



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

شعبة: علم الاجتماع

تخصص: تنظيم وعمل

الثقافة المقولائية ودورها في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة قالمة

إشراف

د. نجيمة قرزط

إعداد الطالبتين

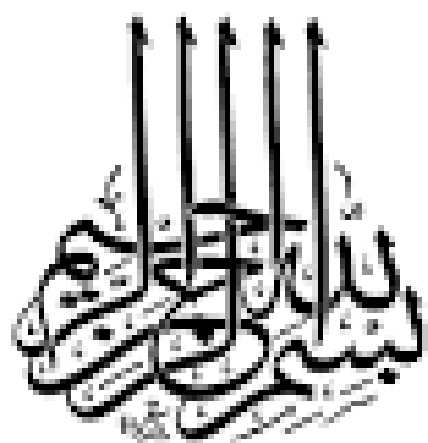
شيماء خلفه

زهرة بدواور

لجنة المناقشة

رئيسا	أ.د. سمير قريد
مشرفا ومقررا	د. نجيمة قرزط
ممتحنا	د. مهدي لعموري

السنة الجامعية: 2024-2025



يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا

العلم درجات

"صدق الله العظيم"

شكر وتقدير

قال الله تعالى

﴿وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ﴾ لقمان 12

قبل كل شيء نتقدم بالشكر والحمد لله سبحانه وتعالى

الذي ساعدنا للوصول إلى هذه المرحلة الدراسية

والذي ساعدنا في التقدم نحو هدفنا وهو إنجاز هذه المذكرة

ثم نتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى من كانت قدوة لنا في هذا البحث العلمي

فكانت خير موجه بنصائحها القيمة لإتمام هذا العمل

وبأخلاقها الطيبة التي يتشرف أي طالب بأن يتخذها أستاذة مشرفة

الدكتورة فريدة نجيمة

لك منا كل الشكر والتقدير

كما نتقدم بالشكر والتقدير لأساتذتنا الكرام لجنة المناقشة

لتفضلهم بمناقشة هذا العمل المتواضع

لكل أساتذة قسم علم اجتماع

كما نشكر كل من ساهم ولو بكلمه في مساعدتنا على إتمام هذا العمل

شكرا لكم جميعا

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من قال فيهما الرحمن جلى وجهه
﴿وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِنَّمَا يُبَلِّغَنَّ عَنْكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا
أُفٍّ وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ۖ وَخَفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي
صَغِيرًا﴾

إلى الذي أفنى حياته جدا وكدا في تربيتي وتعليمي
إلى من كان سند الروح ورافقي في مشواري
إلى الشجرة التي تظلني والقمر الذي يرسم لي طريقا لأهتدي إليه
إلى النجم الذي بنوره أبصرت وبه مشيت وبه كنت ومازلت

إلى أبي العزيز

إلى التي كان صدرها وسادة وطاعتها عبادة وحبها وعطفها منبع صبر وإرادة
إلى التي صبرت فنالت وأرادت فطالت
إلى التي بنصحها اهتديت وبدعائها وفقت وبرضوانها سأبلغ ما أردت وما طمحت

إلى أمي الغالية

إلى أخوات الأعزاء كلهم باسمه إسحاق، ملاك، عبد الرحمن
وفقكم الله في حياتكم ودراستكم وعملكم وأنار الطريق أمامكم
إلى سندي الدائم أكبر داعم لي في الحياة
كلمات الشكر لا توفيك شكرا على ما قدمته على ما ستقدمه
إلى أقرب الناس إلى قلبي صديقتي ورفيقة دربي التي قضيت معها أجمل أيام الدراسة

شيء

إلى زميلاتي كل باسمه
إلى كل الأساتذة إلى كل من حملته ذاكرتي ولم تحملهم منكرتي

زهرة بدواور

إهداء

اللهم لك الحمد والشكر على البدء والختام لأنك وفقنتني لإتمام هذا العمل وتحقيق حلمي...
لم تكن الرحلة قصيرة ولم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوفا بالتسهيلات لكني فعلتها
وفي اللحظة أكثر فخرا أهدي تخرجي إلى من أحمل اسمه من دعمني بلا حدود وبلا مقابل
إلى من علمني أن الدنيا كفاحها العلم والمعرفة وقودتي في كل خطوة أخطوها

أبي الغالي

شكرا لثقتك ولنصائحك فهذا النجاح هو ثمرة دعمك وتضحياتك
إلى من كانت دعواتها سر نجاح لي وكانت معي في كل حالات وظروفي
وتحملت كل لحظة ألم مررت بها وساندتني عند ضعفي

أمي الغالية

فلا طالما عاهدتك بالنجاح ها أنا اليوم أتممت وعدي وأهديته إليك

إلى أخوائي الأعمام

أنتم السند والدعم شكرا لوجودكم بجانبني ولحبكم الذي يمنحني الدعم والتشجيع
إلى أبنائهم الصغار **تقوى، محمد، توبة ربيع، أويش، محمد الودود**
وفقههم الله وسدد خطاهم

إلى سدي الدائم

أكبر داعم لي في الحياة كلمات الشكر لا تفيك شكرا على كل ما قدمته وما ستقدمه
إلى صديقة المواقف لا السنين شريكة الدرب والطموح التي دعمتني في
الأوقات الصعبة وكانت موضع اتكاء عثرات حياتي

صديقتي زهرة

وأحب أن أختتم هذا الإهداء إلى أصحاب الفضل العظيم أساتذتي الأعزاء
"أستاذة قسم علم الاجتماع" الذين علموني وأرشدوني ووجهوني
وإلى جميع زملاء الدراسة "طلبة قسم علم الاجتماع تنظيم وعمل" وكل من
دعمني وساندني في إنجاز هذا البحث

شيماء خليفة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة	
04	تمهيد
05	أولاً- إشكالية الدراسة
06	ثانياً- فرضيات الدراسة
07	ثالثاً- أسباب اختيار الموضوع
08	رابعا- أهمية وأهداف الدراسة
09	خامسا- تحديد مفاهيم الدراسة
22	سادسا- الدراسات السابقة
34	سابعا- المقاربة النظرية
36	خلاصة
الفصل الثاني: التحليل السوسيولوجي للثقافة المقاوالاتية	
38	تمهيد
39	أولاً- التطور التاريخي للثقافة المقاوالاتية في الجزائر
42	ثانياً- مكونات وخصائص الثقافة المقاوالاتية
44	ثالثاً- عناصر وأبعاد الثقافة المقاوالاتية
48	رابعا- الأهمية الاجتماعية والاقتصادية للثقافة المقاوالاتية
48	خامسا- مقومات البيئة الجامعية في تعزيز الثقافة المقاوالاتية
49	سادسا- نماذج وقنوات نشر الثقافة المقاوالاتية وسبل ترقياتها
52	سابعا- دور الجامعة في تعزيز الثقافة المقاوالاتية لدى الطلب الجامعيين
54	ثامنا- إجراءات الدولة لنشر الثقافة المقاوالاتية في الجامعات ومخابر البحث العلمي
55	تاسعا- التحديات التي تواجه الثقافة المقاوالاتية في الجامعة الجزائرية

58	خلاصة
الفصل الثالث: أساسيات الإبداع والابتكار لدى الطالب الجامعي	
60	تمهيد
61	أولاً- خصائص ومكونات الإبداع والابتكار
63	ثانياً- أهمية ومحفزات الإبداع والابتكار
67	ثالثاً- أنواع ومستويات الإبداع والابتكار
70	رابعاً- النظريات والنماذج المفسرة للإبداع والابتكار
76	خامساً- مميزات وسمات شخصية الطالب المبدع
79	سادساً- مصادر الإبداع والابتكار
82	سابعاً- مراحل العملية الإبداعية والابتكارية
84	ثامناً- أوجه الاختلاف بين الإبداع والابتكار
85	تاسعاً- عوامل تنمية الإبداع والابتكار ومعوقاته
89	خلاصة
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	
91	تمهيد
92	أولاً- الدراسة الاستطلاعية
92	ثانياً- مجالات الدراسة
93	ثالثاً- منهج الدراسة
95	رابعاً- مجتمع الدراسة
95	خامساً- عينة الدراسة
96	سادساً- أدوات جمع البيانات
101	خلاصة
الفصل الخامس: عرض وتحليل ومناقشة البيانات الميدانية	
101	تمهيد
102	أولاً- عرض عام للبيانات الميدانية
143	ثانياً- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات الجزئية
145	ثالثاً- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة
148	رابعاً- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء المقاربة النظرية
149	خامساً- النتائج العامة للدراسة

فهرس المحتويات

150	سادسا - توصيات الدراسة
152	خلاصة
154	خاتمة
156	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تطور المشاريع الممولة وأثر الشغل للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ والصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC	40
02	أبعاد الثقافة المقاولاتية	45
03	يبين الفرق بين الإبداع والابتكار	84
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	102
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	103
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	103
07	يوضح آراء الطلبة حول مفهوم الثقافة المقاولاتية	105
08	يتعلق بمدى توفير مقررات دراسية حول الثقافة المقاولاتية	106
09	يوضح ما إذا تم التواصل مع دار المقاولاتية	108
10	يبين ما إذا كانت الجامعة تقدم الدعم لطلابها للولوج إلى المجال المقاولاتي	109
11	يبين مدى اطلاع الطلبة على القوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء المقاولات	111
12	يوضح ما إذا كانت التظاهرات العلمية التي تقدمها الجامعة تحث على إنشاء مشاريع مقاولاتية	113
13	يوضح الطرق التي تستخدمها الجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية	114
14	يوضح مدى فاعلية الطرق التي تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية	117
15	يوضح دور المقاولاتية وحاضنة الأعمال الجامعية في نشر الثقافة المقاولاتية	118
16	يوضح ما إذا كانت الجامعة تعمل على اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها	120
17	يوضح ما إذا قدمت الجامعة تكريم للطلبة المبتكرين	122
18	يبين ما إذا تم تقديم التشجيع من طرف الأساتذة للطلبة على تقديم المشاريع الابتكارية	124
19	يوضح دور التعليم الجامعي في تنمية الابتكار لدى الطالب	126
20	يوضح مدى تنظيم الجامعة مسابقة لذوي الأفكار الابتكارية من طلابها	128
21	يبين قدرة الطالب الجامعي على إنشاء مشروع مقاولاتي	129

