك من خلال تحليل بيانات الاستمارة التي تم توزيعها على عينة الدراسة المتمثلة في طلبة علوم الاعلام والاتصال وهذا من أجل معرفة اتجاهاتهم حول موضوع دراستنا، تم التوصل إلى أن اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية اتجاه ايجابي وهذا راجع لكونه يقوم على مجموعة من المتغيرات الأساسية المتمثلة في الروح المقاولاتية والتكوين الاكاديمي والبيئة الاجتماعية والتي تتيح للطلبة تأثير ايجابي عالي لإقامة مشاريعهم الريادية.

خاتمة

يتضح جليا من خلال هذه الدراسة في جانبيها النظري والميداني بأن الفكر المقاوالاتي يعتبر أحد الأسس والمتطلبات الضرورية في الدفع بطلبة علوم الإعلام والاتصال وذلك من خلال استظهار وإبراز لقدراتهم الذاتية وروحهم المقاوالاتية وخلق الدافعية لديهم نحو المشاريع المقاوالاتية وتنمية مهاراتهم وتعديل سلوكياتهم وتحفيزهم واستخراج أقصى ما لديهم من الطاقات وتعميق خبراتهم من أجل مساندة ومواكبة مختلف التطورات الحاصلة في مختلف مناحي الحياة، خاصة في ظل وجود مؤسسات وأجهزة تمويلية داعمة ومرافقة للمشاريع الناشئة تسهر السلطات العليا بالبلاد على تفعيلها بالإضافة إلى دور التكوين ومساهمته في بناء اتجاه الطلبة صوب الفكر والمشاريع المقاوالاتية، هو الأمر الذي انعكس إيجابا على خلق تحولات كبرى في الثقافة التعليمية والشبابية، فقد أصبح الطلاب اليوم أكثر اهتماما بتطوير مهاراتهم الريادية والبحث عن فرص الشغل الذاتي لتحقيق استقلالهم المالي والمساهمة في التنمية الاقتصادية حيث تساهم الجامعة بشكل منقطع النظير كمؤسسة مكونة ومشجعة لشباب الجامعي لتبني الفكر المقاوالاتي من خلال إدماج مقاييس حول مجال المقاوالاتية، علاوة على ذلك إقامة أيام ودورات وورشات تكوينية لفائدة شريحة الطلبة لتحضيرهم لمختلف التحديات والرهانات وعلى كافة المستويات الاقتصادية الاجتماعية وغيرها من القطاعات الأخرى حيث يحظى الطالب صاحب المشروع الابتكاري أو براعة اختراع بحصوله على شهادة ثانية في مساره التكويني بالجامعة وهذا التوجه يؤكد على الوعي المتزايد بأهمية زيادة الأعمال في بناء مستقبل مهني ناجح، علاوة على هذا فإن البيئة الاجتماعية والواقع الحياتي يؤدي دورا مهما في التخلص من شبح البطالة إذ تعد هذه المشاريع وسيلة لتفادي قيود العمل التقليدي ونهج جديد لإطلاق مبادراتهم الشخصية بهدف ضمان الاستقرار في الحياة وإثبات لشخصية الشاب الطالب كمقاول حقيقي ناجح مساهما في تنويع الاقتصاد والرفع في عجلة التنمية بالبلاد.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: القواميس والمعاجم

1. ابن منظور لسان العرب دار المعارف القاهرة 650.
2. أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب للنشر وتوزيع القاهرة، 2008.
3. الامام حافظ أبي بكر، معجم المعاني، الكتب العلمية بيروت 2003.
4. جبران مسعود، المعجم اللغوي الرائد، دار العلم للملايين، بيروت، 2007.
5. عبد الغني أبو العزم، معجم الغني الزاهر، مؤسسة الغني للنشر، الرباط، 2013.
6. مجد الدين محمد، قاموس المحيط، دار الحديث، القاهرة، 2008.
7. مجد الدين محمد، قاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة، بيروت، 2005.
8. محمد رواس، معجم لغة الفقهاء، دار النفاس للطباعة، بيروت، 1996.