22	يوضح ما إذا كان هناك هيئات استشارية بالجامعة تحتضن الطلبة الراغبين بإنشاء مشاريع مقاولاتية	130
23	يوضح مدى مساهمة الجامعة في خلق بيئة محفزة للعمل الإبداعي	132
24	يبين ما إذا قامت الجامعة بتقديم برامج تدريبية على استخدام التكنولوجيا الحديثة	133
25	يبين وجهة نظر الطالب الجامعي لتنمية الابتكار لديه	134
26	يوضح مدى تأثير المحيط الاجتماعي والثقافي في تصور الطالب للثقافة المقاولاتية	136
27	يوضح ما إذا كان للطالب الجامعي خوف من المخاطرة لإنشاء مشروع مقاولاتي	137
28	يوضح العراقيل التي تواجهها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية	139
29	يوضح الصعوبات التي تواجه الطالب الجامعي لإنشاء مشروع مقاولاتي	141

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح أثر المعايير البيئية للنشاط المقاولاتي	49
02	يبين نموذج الثقافة المقاولاتية المقدمة من طرف ستيفان Stephan	51
03	يوضح مراحل العملية الإبداعية والابتكارية	81
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	102
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	103
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	104
07	يوضح آراء الطلبة حول مفهوم الثقافة المقاولاتية	105
08	يتعلق بمدى توفير المقررات الدراسية حول الثقافة المقاولاتية	106
09	يوضح ما إذا تم التواصل مع دار المقاولاتية	108
10	يبين ما إذا كانت الجامعة تقدم الدعم لطلابها للولوج إلى المجال المقاولاتي	109
11	يبين مدى اطلاع الطلبة على القوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء المقولة	111
12	يوضح ما إذا كانت التظاهرات العلمية التي تقدمها الجامعة تحت على إنشاء مشاريع مقاولاتية	113
13	يوضح الطرق التي تستخدمها الجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية	115
14	يوضح مدى فاعلية الطرق التي تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية	117
15	يوضح دور دار المقاولاتية وحاضنة الأعمال الجامعية في نشر الثقافة المقاولاتية	119
16	يبين ما إذا كانت الجامعة تعمل على اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها	120
17	يوضح ما إذا قدمت الجامعة تكريم للطلبة المبتكرين ونوعه	122
18	يبين ما إذا تم تقديم التشجيع من طرف الأساتذة للطلبة على تقديم مشاريع ابتكارية	124
19	يوضح دور التعليم الجامعي في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي	126
20	يوضح مدى تنظيم الجامعة مسابقة لذوي الأفكار الابتكارية من طلابها	128
21	يبين قدرة الطالب الجامعي على إنشاء مشروع مقاولاتي	129
22	يوضح ما إذا كانت هناك هيئات استشارية بالجامعة تحتضن الطلبة الراغبين بإنشاء مشاريع مقاولاتية لدعمهم وتزويدهم بالخبرات	130

23	يوضح مساهمة الجامعة في خلق بيئة محفزة للعمل الإبداعي	132
24	يبين ما إذا قامت الجامعة بتقديم برامج تدريبية على استخدام التكنولوجيا الحديثة التي تسمح بالتواصل مع أصحاب المشاريع الابتكارية بالخارج	133
25	يبين وجهة نظر الطالب الجامعي لتنمية الابتكار لديه	134
26	يوضح مدى تأثير المحيط الاجتماعي والثقافي في تصورك للثقافة المقاولاتية	136
27	يوضح ما إذا كان للطالب الجامعي مخاوف من المخاطرة كحد من توجهه نحو المشاريع المقاولاتية	137
28	يوضح العراقيين التي تضعف من نشر الثقافة المقاولاتية في الجامعة	139
29	يوضح الصعوبات التي تواجه الطالب الجامعي لإنشاء مشروع مقاولاتي	141

مقدمة

فرضت التغيرات الاقتصادية والاجتماعية في الآونة الأخيرة على الاقتصاد الوطني ضرورة الاهتمام بتنويع الدخل وتبني فكرة المقاولاتية، باعتبارها توجها مستحدثا في مختلف القطاعات بما فيها قطاع التعليم العالي، خاصة في اقتصاديات الدول المتقدمة وكذلك الدول النامية. وفي هذا السياق، تعتبر الثقافة المقاولاتية أداة لتعزيز النمو والتطور الاقتصادي والاجتماعي في شتى مجالاته المحلية منها والدولية، من خلال تشجيع الإبداع والابتكار والمبادرة في إنشاء المشاريع وتنفيذها وتحمل المخاطر.

فالثقافة المقاولاتية تعد خطوة مهمة في حياة الفرد والمجتمع، فهي تشجع الشباب على انشاء مشاريع خاصة من خلال ترسيخ الفكر المقاولاتي والوعي بضرورة الاعتماد على النفس، والعمل على تطوير أفكارهم في الواقع، والتركيز على إنشاء مؤسسات ناشئة تلعب دورا مهما في الاقتصاد وتعزز الابتكار والابداع والتنافسية. هذه الأخيرة بدورها تعد من أهم العوامل التي تساهم في تكوين جيل جديد من المقاولين القادرين على مواجهة تحديات سوق العمل والحد من البطالة والمساهمة في نمو الاقتصاد الوطني، وهذا لا يأتي إلا من خلال توفير بيئة جامعية محفزة تدعم التفكير النقدي وتشجع على التجريب والمخاطرة كما أن الإدماج بين التعليم الأكاديمي والتطبيق المقاولاتي يعد من الأساسيات التي تساهم في تكوين شخصية الطالب الجامعي، وذلك عبر برامج دعم المؤسسات الناشئة والحاضنات الجامعية ومسرعات الأعمال التي تسهم بشكل جمعي في تنمية المهارات الشخصية والمهنية للطالب وجعله أكثر استعدادا للانخراط في سوق العمل وتأسيس مشروعه الخاص.

وفي هذا السياق، تلعب الجامعة دورا حاسما في دعم هذا التوجه من خلال توفير بيئة مشجعة على العمل الإبداعي والابتكاري، وتطوير مناهج تعليمية تراعي الجوانب التطبيقية والمهارية، وخلق شركات مع قطاع الأعمال والصناعة وتشجيع الطلبة على خوض تجارب ريادية من خلال نوادي ريادة الأعمال وحاضنات المشاريع الجامعية، وبرامج التوجيه والإرشاد. فالجامعة كمؤسسة تعليمية، تثقيفية دورها لا يقتصر على تلقين معارف نظرية فحسب، بل لابد من الجمع بين النظري والميداني معا. وفي هذه المرحلة يعتبر الطالب الجامعي الرأس المال الحقيقي لأي مجتمع وأساس تحريك عجلة التنمية، والشعار الذي تقوم عليه المقاولاتية "أن طالب اليوم هو مقاول الغد"، وهو الأساس في تطوير الاقتصاد الوطني. وعليه، فإن إنشاء المشاريع الخاصة مرتبط بمدى نشر الثقافة المقاولاتية وتعزيز الابتكار في المحيط الجامعي، وهنا يكمن دور المؤسسات المرافقة للطالب الجامعي كدار المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية، سعيا منهم لترقية الفكر المقاولاتي وتطويره في مختلف المجالات.

وتعد الثقافة المقاولاتية منطلقا أساسيا للطلبة في البيئة الجامعية، وذلك لما لها من دور في اكتشاف القدرات والمواهب خاصة من طرف المسؤولين في هذا المجال، ومحاولة تبني أفكارهم من خلال مسابقات تقوم بها الجامعة وتحتضن من خلالها أفضل الأفكار وتحاول تجسيدها في الواقع.

وفي هذا السياق، فقد تناولنا في دراستنا الموسومة بالثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي خمسة فصول، منها ما هو نظري ومنها ما هو ميداني، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

الفصل الأول: اشتمل على الإطار التصوري للدراسة حيث تضمن تحديد إشكالية الدراسة، تساؤلاتها وفرضياتها، أهمية وأهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة، الدراسات السابقة التي تعد مرجعا هاما للدراسة، وصولا إلى المقاربة النظرية المتبناة في الدراسة.

الفصل الثاني: تضمن تحليل سوسيولوجي للثقافة المقاولاتية، حيث تم التطرق فيه إلى التطور التاريخي للثقافة المقاولاتية في الجزائر، مكونات وخصائص الثقافة المقاولاتية، عناصر وأبعاد الثقافة المقاولاتية، الأهمية الاجتماعية والاقتصادية للثقافة المقاولاتية، مقومات البيئة الجامعية في تعزيز الثقافة المقاولاتية، نماذج وقنوات نشر الثقافة المقاولاتية وسبر ترقيتها، دور الجامعة في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، إجراءات الدولة لنشر الثقافة المقاولاتية في الجامعات ومخابر البحث العلمي، وفي الأخير التحديات التي تواجه الثقافة المقاولاتية في الجامعة الجزائرية.

أما الفصل الثالث: فقد تناولنا فيه أساسيات الإبداع والابتكار لدى الطالب الجامعي حيث تضمن خصائص ومكونات الإبداع والابتكار، أهمية ومحفزات الإبداع والابتكار، أنواع ومستويات الإبداع والابتكار، النظريات والنماذج المفسرة للإبداع والابتكار، مميزات وسمات شخصية الطالب المبدع، ومصادر الإبداع والابتكار، مراحل العملية الإبداعية والابتكارية، أوجه الاختلاف بين الإبداع والابتكار وأخيرا عوامل تنمية الإبداع والابتكار.

الفصل الرابع: تم عرض فيه الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، حيث تضمن الدراسة الاستطلاعية ومنهج الدراسة ومجتمعها، عينة الدراسة، وأدوات جمع البيانات.

الفصل الخامس: تم التطرق فيه لعرض عام للبيانات الميدانية، مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات الجزئية، مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة، مناقشة نتائج الدراسة على ضوء المقاربات النظرية، النتائج العامة للدراسة، وأخيرا توصيات الدراسة.

الفصل الأول

الإطار التصوري للدراسة

تمهيد

أولاً- إشكالية الدراسة

ثانياً- فرضيات الدراسة

ثالثاً- أسباب اختيار الموضوع

رابعاً- أهمية وأهداف الدراسة

خامساً- تحديد مفاهيم الدراسة

سادساً- الدراسات السابقة

سابعاً- المقاربة النظرية

خلاصة

تمهيد

يعتبر الإطار التصوري للدراسة مرحلة أساسية وهامة في مراحل البحث العلمي، بشكل عام والبحث الاجتماعي بشكل خاص، فهو يعكس بلورة التصور الذهني الذي سيتم من خلاله رسم جميع معالم الدراسة وأهدافها وغاياتها.

وعليه، سنتناول في هذا الفصل إشكالية الدراسة، وفرضياتها، أسباب اختيار الموضوع الذاتية والموضوعية، أهمية وأهداف الدراسة، تحديد المفاهيم المرتبطة بالدراسة، واستعراض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث، وفي الأخير نتناول المقاربة النظرية المتبناة في الدراسة.

أولاً - إشكالية الدراسة

إن تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتشجيع إنشائها، يعد من أهم روافد التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول بشكل عام، والدول النامية بشكل خاص، وذلك باعتبارها منطلقاً أساسياً لزيادة الطاقة الإنتاجية، والمساهمة في معالجة مشكلتي الفقر والبطالة، ولذلك أولت دول كثيرة هذه المشاريع اهتماماً متزايداً، بحيث قدمت لها العديد من المساعدات الخاصة بعد أن أثبتت قدرتها وكفاءتها في معالجة المشكلات الرئيسية التي تواجه الاقتصاديات المختلفة، وبدرجة أكبر من الصناعات الكبيرة.

وفي هذا السياق، ظهرت العديد من الظواهر والمفاهيم الاقتصادية الجديدة، كمفهوم المقاولاتية، هذه الأخيرة أصبحت من المواضيع الهامة بالدراسة والتحليل، فقد توجه الاهتمام في السنوات الأخيرة إلى الفكر المقاولاتي، باعتباره من أهم السياسات الهادفة لتخفيض نسبة البطالة واستغلال الطاقات المعطلة في المجتمع، وتشجيع المنافسة والابتكار والإبداع، وذلك بتطوير المؤسسات الناشئة، والذي يتطلب نشر ثقافة المقاولاتية في أوساط أهم الشرائح الاجتماعية (الطلبة)، وتحديد خريجي الجامعات وذوي الأفكار الإبداعية والابتكارية.

ونظراً لعدم قدرة الدول على توفير مناصب شغل كافية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة، تشجيع الشباب الجامعي لإنشاء مؤسسات خاصة، والتي تعبر عن الموروث الثقافي الذي يكتسبه الفرد من الحقل الاجتماعي عبر آليات التنشئة الاجتماعية. وهو ما يعتبر إعادة إنتاج للفعل المقاولاتي، وعليه تلعب ثقافة المجتمع دوراً أساسياً في خلق ثقافة المقاولاتية، هذه الأخيرة تدرج أهميتها في المجتمع وفي مختلف الحياة الاجتماعية.

وعليه من خلال الاتفاقيات المبرمة بين وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وبين وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي، والتي نشأ عنها هيئة سميت بدار المقاولاتية المتواجدة في العديد من الجامعات الجزائرية، وبناء على هذه الأوضاع سعت المؤسسات إلى دمج المقاولاتية ضمن مناهج التعليم العالي، لما لها من دور في امتصاص البطالة هذا من جهة ومن جهة أخرى تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية، وبالتالي ترقية روح المقاومة لدى الطلبة الجامعيين لإنشاء مؤسسات ناشئة واحتكار القطاع العمومي، إذ أصبحت تمثل العمود الفقري للنمو الاقتصادي كما ترسم للأفراد مسارات التفوق والمنافسة وتتيح لهم إمكانية المبادرة الذاتية سواء كانت فردية أو جماعية للإبداع والابتكار، من أجل إنشاء مؤسسات وتخطيط المشروعات ورفع من مستويات الإنتاج.

وللمقاولاتية أهمية كبيرة في تجديد وإعادة الهيكلة في المشروعات الاقتصادية وتنميتها وتطويرها، وإحداث تغييرات هامة وجعلها أكثر إبداعاً وتنظيماً، من خلال التغيير في مجال الأداء وأنظمة الموارد والمصر، بالإضافة

إلى ثقافة المنظمة وإعادة صياغة الإجراءات والمعايير المؤسسية فيها. وتمنح هذه الأخيرة ميزة تنافسية كونها تركز على المخاطرة، لكن في المقابل تحصل على أرباح أكبر من فرص الخسارة، حيث تمثل أداة فعالة لخلق فرص العمل والرفع من الإنتاجية. وكذا مكافحة الفقر من خلال مساعدة فئات من السكان على التكفل بأنفسهم، وتكوين مستقبلهم.

وفي هذا الإطار يتضح أن التعليم المقاولاتي هو مجموعة الأنشطة والأساليب التعليمية، التي تهدف إلى غرس روح المقاولاتية لدى الطلبة وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتأسيس مشاريعهم الخاصة، وبدورها تمكنه الثقافة المقاولاتية من اكتشاف مدى استعدادده ليكون مقاولاً أم لا، كما تمكنه من إدراك ما يلزمه ليكون مقاولاً محترفاً، من خلال كيفية تحويل الفكرة إلى مشروع ناجح وغرس روح المبادرة واقتناص فرص النجاح إلى غير ذلك، والشعار الذي تقوم عليه المقاولاتية أن طالب اليوم هو مقاول الغد وهو الأساس في إنشاء وتطوير المشاريع. وعليه، فإن نجاح عملية غرس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي تحتاج إلى تكامل كل من مؤسسات التعليم العالي والمؤسسات الاقتصادية حيث يسهم كل منه في دعم الآخر بشكل كبير، إضافة إلى توفير بيئة محفزة ومشجعة لتعلم المقاولاتية وتنمية روح الإبداع والابتكار وبالمحيط الجامعي.

ولدراسة هذا الموضوع وإبراز أهم السبل لتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي قمنا بطرح الإشكالية التالية:

✓ التساؤل الرئيسي

هل للثقافة المقاولاتية دور في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي؟

✓ التساؤلات الفرعية

- هل هناك طرق تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي؟
- هل تساهم الجامعة في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي؟
- هل هناك معوقات تحول دون تحقيق الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي؟

ثانياً - فرضيات الدراسة

الفرضية هي حل مؤقت للمشكلة وتفسير علمي لظاهرة معينة، كما أنها توقعات لنتائج أو استنتاجات محتملة. (1)

وتتضمن دراستنا فرضية رئيسية تعكس الإجابة المقترحة لإشكالية البحث وتتمثل فيما يلي:

¹ - ناهد عبد زيد الدليمي: أسس وقواعد البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2016، ص51.

✓ الفرضية الرئيسية

للتقافة المقاولاتية دور في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي.

✓ الفرضيات الفرعية

- الفرضية الأولى: تستخدم الجامعة طرق فعالة في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي.
- المؤشرات: (الملتقيات والأيام الدراسية حول المقاولاتية، حاضنة الأعمال وما تقدمه من ندوات حول الفكر المقاولاتي، التوجيه والإرشاد من قبل الخبراء وأصحاب الأعمال -دار المقاولاتية-، التعاون مع الشركات والمؤسسات للدعم، محتوى أكاديمي في المقاولاتية، منافسات ريادة الأعمال).
- الفرضية الثانية: تساهم الجامعة في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي.
- المؤشرات: (تحفيز التفكير الابتكاري، تعزيز المهارات العلمية والعملية لدى الطالب الجامعي في مجال الابتكار، تعزيز الثقة بالنفس، خلق بيئة محفزة ومشجعة على إنشاء مؤسسات ناشئة، تشجيع الطالب على المبادرة والمخاطرة، تحسين مهارات العمل الجماعي، تعزيز المشاركة بأفكار ابتكارية داخل الجامعة وخارجها، استخدام التكنولوجيا الحديثة التي تسمح بالتواصل مع أصحاب المشاريع الابتكارية بالخارج).
- الفرضية الثالثة: هناك عدة معوقات تحول دون تحقيق الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي.
- المؤشرات: (نقص الدعم المادي والمعنوي، البيئة الثقافية والاجتماعية غير محفزة، ضعف البنية التحتية لدعم ريادة الأعمال، عدم اهتمام الطلبة بالمؤسسات المشجعة على المقاولاتية (حاضنات الأعمال، دار المقاولاتية)، نقص الوعي بالثقافة المقاولاتية، الضغط الأكاديمي والتخصصات التقليدية، قلة التجارب العملية والتدريب الميداني، الخوف من المخاطرة، قلة الفرص لتطوير المشاريع، القيود القانونية والإدارية).