ثانياً: الكتب

1. انتصار يونس، السلوك الإنساني، المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001.
2. جودة بن جابر، حلم النفس الاجتماعي، مكتبة دار الثقافة، الأردن، 2004.
3. حديدان صبرينة، محاضرات في قياس الاتجاه والرأي العام، تخصص علم الاجتماع والاتصال، جامعه محمد الصديق ابن يحيى، جيجل، 2015-2016.
4. خليل عبد الرحمان المعايطه، علم النفس الاجتماعي، دار الفكر، عمان الأردن، 2000.
5. اسماعيل سيوكر، نجلاء ناجحي، أهمية المنهج الوصفي للبحث في العلوم الإنسانية، مقاليد، ع 16، ورقلة، 2019.
6. سيف الإسلام سعد عمر، الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، دمشق دار الفكر، مكتبة الأسد دمشق، 2009.
7. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، لدار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2019.
8. سعد عبد الرحمن، القياس النفسي، النظرية التطبيقية، هيئة النيل العربية، ط 5، 2005.
9. عباس محمود عوض ورشاد صالح منهري، علم النفس الاجتماعي نظرياته وتطبيقاته، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية 1994.
10. عبد الحليم محمود السيد وآخرون، علم النفس المعاصر، الإسكندرية، مصر، 2000.
11. عبد العزيز محمد حسب الله، أثار دلالة المعنى في تدريج لكثرت وترتيب المفردات في ضوء اتجاهها الموجب والسالب في الخصائص سيكو ميترية للمقياس النفسي وأداء الطلاب عليه واقترح هذا التحليل الاحصائي لبياناته، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، العدد 04، جامعه المنيا، مصر، 2020.
12. عبد اللطيف محمد خليفة، عبد المنعم شحاته محمود، سيكولوجية الاتجاهات المفهوم القياس التعبير، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
13. علي السلمي، تحليل التنظيم السلوكية، مكتبه غريب، القاهرة، مصر، 1975.
14. كمال محمد محمد عويضة، دراسات علمية بين علم النفس والعلوم الأخرى، دارالكتب العلمية، بيروت 1996.
15. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة 03، صنعاء دار الكتب، اليمن.

قائمة المصادر والمراجع

16. محمد عبد العال التعليمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، والوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
17. محمد علي شهاب، سلوك الانساني في التنظيم، دار الفكر العربي، ط2، القاهرة، 1976.
18. محمد محمد قاسم، المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية بلنش، 1999.
19. محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر 2018.
20. محمود فتحي عكاشة ومحمد شفيق زكي، المدخل إلى علم النفس الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، 1997.
21. منذر الضامين، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
22. نوزاد حسن أحمد، المنهج الوصفي، دار الكتب الوطنية للنشر بنگازي، 1996.
23. وليم و. لامبرت - وولاس إ. لامبرت، علم النفس الاجتماعي، ترجمه سلوى الملة، دار الشروق، ط2، القاهرة، مصر 1993.

ثالثاً: أطاريح الدكتوراه ورسائل الماجستير ومذكرات الماستر:

1. باعمر الزهرة، اتجاهات المرأة نحو بعض القضايا الاجتماعية في ظل بعض المتغيرات³ شهادة لنيل الماجستير⁴ علم النفس الاجتماعي⁵ عبد الكريم قريشي⁶ كلية الآداب والعلوم الإنسانية⁷ جامعه قصدي مباح⁸ ورقة⁹ 2005-2006.
2. بن سعد وسيلة، تقييم المؤسسة ودوره في تحقيق ميزة تنافسية، رسالة ماجستير، بن سعد محمد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، 2015-2016.
3. جديدي أمينة، تطور التوجه المقاولات للطلبة الجامعيين، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، سير المؤسسات كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعه مصطفى اسطنبولي، معسكر، 2017.
4. الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولات من خلال تعليم المقاولاتي، أطروحة دكتوراه، علوم في علوم تسيير، جامعه محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2014-2015.
5. حكيم شبوطي، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية، دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه جامعه الجزائر، 2007-2008.
6. حميدة مالكية، محاولة تقييم أدوات التحليل الاستراتيجي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، جامعه ورقة 2008-2009.
7. سامية عزيز، بلقاسم سلاطينية، واقع المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الجزائر دراسة ميدانية لمؤسسة خاصة، شهادة دكتوراه، شهادة علم الاجتماع التنمية، محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014.
8. سفيان بدلاوي، ثقافة المقاولات لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية بولاية تلمسان، أطروحة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع التنمية البشرية، جامعه أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2004-2015.
9. عمور خبزة، الثقافة المقاولاتية لدى الشباب في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص المؤسسة والثقافة الجزائرية، بالهوارى حاج، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعه عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2022-2023.
10. قوراري صونيا، اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية، رسالة لنيل شهادة الماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، بن زروق جمال الدين، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعه محمد خيضر، بسكرة، 2010-2011.
11. كاحلية محي الدين، تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتحقيق التنمية المحلية حالة ولايتي قالمه وتبسة، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم التجارية جامعه 8 ماي 1945، قالمه، 2014-2015.