ثالثاً- أسباب اختيار الموضوع

لكل دراسة علمية خلفية تكون سبب رغبة البحث لدراسة الظاهرة ما، فهناك أسباب ذاتية تخص الباحث نفسه، وهناك أسباب موضوعية تتعلق بمدى انتشار الظاهرة محل الدراسة وأهميتها في المجتمع. وفي هذا السياق، يمكننا التعرف على أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع المتماثلة في:

● الأسباب الذاتية

- الاهتمام الشخصي بموضوع الثقافة المقاولاتية وتعزيز روح الابتكار لدى الطالب الجامعي.
- الرغبة في إلقاء الضوء على أهمية ودور الجامعة في ترسيخ الثقافة المقاولاتية ومستويات الإبداع والابتكار لدى الطالب الجامعي.
- التعرف على مدى اهتمام الطالب الجامعي بمشاريع مقاولاتية.

• الأسباب الموضوعية

- القيمة العلمية لموضوع الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي الذي أصبح محل الاهتمام لدى مؤسسات التعليم العالي.
- طبيعة موضوع الدراسة تتماشى مع تخصص علم اجتماع التنظيم والعمل.
- حداثة موضوع الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي مما يتوجب تناوله بالدراسات والتحليل.
- الاطلاع على مقومات الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي.
- محاوله إثراء المكتبة الجامعية بمثل هذه المواضيع العلمية لنشر الثقافة المقاولاتية، وتشجيع الطلبة على إنشاء مؤسسات ناشئة.

رابعاً - أهمية الدراسة وأهدافها

1- أهمية الدراسة

يحتل موضوع الثقافة المقاولاتية أهمية بالغة، كونه يسلط الضوء على شريحة حساسة في المجتمع الجزائري وهي فئة الشباب والطلبة الجامعيين داخل الوسط الجامعي، ومكانة الثقافة المقاولاتية كركيزة أساسية يعتمد عليها الشباب في قيادتهم للمستقبل. باعتبار أن المقاولاتية أصبحت من أهم الآليات والإستراتيجيات التي لجأت إليها الجامعة الجزائرية كتوجه جديد، وكحل بديل للقضاء على ظاهرة البطالة وتوفير مناصب شغل. فالجامعة لها دور في اكتشاف الطلبة الجامعيين المبدعين والمبتكرين وتدعيمهم لتنمية مواهبهم، وتشجيع التنافس فيما بينهم.

كما تبرز أهمية هذه الدراسة في التركيز على الثقافة المقاولاتية ودورها في توجيه الطلبة نحو سوق العمل. والتي بدورها تساهم في الرفع من معدلات النمو الاقتصادي، والتخفيف من حدة البطالة.

2- أهداف الدراسة

لكل بحث علمي أهداف يسعى إلى الوصول إليها وتحقيقها من خلال بحثه، هناك أهداف علمية متمثلة في وضع تصور واضح لموضوع الدراسة وإثرائها، وأهداف عملية تساعد على الخروج من حيز المعارف النظرية ومحاولة مطابقة ما هو نظري مع الواقع الميداني، وعليه فقط هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي وكيفية مساهمتها في التنمية والنمو. وعلى هذا الأساس فإن دراستنا تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف يمكن أن ننجزها فيما يلي:

- التعرف على أهم المفاهيم الأساسية المرتبطة بمفهوم الثقافة المقاولاتية.
- تعريف الطالب الجامعي بواقع الثقافة المقاولاتية وتطبيقها.

- معرفة مدى مساهمة الجامعة ودار المقاولاتية وحاضنات الأعمال في تكوين الثقافة المقاولاتية لطلبة الجامعيين.

- المساهمة في فهم أبعاد الثقافة المقاولاتية التي تؤثر على تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي، والكشف على جوانب تأثيرها وأهم الصعوبات التي تواجهها.

خامسا - تحديد مفاهيم الدراسة

تتضمن هذه الدراسة مجموعة من المفاهيم القاعدية التي ينبغي تحديدها لتوضيح الدلالات التي تشير لمحتواها وأهم هذه المفاهيم والمصطلحات ما يلي:

1- الثقافة المقاولاتية

- تعريف الثقافة

- التعريف اللغوي

لقد عرفها المعجم الوسيط الذي أخرجه معجم اللغة العربية لأنها العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق فيها. ونص على أنها محدثه.

بالرجوع إلى معاجم اللغة يتضح لنا أن مادة (ث ق ف) تدل على الحذق والفطنة أو التعديل والتقويم. يقال: ثقّف الرجل أي صار حاذقا فطنا فهما.⁽¹⁾

- التعريف الاصطلاحي

الثقافة هي النماذج الذي ينشئها المجتمع أو يستعيرها من مجتمع آخر يستعين بها في حياته الاجتماعية، فهي تقوم على العقل والتفكير، وتختلف عن الأفعال الغريزية التي يرثها الإنسان بشكل فطري، فهي كلها وليدة الاختراع الاجتماعي، وهي تنتقل فقط عن طريق الاتصال والاكساب الاجتماعي.⁽²⁾

يعرفها إدوارد بيرت تايلور في كتابه المكون من جزئين بعنوان "الثقافة البدائية" بأنها: ذلك الكل المركب الذي يشمل المعرفة، المعتقدات، الفنون، القانون، الأخلاق، العادات، العرف، وكافة المقدرات والأشياء الأخرى التي تؤدي في جانب الإنسان باعتباره عضوا في المجتمع.⁽³⁾

1- نهلة إبراهيم: علم الاجتماع الثقافي بين الطرح الكلاسيكي والقضايا الثقافية المعاصرة، مطبعة البحيرة، الإسكندرية- مصر، 2008، ص 30.

2- حميد خروف، الربيع جصاص: علم اجتماع الثقافة، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2003، ص 19.

3- حسين عبد الحميد أحمد رشوان: علم الاجتماع النفسي -المجتمع، الثقافة، الشخصية-، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية-مصر، 2005، ص 31.

وفي الفكر العربي الحديث نجد المؤتمر الثقافي العربي الثاني، المنعقد في الاسكندرية عام 1950 تحت رعاية جامعة الدول العربية، يعرف الثقافة بتضمينها العناصر اللامادية فحسب، وهي معارف الأمة وآدابها وعاداتها وتقاليدها وأفكارها الروحية والفنية.⁽¹⁾

كل هذه التعاريف تتفق في كون الثقافة هي مجموعة العناصر اللامادية كالعادات والقيم والممارسات الاجتماعية التي يتم تبادلها عبر الأجيال داخل مجتمع معين، وهي تنتقل عن طريق الاتصال والاكساب الاجتماعي.

- التعريف الإجرائي

الثقافة هي مجموع المعارف والمعتقدات والقيم والعادات التي تميز مجموعة من الناس أو مجتمعا معينا، وتشمل اللغة، والفنون، والتقاليد، والعادات الاجتماعية، والممارسات الدينية، والمفاهيم الأخلاقية، وهي تلعب دورا حيويا في تحديد هوية الأفراد والجماعات.

2- تعريف المقاولاتية

-**التعريف اللغوي:** ينحدر أصل المصطلح المقاول، المقاولاتية، باللغة الفرنسية *entrepreneur*، *entreprenariat* من الناحية اللغوية من الفعل قاول، أي فاوض، أما المقاول فهو اسم فاعل يتصف به كل شخص ينشئ نشاطا تجاريا يجمع الأموال اللازمة لانطلاقه، ثم يقوم بتعيين إدارته وتنظيم إنتاجه، ويتحمل جميع المخاطر في سبيل إنجاح النشاط الذي يقوم به وبالتالي تحقيق الفوائد.

وقد جاء مصطلح المقاولاتية باللغة العربية كترجمة للكلمة الفرنسية *entreprenariat* وبالإنجليزية *entrepreneurship* ومعناه باللغة الفرنسية *activité, fonction d'entrepreneur* أي نشاط أو وظيفة المقاول، أما عبارة *entrepreneur* فتحمل معنيين وهما:

المعنى الأول وهو رئيس أو صاحب المؤسسة، والمعنى الثاني هو الشخص الذي يلتزم في إطار عقد المقاولاتية بإنجاز أشغال لصالح صاحب المشروع أي الالتزام بالقيام بعمل لصالح شخص آخر.⁽²⁾

-التعريف الاصطلاحي

تعرف المقاولاتية حسب *Hisirichet Peters* على أنها "نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم إعادة التنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية".

1- سمير إبراهيم حسن: الثقافة والمجتمع، دار الفكر، دمشق - سوريا، 2007، ص 43.

2- فاطمة صافر مصطفى: نظام المقاولاتية في الحد من البطالة بين النظرية والتطبيق، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2019، ص 32، 33.

أما *Gasse et Damours* فقد اعتبر المقاولاتية هي: "مسار الحصول على تسيير الموارد البشرية والمادية بهدف إنشاء وتطوير وغرس حلول تسمح بالاستجابة لحاجات الأفراد والجماعات".⁽¹⁾

وحسب *Verstratet* هي عبارة عن تواصل بين مقاول ومنظمة محرك من طرفه وقد ميزها بثلاث أبعاد: معرفي، تنسيقي، هيكلي.

- **البعد المعرفي:** وهو نتيجة رؤية مقاولاتية عند المقاول وتتميز بالفكر الاستراتيجي.
- **البعد الهيكلي:** الذي يهتم بالإدماج المقاولات وحول خاصية الغاية (الملموس) والذاتية (غير الملموس) هذه الصورة تضع المقاول ومنظّمته في ارتباط وطيد وتحديد ما هو المدى الذي يؤثر فيها هذا الارتباط بشكل مهم على المنظمة ومنشئها.⁽²⁾

أما "دولينجر" يعرفها بأنها "عملية إيجاد منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح حول النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد، ويقصد بها أيضا أنها خصائص، سلوكيات، تتعلق بالابتداء بعمل، والتخطيط له، وتنظيمه، وتحمل المخاطر، والإبداع في إدارته".⁽³⁾

نستنتج من التعاريف أن المقاولاتية هي اكتشاف فرص الأعمال وتطويرها من خلال إنشاء مؤسسات جديدة، وهذا الفعل يتضمن الإبداع والابتكار وتحمل المخاطرة، واتخاذ القرارات التي تتطلب إبداعا وتحليلا دقيقا.

-**التعريف الإجرائي:** تعتبر المقاولاتية مجموعة من الأفعال والعمليات الاجتماعية، التي يقوم بها المقاول للإنشاء وإدارة المشاريع التجارية أو الاقتصادية، وذلك لما لها من دورا كبيرا في تحقيق النمو الاقتصادي، وبالتالي تحقيق الربح، والإسهام في خلق عالم اقتصادي أكثر ديناميكية واستدامة.

3- تعريف الثقافة المقاولاتية

إن الثقافة المقاولاتية هي "عبارة عن مجموعة من القيم والمعتقدات المشتركة، وهي أيضا تلك الدراية العملية، والمهارة الذاتية، والقدرة على التصرف والتطبيق والذي تمثل الوعي والتوجه السلوكي للأفراد، والمؤسسات وكذا السكان نحو المقاولاتية، وعلى هذا الأساس يمكن أن تكون الثقافة المقاولاتية مشابهة لتلك البيئة المواتية

1- عيسى رمانة، عدنان ثوات: واقع الفكر المقاولاتي لدى طلبة الجامعة الجزائرية المقبلين على التخرج بحث مقارن في ظل المتغيرات، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 6. العدد إثنين، الجزائر، 2022، ص 125.

2- فضيلة بطورة وآخرون: المقاولاتية والجامعة: مع إشارة لتجارب الدول الناجحة في نشر الفكر المقاولاتي، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 15، العدد 1، تبسة-الجزائر، 2020، ص 12.

3- حبيبة أبو حفص: التعليم المقاولاتي... طريق لنشر الفكر المقاولاتي، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 2، العدد 4، جامعة ابن زهر-المغرب، 2019، ص 13.

والملائمة لبروز ظاهرة المقاولاتية وقيمتها، كما تمثل أيضا مدى إسهامات المقاولين في وسطهم وبيئتهم التي يعيشون فيها". (1)

كما تعرف بأنها "مجموعة من القواعد القيمية والعملية التي يتقاسمها المنتمون للمقولة في تحقيق أهدافها الاقتصادية وحل مشاكلها والإسهام في تطوير المجتمع بما تنتجه من منافع اقتصادية واجتماعية للدولة والمجتمع ومن تلك القيم التنظيم، التدبير، الأخلاق، التنافسية، المهنية، الكفاءة، القدرة على التجديد والابتكار". (2)

يمكن تعريفها باعتبارها نظاما مكونا من: مجموعة من المدخلات المتمثلة في إما الأفكار، القيم، الموارد، المعارف، الخبرات... إلخ، ثم العمليات التي هي عبارة عن مسار الإنشاء وتفاعل العناصر المكونة للمدخلات، ثم المخرجات التي تتمثل في السلوكات، الإجراءات، الإستراتيجية، المنتجات، الخدمات، الصورة... إلخ.

يعرفها "إليو جاك" بأنها "طريقة التفكير والسلوك الاعتيادي والتقليدي، وتتميز بتقاسمها واشتراكها بين أعضاء التنظيم، وتعلم تدريجيا للأعضاء الجدد بهدف قبولهم في المقولة". (3)

مما سبق ذكره، فإن الثقافة المقاولاتية هي مجموعة القيم والمسلوكيات التي تساهم في تعزيز روح المبادرة والابتكار داخل البيئة الاجتماعية، وهذه الأخيرة تشجع الأفراد على التفكير بطريقة مبتكرة، والقدرة على ممارسة تلك القيم واقعا من خلال المشاركة والتفاعل داخل المؤسسة خاصة منها الجامعة.

-التعريف الإجرائي

الثقافة المقاولاتية هي مجموعة من القيم، المهارات، الإجراءات، المعارف، المبادرات والاستعداد لتحمل المخاطر في سياق الأعمال، وتعتبر الأساس لخلق بيئة تمكن الطلبة من تحويل أفكارهم إلى مشاريع ناجحة، فهي بذلك أحد المحركات الأساسية للاقتصاد والنمو في أي مجتمع.

4- تعريف الابتكار

-التعريف اللغوي

الابتكار هو ترجمة لكلمة (*Innovation*)، والذي قد يترجمه البعض بالتجديد، كما في ترجمة كتاب بيتر داركر (*Innovation Entrepreneurship*)، الذي ترجم (التجديد والمقولة)، مع التأكيد على أن

- 1- جمعة عبد العزيز: الرغبة المقاولاتية وبعد الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين مدخل استكشافي، مخبر النقود والمؤسسات المالية في المغرب العربي، المجلد 7، العدد 1، الجزائر، 2021، ص 409.
- 2- فوزية حقاين، محمد فوزي بودية: الثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز النية المقاولاتية لدى الطالب، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 2، تلمسان-الجزائر، 2021، ص 248.
- 3- عواطف عطيل لموالي: مدخل سوسيولوجي حول ثقافة المقاولاتية، مجلة التمييز الفكري للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 01، جامعة الطارف-الجزائر، 2019، ص 05.

التجديد قد يعني تجديد المنتج الحالي، في حين أن داركر في كتابه استخدم Innovation بمعنى الابتكار بمعناه الواسع (الجذري والتدريجي) أكثر مما يعني التجديد.

وعادة ما يختلط مفهوم الابتكار مع المفاهيم الأخرى مثل الاختراع *Invention* والإبداع *Creativity*، وأخيرا التحسين (*Improvement*).⁽¹⁾

-التعريف الاصطلاحي

يعرف الابتكار على أنه "هو إبداع يتحول إلى منتج حقيقي ملموس يكتسح الأسواق". المبدع هو شخص لديه أفكار جديدة يضعها على ورق في شكل تصميمات أو حتى إشعار وقد يكتفي بالأحلام، أما المبتكر فهو الذي يمتلك أفكارا جديدة وإبداعية، ولكنه لا يكتفي بكتابتها على الورق بل يغامر في تنفيذها. طبقا لمخطا زمني دقيق. وتؤكد الإحصائية أنه في كل عشرة أفكار مبدعة تتولد داخل الشركات الأمريكية تخرج فكرة واحدة فقط إلى الوجود في شكل ابتكار.⁽²⁾

وقد عرّف الاقتصادي النمساوي "جوزيف شومبيتر" الابتكار على أنه "النتيجة الناجمة عن إنشاء طريقة أو أسلوب جديد في الإنتاج، وكذا التغيير في جميع مكونات المنتج أو كيفية تصميمه". كذلك عرفه "بيتر داركو" بأنه التخلي المنظم عن القديم مؤكدا في هذا ما قاله شومبيتر من أن الابتكار هدم خلاق، وأكد بورتر أن المؤسسة التي تمتلك ميزات تنافسية قائمة على الابتكار هي التي تدرج الابتكار بمعناه الواسع ضمن وحداتها ونشاطاتها وإستراتيجيتها، وذلك عن طريق إدخال تكنولوجيا جديدة والقيام بعمليات مباشرة في نفس الوقت.⁽³⁾

كما يعرف الابتكار بأنه الوصول إلى فكرة جديدة ترتبط بالتقنية وتؤثر في المؤسسات المجتمعية، في الابتكار جزء مرتبط بالفكرة الجديدة.

ويعرفه الشيراوي بأنه إدخال طرق إنتاج جديدة أو منتجات جديدة. كما يعرف بأنه إنتاج نماذج لبيئات إبداعية جديدة لإشباع الحاجات واقتناص الفرص واستثمار كافة الموارد المتاحة.

1- نجم عبود نجم: إدارة الابتكار والمفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2003، ص 17، 18.

2- حمزة بن الزين: إدارة الإبداع والابتكار في المنظمات الأعمال الحديثة نماذج دولية، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة-الجزائر، 2024، ص 33، 34.

3- المرجع السابق، ص 34.

ويعرفه عبد الرحيم بأنه حلول إبداعية غير مألوفة لحل المشكلات وتلبية الحاجات التي تأخذ صبغا من التقنيات الحديثة. ويعرف أيضا بأنه فكرة جديدة أو أسلوب أو تقنية جديدة تنتشر عبر المجتمع في نموذج يمكن التنبؤ به. (1)

ويعتبر سبيرمان هو أول من قدم تفسير العملية الابتكارية، يستبعد فيه عامل الصدفة ويؤكد على العامل العقلي في مجمل تلك العملية، كما أنه يذهب إلى تفسير العملية الابتكارية كعملية عقلية تعتمد على القدرة التي يحدد معناها بشكل واضح والتي تطلق عليها (الذكاء).

ويرى جيلفورد أن العوامل العقلية المسؤولة في التفكير الابتكاري تقع ضمن مجموعة العوامل التي ضمنها في عملية التفكير المنطلق ونادى ببعض العوامل مثل العمالة، المرونة، الطلاقة. وعليه، فإن الابتكار يؤثر في مجمل العلاقات الإنسانية وفي الحياة الاجتماعية بشكل عام، إذ أن قاعدة الابتكارات لا تتوقف عند مظاهر معينة كابتكار الآلات والمعدات والأجهزة بل تتعداها إلى ابتكار طرق وأساليب معيشة في المجتمع، والتوصل إلى نظرية إبداعية في علم ما. (2)

ومن خلال ما سبق من التعاريف والتي اعتمدت على عدة عناصر في تحديد مفهوم الابتكار، فهذا الأخير هو الطريقة الناجمة عن إنشاء أسلوب إنتاج، يمكن أن يساهم في تحسين الأداء أو تلبية احتياجات جديدة للسوق أو المجتمع.