قائمة المصادر والمراجع

12. مشطوب ريمة، اتجاهات طلب الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي، رسالة نيل شهادة الماجستير، كمال بلخيري كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2016-2017.
13. واهم ليندة، دور الدار المقاولاتية في مرافقة ودعم الطلبة حاملين المشاريع المصغرة، دراسة حاله، دار المقاولاتية لجامعة (بسكرة ورقلة)، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في اقتصاد وتسيير المؤسسات، كلية الاقتصادية والتجارية جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 10.2020.
- رابعاً: مقالات علمية**
1. إبراهيم بيض القول وتجاني منصور بعنوان "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو النشاط المقاولاتي" -دراسة ميدانية على عينة من طلبة الخلفة-مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية، العدد الثامن سنة 2019.
2. أحمد ليتيم، زرواطي حمزة، ثقافة المقاولات لدى الشباب الجزائري، مجلة المخبر للتطوير المستدام، العدد 1، الجزائر 2020.
3. باسم يوسف محمد المؤذن وأحمد ممدوح قاسم، "اتجاهات الشباب الجامعي نحو تبني المشروعات الصغيرة" دراسة مقارنة بين جامعتي حلوان وأسوان، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد 02، مصر، سنة 2020.
4. بن الشيخ بو بكر الصديق بعنوان "محددات التوجه المقاولاتي لطلبة الجامعيين" - دراسة ميدانية على عينة من طرف الجامعة سكيكدة- مجلة الباحث الاقتصادي، العدد الثامن، سنة 2013.
5. حاج ابراهيم، فايزة، المقاولاتية في الجزائر بين القوانين المسيرة والواقع المعاش، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير، العدد 2، الجزائر، 2019.
6. حسني بودية، استراتيجية التكوين الجامعي وأثرها في تنمية ثقافة المقاولات، مجلة كلية العلوم الاقتصادية والمالية، العدد 23، الجزائر، 2021.
7. دباب انيس، صالحى ناجية، عوامل توجه طلب الجامعيين نحو اقامة المؤسسات المصغرة، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد 15، الجزائر، مخبر إدارة أعمال المؤسسات الاقتصادية المستدامة، 2022.
8. سعود وسيلة وفرحات عباس بعنوان "التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين في الجزائر"- دراسة حالة عينة من طلبة جامعة البويرة- مجلة مجاميع المعرفة، العدد الأول، سنة 2020.
9. سلوى أحمد أمين ووسن ناصر محمد وكان موضوع دراستهما تحت عنوان قياس اتجاهات طلبة الجامعة نحو ريادة الأعمال مجلة كلية التربية الأساسية، العدد 102، بغداد العراق، سنة 2018.
10. عبد الرحمن بن عبد العزيز مازي، "حاضنات الأعمال: آداب فعالة للنمو الاقتصادي"، العدد 884، جريدة الوطن المملكة العربية السعودية، مارس، 2003.
11. عبد الوهاب زرقان، تحديات المقاولات في الجزائر بين الثقافة المقاولاتي هو التمويل، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية العدد 22، الجزائر، 2022.
12. فدوى عامر، الجامعة ودورها في تشجيع الابداع والابتكار لدى الطالب، مجلة الاستراتيجية والتنمية البشرية، العدد 16 الجزائر، 2022.
13. محمد بن بوزيان، طاهر زباني، "دور تكنولوجيا الحاضنات في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، المؤتمر الدولي متطلبات.

قائمة المصادر والمراجع

14. محمد رضى شيخ أحمد، المقاولاتية لدى طلبة الجامعيين العزوف والمعوقات، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 5، الجزائر، 2019.
15. محمد سلمان فياض الخزاولة، "دور جامعة الزرقاء في تنمية اتجاهات شباب نحو ممارسة العمل الحر" مجلة الدراسات العلوم التربوية، العدد 04، الأردن، سنة 2016.
16. مولاي بكير سفيان، قمر مسعودي، دور الابتكار والابداع في نجاح المشروع المقاولاتي، مجلة تكنولوجيا الابتكار، العدد 1، الجزائر، 2018.
17. نبيل محمد شلبي، "نموذج مقترح لحاضنة تقنية في المملكة العربية السعودية"، ندوة واقع ومشكلات المنشآت الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، 2022.
18. نصر الدين عفيف، ابتسام عماري، المقاولاتية في الجزائر بين القوانين المسيرة والواقع المعاش، مجلة استراتيجية وتنمية الموارد البشرية، العدد 30، الجزائر، 2023.
19. هشام بروال وجهاد خلوط، التعليم المقاولات وحتمية الابتكار في المؤسسات الناشئة، مجلة معيد العلوم الاقتصادية مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 20، الجزائر، 2017.