-التعريف الإجرائي

الابتكار هو التطبيق العملي لأفكار المبدعين، فالمبتكر هو الذي يملك أفكارا إبداعية وجديدة ويحاول تطبيق تلك الأفكار على أرض الواقع، بما يحقق نفعاً للمجتمع في شتى الميادين.

5-تعريف الطالب الجامعي

-التعريف الاصطلاحي

الطالب الجامعي هو ذلك الشخص الذي يمثل مرحلة هامة من مراحل العمر ألا وهي مرحلة الشباب، والتي عرفها "محمد علي محمد" بقوله: الشباب ظاهرة اجتماعية أساسا تشير إلى مرحلة من العمر، تعقب مرحلة المراهقة وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة".

كما يمكن تعريف الطلبة الجامعيين من وجهة النظر العلمية التقليدية بأنهم يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يتركز المئات والآلاف من الشباب في ميثاق المؤسسات التعليمية.

1- مصطفى يوسف كافي: الابتكار وريادة الأعمال، مؤسسة الوراق، عمان-الأردن، 2022، ص 143، 144.

2- جاسم محمد علي الطحان: الابتكار المتضمنات والمتغيرات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2016، ص 26، 27.

والطالبة على حد تعبير "عبد الله محمد عبد الرحمان": هم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية¹. وجاء في المشروع التمهيدي لميثاق الجامعة بأن الطالب هو "اسم يعطى لكل شخص يسجل بصفة منتظمة في مؤسسة من مؤسسات التعليم العالي في الجزائر من أجل مواصلة التكوين من أجل الحصول على شهادة. (2)

ويعرف الطالب الجامعي أيضا بأنه "الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو التقني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديا النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية". (3)

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الطالب الجامعي هو عبارة عن مدخلات الجامعة، حيث توفر لهم كافة الإمكانيات المادية والمعرفية وتؤهلهم حتى مرحلة التخرج، كما يساهم في إثراء العملية التعليمية من خلال الأبحاث والمشاريع التي يقوم بها، مما يساعد في تطوير وتوسيع المجالات الأكاديمية.

-التعريف الإجرائي

الطالب الجامعي يعتبر من الطبقة المثقفة في المجتمع، وهو فرد يتابع دروسا في الجامعة أو أحد فروعها، ويأتي إلى الجامعة محملا بجملة من القيم والتوجهات صقلتها المؤسسات التربوية الأخرى. ويحصل على ثقافة أكاديمية من الجامعة وهي بدورها تساهم في تكوينهم وتأهيلهم نحو سوق العمل.

6- المفاهيم المرتبطة بموضوع الدراسة

- تعريف الإبداع

-التعريف اللغوي

الإبداع في اللغة العربية: أبدعت الشيء أي اخترعته على غير مثال سابق، والمبدع هو المنشئ أو المحدث للشيء الذي لم يسبقه إليه أحد.

1- نعيمة مزرارة ، شعبان مليكة: واقع الطالب الجامعي الجزائري، من الأمس إلى اليوم ماذا تحقق؟، فعاليات الملتقى الوطني حول تشخيص واقع الطالب الجامعي، مخبر الوقاية و(...)، جامعة الجزائر 02، 2016، ص 63، 64.

2- بروق بعلي: الطالب الجامعي بين المتطلبات التكوينية وحتمية ممارسة الأنشطة الهامشية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 07، العدد 01، سطيف-الجزائر، 2021، ص 83.

3- عبد القادر حنا، سهى مراكب: التوجيه الجامعي وجودة الحياة لدى الطالب الجامعي، مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسولوجية والتنمية الإدارية، المجلد 04، العدد 02، مسيلة، 2021، ص 11.

وفي لسان العرب: البديع والبدع هو الشيء الذي يكون أولاً، ويقال عن مبدع الشيء: أنه مبدعه بدعا، وابتدعته أي اخترعته على غير مثال، والإبداع هو أن ترى الشيء بطريقة غير مألوفة.

وتعد كلمة إبداع في اللغة العربية كلمة غنية بالمعاني المتصلة بمعنى الخلق الذي يرتبط بالكلمة. (1)

-التعريف الاصطلاحي

الإبداع مزيج من القدرات والاستعدادات والخصائص الشخصية التي إذا وجدت بيئة مناسبة يمكن أن ترقى بالعمليات العقلية لتؤدي إلى نتائج أصلية ومفيدة سواء بالنسبة لخبرات الفرد السابقة أو خبرات المؤسسة أو المجتمع أو العالم. إذا كانت النتائج في مستوى الاختراقات الإبداعية في أحد ميادين الحياة الإنسانية.

يعرف تورانس الإبداع بأنه عملية تحسس للمشكلات والوعي بمواطن الضعف والثغرات وعدم الانسجام والنقص في المعلومات، والبحث عن الحلول والتنبؤ، وصياغة فرضيات جديدة، واختبار الفرضيات وإعادة صياغاتها أو تعديلها من أجل التوصل إلى حلول وارتباطات جديدة باستخدام المعطيات المتوافرة، ونقل أو توصيل النتائج للآخرين. (2)

وعرف جيلفورد الإبداع بأنه "سمات استعدادية تضم العلاقة في التفكير والمرونة والأصالة والحساسية للمشكلات وإعادة تعريف المشكلة وإيضاحها بالتفصيلات أو الإسهاب".

وعليه، تجدر الإشارة إلى وجود اختلاف بين الباحثين حول المصطلحات التي يستخدمونها في دراسات الإبداع، فهناك بعض الباحثين يستخدمون كلمة "الإبداع" بينما البعض الآخر يستخدمون كلمة "الابتكار"، وقد أشارت مراجعة للدراسات المنشورة في قاعدة بيانات الدكتور محمد الصاوي وعددها 287 دراسة لهذه الحقيقة، حيث نقيدها أن البحوث كليات التربية تركز على "الابتكار"، بينما تركز كليات الآداب والتربية الفنية والموسيقية على "الإبداع" وتبين أن حوالي 70% من الدراسات موضع التحليل استخدمت مصطلح الابتكار، في حين بلغت نسبة الدراسات التي استخدمت مصطلح الإبداع حوالي 21% فقط، أما مصطلح العبقرية فقد استخدم في 1% فقط من هذه الدراسات. (3)

1-رانيا شهاب: الإبداع، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 14، 15.

2-فتحي عبد الرحمن جروان: الإبداع، مفهومه، معايير، مكوناته، ط3، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان-الأردن، 2013، ص 21.

3- المرجع السابق، ص 22.

وتركز معظم التعاريف السابقة على كون الإبداع يمثل القدرة على إنتاج الأفكار الجديدة والمبتكرة تساعد في حل مشكلات حيث أن الإبداع والابتكار مرتبطان وملتزمان فلا وجود لإبداع دون ابتكار، ولا يمكن تصور ابتكار دون إبداع فكلاهما يساهمان في التنمية الاجتماعية.

-التعريف الإجرائي

الإبداع هو التميز في طرائق التفكير، وهو ما يتعلق بالأفكار الجديدة أو المبدعة لغرض تقديم الجديد الذي يحل محل الموجود، بهدف إحداث أثر ايجابي ونجاح في مختلف الميادين.

-تعريف المقال

-التعريف اللغوي

المقال *Entrepreneur, Contractor* وهو شخص يتعهد بالقيام بعمل معين لقاء أجر معين، في عقد المقالة. (1) فالمقال (اسم) من قول، وهو من التعهد بالقيام بعمل معين. (2)

-التعريف الاصطلاحي

حسب تعريف بيتر وهيسلش "Hisrich et Peters" هو نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية من أجل استغلال موارد وحالات معينة، تحمل المخاطرة وقبول الفشل، إنه مسار يعمل على خلق شيء ما مختلف والحصول على قيمة بتخصيص الوقت والعمل الضروري، مع تحمل الأخطار المالية، النفسية والاجتماعية المصاحبة لذلك، والحصول على نتائج في شكل رضا مالي وشخصي.

كما اعتبر *Sayj.B* من أوائل المنظرين لهذا المفهوم الذي يرى أن المقال هو ذلك الشخص المبدع الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج بهدف خلق منفعة جديدة.

وحسب كل من جوليان ومارشسني "Julien" و"Marchesney" فهو الذي يتكفل بحمل مجموعة من الخصائص الأساسية منها: يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة في نفسه، المتحمس والصلب الذي يحب حل المشاكل ويحب التسيير، الذي يصارع الروتين ويرفض المصاعب والعقبات وهو الذي يخلق معلومة هامة.

1- عبد الواحد كرم: معجم المصطلحات القانونية شريعة قانون-عربي، فرنسي، إنجليزي-، دار الكتب القانونية، مصر، 1995، ص 394.

2- عبد الهادي ثابت: اللسان العربي الصغير، قاموس عربي-عربي، دار الهادية، قسنطينة-الجزائر، 2001، ص 460.

غير أن "المقاوم ليس بالشخص الخيالي إنما هو عبارة عن شخصية تتصرف بمفردها وبشكل مستقل "مقاوم، متمرد، مبدع".⁽¹⁾

معظم التعاريف السابقة تتفق بأن المقاوم هو ذلك الشخص المبدع الذي يتولى مسؤولية تنفيذ الأعمال أو المشاريع في مجالات معينة، والذي يمتلك الإرادة على تجسيد فكرة جديدة، وتحويلها إلى واقع ملموس في مجال الأعمال.

-التعريف الإجرائي

المقاوم هو كل فرد مبدع يسعى إلى خلق فكرة جديدة ويحاول تجسيدها على أرض الواقع في شكل مؤسسة أو مشروع ويدرك فرص السوق ويستجيب له، من أجل تحقيق عوائد مالية وزيادة فرص الربح.

- تعريف روح المقاوالاتية

-التعريف الاصطلاحي

هي مجموع المؤهلات والقدرات التي تميز الشخصية المقاوالاتية، وتعكس سلوك وتصرف الشخصية المقاوالاتية، حيث لم يتفق الباحثين على حصرها ومنه يتبين ان مفهومها يتمحور حول ما يلي:

- اكتشاف الفرص والعمل على اقتناصها.
- المبادرة وتحقيق سبق.
- اقتحام الغموض.
- اتخاذ القرارات الصائبة.
- يتحمل المخاطر ولا يخشى الفشل.⁽²⁾

وتعرف روح المقاوالاتية على أنها تلك المبادرة التي يبنها الفرد بقدرته على الخروج عن المألوف في التفكير ويحصل التغيير من خلال العملية التي يصبح عندها الفرد حساس للمشكلات التي يواجهها والتغيرات التي تحدث في البيئة المحيطة فعندها يوجه التفكير الإبداعي نحو متطلبات الحياة العملية وخاصة في مجال الأعمال.⁽³⁾

-
- 1- هاجر بوزيان الرحماني: المقاوالاتية، العالم يقرأ للنشر والتوزيع، عين تموشنت-الجزائر، 2022، ص 10، 11.
 - 2- صورية بوطرفة، بشير عبد الحميد: دور التعليم المقاوالاتي في تنمية روح المقاوالاتية -دراسة تطبيقية حول طلبة جامعة العربي تبسي-، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 04، العدد 01، تبسة-الجزائر، 2020، ص 131.
 - 3- فطيمة سايح: دور الدوافع والمهارات المقاوالاتية في تعزيز روح المقاوالاتية لدى خريجات الجامعات، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 20، العدد 03، غليزان-الجزائر، 2017، ص 77.

تركز معظم التعاريف التي تناولت روح المقاوالاتية على مجموعة القيم والصفات والقدرات التي تحفز الأفراد على بدء مشاريع وتطوير الأعمال، ويصبح عندها الفرد لديه القدرة على التنبؤ بالمشكلات وحلها.

-التعريف الإجرائي

الروح المقاوالاتية هي مجموع الأفكار والمؤهلات وطرائق التفكير التي تقود الفرد لملاحظة واكتشاف واستغلال الفرص، وتعكس السلوك وتصرف الشخصية المقاوالاتية، فالفرد الذي يتمتع بروح المقاوالاتية يملك العزيمة على المخاطرة وتجريب أشياء جديدة بطرائق مختلفة.

- تعريف الفكر المقاوالاتي

-التعريف الاصطلاحي

الفكر المقاوالات يمكن اعتباره امتداد لنشاط التعميم العالي نظرا لتقاطعهما في طرح البدائل الناجحة إلى المجتمع عبر الابتكار والإبداع والتجديد، فالفكر المقاوالاتي هو الذهنية التي تقود الفرد إلى اتخاذ المبادرات والتحديات ليصبح فاعلا أساسيا في مستقبله الشخصي والمهني ويرتبط بالعديد من القدرات أو الخصائص المقاوالاتية.⁽¹⁾

الفكر المقاوالاتي له علاقة باتخاذ المبادرة والفعل، فهو ليس بالضرورة النية أو الرغبة في إنشاء مؤسسة. ويشير ماريو وألبرت *Albert, Marion* إلى الفكر المقاوالاتي على أنه المهارات المرتبطة بالفعل، فهو قبل كل شيء مسألة عقلية وحالة فكرية، مجموعة من الأفكار طريقة تفكير والقدرة على تحديد، استكشاف واستغلال الفرص.

فالفكر المقاوالاتي هو الذهنية التي تقود الفرد إلى اتخاذ المبادرات، التحديات ليصبح فاعلا أساسيا في مستقبله الشخصي والمهني ويرتبط بالعديد من القدرات أو الخصائص المقاوالاتية.

أما *Block, Stumpf* يرى أن الفكر المقاوالاتي هو الإرادة في المحاولة في الأشياء جديدة أو عمل الأشياء بطريقة مختلفة بسبب وجود إمكانية للتغيير.⁽²⁾

1- زايد حكيم، عبد الحميد بشير: نشر الفكر المقاوالاتي وتنمية روح المقاوالاتية لدى طلبة الجامعة -حالة دار المقاوالاتية بتبسة والوادي-، مجلة الاقتصاد والفكر المقاوالاتي، مجلد 04، العدد 05، تبسة، الوادي، الجزائر، 2021، ص 93.

2- محمد نامشة وآخرون: الملتقى الوطني الأول حول: المقاوالاتية، وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، قالمة-الجزائر، 2014، ص 39.

نستنتج من خلال التعاريف السابقة أن الفكر المقاوлатي هو مجموعة من المفاهيم والمهارات التي تعزز القدرة على التفكير الريادي والإبداعي في عالم الأعمال، كما يركز على التفكير بشكل مبتكر لإيجاد حلول فعالة للتحديات التي قد يواجهها السوق.

-التعريف الإجرائي

الفكر المقاوлатي هو الخلفية المعرفية التي يحملها الطالب الجامعي عن بناء مشروع مهني شخصي بعد التخرج من الجامعة كما يتمحور الفكر المقاوлатي حول القدرة على تحديد الفرص وتحويل الأفكار إلى مشاريع قابلة للتنفيذ والنمو، وبالتالي تحقيق قيمة مضافة في السوق.

تعريف المؤسسة الناشئة:

-التعريف الاصطلاحي

المؤسسة الناشئة كمصطلح إنجليزي الأصل Start-up يتكون من كلمتين مجزأتين إلى: Start التي تعني الانطلاق وUp بمعنى النمو، وهو ما يفيد عند تركيب المعنى أن هذه المؤسسة عبارة عن مشروع صغيره بدأ للحظة وانطلق نموه، أما بالاصطلاح الفرنسي فتعرف بـ: Jeune entreprise novatrice dans le secteur de nouvelle technologie بمعنى المؤسسة الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة، أي أنها عبارة عن مؤسسات الطابع تكنولوجي.

أما تعريف المؤسسة الناشئة وفقا "Tisserand- Barthole" هي مؤسسة مبتكرة وشابة بدأت في الظهور، كما أنها غالبا ما تملك قوى عاملة صغيرة العدد.¹

وفقا القانون رقم 01-18 الصادر في 2001 والمتضمن للقانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والذي اعتمدت فيها الجزائر على معيارين ألا وهما عدد العمال ورقم الأعمال فوفقا للمواد 4-5-6 تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر على أنها:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعرف مهما كانت طبيعتها القانونية على أنها مؤسسة إنتاج سلع وخدمات وتشغل ما بين 1 إلى 250 عامل، لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي ملياري دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية خمسمائة مليون دينار مع استيفاءها لمعيار الاستقلالية.

¹-محمد مخائشة ، المؤسسات الناشئة في الجزائر-الإطار المفاهيم والقانوني-، مجلة صوت القانون، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، سطيف، 2021، ص 770.

• **المؤسسة المتوسطة:** تعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 50 و 250 عاملا، ويكون رقم أعمالها محصور ما بين 200 مليون دينار وملياري دينار، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين 100 أو 500 مليون دينار.

• **المؤسسة الصغيرة:** تعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 10 و 49 شخصا ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 200 مليون دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 100 مليون دينار.

• وتعرف المؤسسة المصغرة: بأنها مؤسسة تشغل ما بين عامل واحد إلى 9 عمال وتحقيق رقم أعمالها أقل من 20 مليون دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 10 ملايين دينار.⁽¹⁾

كما تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: بأنها كل منشأة تمارس نشاطا اقتصاديا إنتاجيا أو تجاريا أو خدماتيا، تشغل من 1 إلى 250 شخص، ولا يتجاوز رقم أعمالها 2 مليار دينار.

وفي هذا الإطار تشمل جميع المؤسسات بغض النظر عن طبيعتها القانونية فقد تكون أشخاصا طبيعيين، أو معنوية، عمومية أو خاصة، تتوزع أنشطتها على مختلف المجالات كالزراعة والصناعة والتجارة والطاقة والحرف... وقد عرفت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر تطورا معتبرا في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق، وتشجيع الاستثمار الخاص بفضل إيرادات البترول، ومنح التحفيزات للمبادرات الخاصة، لإنجاز ومرافقة المشاريع، عن طريق التشريعات والأجهزة، التنظيمات المحتضنة لقانون الاستثمار 1993، وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الوكالة الوطنية لترقية ودعم الاستثمار... وهذا ما جعل المؤسسات الخاصة تعرف تطورا مطردا، مقابل تراجع المؤسسات العمومية.⁽²⁾

بالإجمال تركز تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الحجم والمرونة والابتكار والمساهمة في الاقتصاد المحلي، مع التركيز على التحديات والفرص التي تواجهها هذه المؤسسات في بيئة الأعمال.

-التعريف الإجرائي

المؤسسات الناشئة هي مؤسسات تتمتع بحجم أعمال محدود مقارنة بالمؤسسات الكبرى، حيث تلعب دورا محوريا في الاقتصاد، وفي خلق فرص عمل، وتحفيز الابتكار، والقضاء على البطالة، والمنافسة مع المؤسسات الكبرى، وتصنف عادة بناء على عدد الموظفين أو حجم الإيرادات السنوية.

1- مختار بودالي: تفعيل آليات تمويل المؤسسات المصغرة والناشئة في الجزائر، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة- الجزائر، 2022، ص 98، 99.