خامسا: المواقع الإلكترونية:

1. <https://www.rowadalaamal.com>

سادسا: المراجع الأجنبية

1. Alexandros G Sahinidis–Panagiotis A. Tsaknis, Shaping entrepreneurial intentions: the impact of entrepreneurship education on university students, the malopolska school of economics in tarnow research of economics, 2020.
2. Doval, "Le changement la culture entrepreneuriale vers le développement durable", document, Universite, Spru Hart, Faculté de Management Brasov, LcBabes, no/bl, Sc ap 8, Roumanie.
3. DuvikaSukumar –K.S.Gayathri–Preethar, a study on students attitude towards entrepreneurship with reference to final year postgraduate students of Ernakulam district, international journal of health science,s3,2022.
4. Icek Ajzen, Nature anadoperation of attituden, department of psychology, university of mossachttts, amherst Massachusetts, 2001.
5. Icek Ajzen, theory of plannedbehaviornizationalbehavior and human Pecision Processes 50, 179, 211 (1991) university. Massachusetts at Amherst.
6. Jean–Pierre Boissin, B. Branchet–R. Benrdjem, J.Schnaps, Comparaison des intentions entrepreneuriales des étudiants : cerag,e4, 2009.

قائمة المصادر والمراجع

7. Williams, "Keywords: A Vocabulary of Culture and Society", Fontana, GroomHelm, London, 1976.

الملاحق

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



استمارة استبيان

في إطار تحضير مذكرة تخرج ضمن متطلبات الصول على شهادة ماستر تحت عنوان:

اتجاهات طلبة علوم الإعلام و الاتصال نحو المشاريع المقاولاتية
-دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة قالمة-

السيدات - السادة :

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسرنا إن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يهدف معالجة موضوعنا اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو المشاريع المقاولاتية كجزء من متطلبات مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة.
نأمل أن تتكرموا بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بصراحة تامة و صدق و بكل موضوعية يرجى وضع علامة { X } أمام الإجابة المناسبة وفي الخانة المخصص في ذاك ونحيطكم علما بان إجاباتكم ستكون سرية ولن تستخدم إلا بهدف البحث العلمي.

تحت إشراف الأستاذ:

د. زغدود مبارك عبد الرحمان

من إعداد:

❖ مزياني دنيا

❖ قلبي إيمان

❖ ساحلي سعيدة

السنة الجامعية: 2023-2024

الملاحق

المحور الأول: اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو دوافع إنشائهم المشاريع المقاولاتية.

الرقم	العبارات	مؤيد	محايد	معارض
1	يفضل طلبة علوم الإعلام والاتصال العمل في القطاع الخاص بعد التخرج من الجامعة			
2	يرى طلبة علوم الإعلام والاتصال النشاط المقاولاتي طموح بالنسبة لهم			
3	يملك طلبة علوم الإعلام والاتصال القدرة على التخطيط وإدارة المشاريع الخاصة بهم			
4	يملك طلبة علوم الإعلام والاتصال روح المخاطرة لإنشاء مشروع خاص			
5	يواجه طلبة علوم الإعلام والاتصال عدة صعوبات وعوائق في إقامة مشاريع أعمال مقاولاتية			
6	في حالة فشل المشروع الخاص بك تفكر في إيجاد حلول			

المحور الثاني: اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو تكوينهم الأكاديمي لإنشاء المشاريع المقاولاتية

الرقم	العبارات	مؤيد	محايد	معارض
1	يشارك طلبة علوم الإعلام والاتصال في مختلف الفعاليات والنشاطات الخاصة بالمشاريع المقاولاتية			
2	يحتاج طلبة علوم الإعلام والاتصال إلى مقاييس نظرية متنوعة على كل المستويات في مجال المقاولاتية.			
3	يحتاج طلبة علوم الإعلام والاتصال إلى تكوين تطبيقي ميداني نوعي			
4	تساهم حاضنات الأعمال في زيادة تكوين طلبة علوم الإعلام والاتصال حول المشاريع المقاولاتية			
5	يملك طلبة علوم الإعلام والاتصال الاطلاع الكافي على قوانين ريادة الأعمال.			
6	عرض التجارب الناجحة للمشاريع المقاولاتية خلال تكوين الطلبة يخلقلديهم دافع لإقامة مشاريع ريادة الأعمال.			

المحور الثالث: اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو البيئة الاجتماعية لإنشاء المشاريع المقاولاتية

الرقم	العبارات	مؤيد	محايد	معارض
1	توفر الجامعة كفاءات بشرية مؤهلة الاقامة مشاريع مقاولاتية ناجحة			
2	يمكن للمشاريع المقاولاتية من توفير مناصب شغل للتقليل من البطالة			
3	يوفر قانون 1275 الإطار القانوني الضروري لتأسيس وتشغيل المشاريع المقاولاتية بشكل قانوني ومنظم			
4	يفضل طلبة علوم الإعلام والاتصال الحصول على الدعم الأسري لإقامة مشاريع ريادة			
5	تعتبر كل من أجهزة التمويل anssj. cnac. angem محفزة لإنشاء مشروعك			
6	تعتبر الإعفاءات من الإقساط والضرائب مشجع لإنشاء مشروع			