2- خالد حامد: علم اجتماع تنظيم العمل، دار الكتاب المعاصر، الجزائر، 2019، ص 127، 128.

سادسا - الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة تراث نظري من الصعب التخلي عنه، فهي تساعد البحث على انتقاء الحقائق وتتبع تطورات المشكلة، وذلك لكونها تشمل كل المساهمات العلمية والدراسات والأبحاث، التي لها صلة مباشرة بالموضوع الذي يريد البحث دراسته. وقد أثمر جهودنا عن عدد من الدراسات الموجهة لموضوع دراستنا وتتحدد كالآتي:

1- الدراسات المحلية

-الدراسة الأولى: للباحثين هارون سميرة، عرابي محفوظ، بعنوان "الثقافة المقاولاتية لدى طلبة الجامعات الجزائرية".⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى تقصي واقع ومستوى الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي في الجزائر، باعتباره الثروة الحقيقية للتحويل الاقتصادي والاجتماعي. وذلك من خلال طرحها لمجموعة من الأسئلة المتمثلة في:

- مواقع الثقافة المقاولاتية لدى طلبة الجامعات الجزائرية؟
- ينقسم هذا السؤال الرئيسي إلى الأسئلة الفرعية التالية:
- ما درجة تقدير طلبة الجامعات الجزائرية لمستوى الثقافة المقاولاتية لديهم؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة لمستوى الثقافة المقاولاتية لديهم تعزى لمتغير الشخصية؟
- أما فرضيات الدراسة فتتمثل فيما يلي:
- طلبة الجامعات الجزائرية يرون أن لديهم مستوى عالي من الثقافة المقاولاتية.
- توجد فروق ضد دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة لمستوى الثقافة المقاولاتية لديهم تعزى للمتغيرات الشخصية.

وللإجابة على إشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهجين الوصف والتحليل من أجل وصف المفاهيم الواردة وصفا علميا دقيقا، كما حاولنا جمع أكبر قدر من البيانات والمعلومات عن الثقافة المقاولاتية في الوسط الجامعي، وتحليلها وتفسيرها بالاعتماد على المنهج الإحصائي الوصفي. وذلك بالاستعانة بمجموعة من الأدوات

¹- هارون سميرة، عرابي محفوظ: الثقافة المقاولاتية لدى طلبة الجامعات الجزائرية، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، المجلد 15، العدد 02. البويرة-الجزائر، 2024.

الإحصائية كالاستبيان، والبرنامج الإحصائي "SPSS" قصد الوقوف على واقع الثقافة المقاولاتية لدى طلبة الجامعات الجزائرية في ضوء متطلبات التحول الاقتصادي.

أما بالنسبة لنتائج الدراسة فيمكن حصرها في النقاط التالية:

- الثقافة المقاولاتية هي مزيج من المقومات الشخصية (الذاتية والسلوكية) والمقومات المكتسبة (المعارف والمهارات، القيم والمعتقدات) الذي يتفاعل ضمن بيئة مقاولاتية بما يتيح للأفراد توجيهها بطريقة واعية نحو إنشاء المؤسسات وتسييرها.

- برنامج ترقية المقاولاتية في الجامعات الذي سطرته الدولة الجزائرية يهدف إلى تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين من خلال تشجيعهم على ولوج عالم المقاولاتية، وتقديم الدعم المناسب، وتسهيل الوصول إلى المعلومات والموارد والاستلham من تجارب مقاولين.

في حين تمحورت نتائج الفرضيات فيما يلي:

- طلبة الجامعات الجزائرية لديهم وعي بفلسفة المقاولاتية، وهو ما يعكسه المتوسط الحسابي الإجمالي للعبارة بعد مفهوم المقاولاتية البالغ 3.721 وبانحراف معياري 0.888.

- إدراك الطلبة بأن أولى خطوات المقاولاتية هي الفرصة التي يتم اكتشافها من خلال الملاحظة أو دراسة السوق.

- طلبة الجامعات الجزائرية يتمتعون بصفات الأساسية للمقاول، وهو ما يعكسه المتوسط الحسابي المرتفع لبعده صفات الطالب المقاول البالغ 3.540 وبانحراف معياري 0.860.

- ثقافة الطلبة بالبيئة المقاولاتية في الجامعات الجزائرية ومدى ملاءمتها لاحتضان الفكر المقاولاتي للطلبة وتجسيد مشاريعهم، وهو ما يعكسه المتوسط الحسابي المرتفع جدا لبعده البيئة المقاولاتية البالغ 4.378 وبانحراف معياري قدرة 0.751.

- معوقات المقاولاتية من وجهة نظر طلبة الجامعات الجزائرية متوسطة، وهو ما يتجلى من خلال المتوسط الحسابي لبعده معوقات المقاولاتية البالغ 3.41 وبانحراف معياري 0.947.

- درجة تقدير طلبة الجامعات الجزائرية لمستوى الثقافة المقاولاتية لديهم جاءت بمتوسط 3.72 وبانحراف معياري يقدر بـ 0.861 وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأولى التي مفادها: "طلبة الجامعات الجزائرية يرون أن لديهم مستوى عال من الثقافة المقاولاتية".

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد عينة الدراسة لمستوى الثقافة المقاولاتية لديهم تعزى لمتغيري الجنس، العمر، الجامعة والتخصص. وهو ما يؤكد عدم صحة الفرضية الثانية التي مفادها: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية

($\alpha=0.05$) بين متوسطة درجات تقدير أفراد عينة الدراسة لمستوى الثقافة المقاولاتية لديهم تعزى للمتغيرات الشخصية".

- الدراسة الثانية: للباحثة قايدى أمينة، بعنوان "تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين"⁽¹⁾.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التكوين الجامعي على التوجه المقاولاتي للطلبة، لكون المقولة وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصبحت تمثل الركيزة الأساسية لاقتصاد كل دولة، وذلك من خلال طرحها للتساؤل التالي:

- هل يتطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين خلال تكوينهم الجامعي؟
وللإجابة على السؤال المطروح تم الاستناد على الفرضيات الآتية:

1. تؤثر المواقف، المعايير الاجتماعية والرقابة السلوكية المدركة على التوجه المقاولات للطلبة في جميع مراحل الدراسة (الزمن T_0 ، الزمن t_1 ، الزمن t_2).

2. كلما كان الطلبة متمكنين مقاولاتيا، كلما كان توجههم المقاولاتي أقوى، وهذا في جميع مراحل الدراسة.

3. يؤثر كل من الخوف من الفشل وتحمل المخاطر على التوجه المقاولاتي في جميع المراحل.

4. امتلاك فكرة أو وجود فرصة قابلة للاستغلال، إضافة إلى الهروب من البطالة، كلها عوامل تؤثر إيجابيا على التوجه المقاولاتي للطلبة.

استخدمت الباحثة المنهج الاستنتاجي الذي يتناسب مع طبيعة الدراسة وذلك من خلال الاستعانة بالدراسات والأطروحات والبحوث السابقة المتعلقة بذات الموضوع، بالإضافة إلى المقالات العلمية، أما بالنسبة للأدوات فقد تم الاعتماد على الاستبيان لكونه يتلاءم أكثر مع طبيعة الموضوع والذي جاءت أسئلته حسب ما جاء في الجانب النظري للدراسة.

وقد أظهرت الدراسة العديد من النتائج:

- اتضح من خلال ما سبق، وعند دراسة كل عينة على حدة أن هناك تطورا على مستوى بعض البناءات، غير أن الدراسة المقارنة بين العينيتين أسفلت عن عدم وجود اختلافات معنوية بين العينتين إلا فيما يخص التمكين المقاولات والخوف من الفشل. فبالنسبة للتمكين المقاولاتي، فقد كانت قيمة تطوره من الزمن T_0 إلى الزمن T_2 هي: 0.606 بالنسبة لطلبة العلوم غير تجارية و0.95 لطلبة العلوم التجارية.

¹ - أمينة قايدى: تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة معسكر-الجزائر، السنة الجامعية 2016/2017.

- نلاحظ أن نتائجنا تناقض تلك المتعارف عليها، وهو أن الطلبة الذين يتلقون مقاييس حول كيفية إنشاء وتسيير المؤسسات يشعرون أنهم متمكنين أكثر، ففي دراستنا هذه نلاحظ أن نسبة تطور التمكين لدى طلبة العلوم الغير التجارية أعلى من نسبة تطوره لدى طلبة العلوم التجارية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن طلبة العلوم الغير تجارية بالغاً في التقدير عن تمكينهم وثقتهم في أنفسهم. كما أن تطور التمكين لدى طلبة العلوم التجارية هي منخفضة مقارنة بنسبة تطوره لدى طلبة العلوم غير تجارية، والتي يمكن إرجاعها إلى كون طلبة التخصصات الاقتصاد والتسيير على دراية بمدى صعوبة مهنة المقاول ومدى الوعي بدرجة تعقيد المحيط والمخاطر التي يمكن أن تواجه المقاول، إضافة إلى صعوبة التحكم في سيرورة المقاولاتية من خلال اللاتيقين.

- كما ظهر اختلاف معنوي بين العينتين فيما يخص تطور الخوف من الفشل. فقط كانت قيمة تطوره لدى طلبة العلوم غير تجارية 0.104، أما طلبة العلوم التجارية فكانت قيمته -0.0330، وهي تعبر عن انخفاض طفيف. فكما نلاحظ، ورغم تعبير الطلبة عن شعورهم بأنه متمكنين إلا أن الخوف من الفشل موجود، وشعور الطلبة أنهم متمكنين لا ينفي خوفهم من الفشل.

- الدراسة الثالثة: للباحث بالراشد نبيل، بعنوان "تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- للمقاولاتية في ظل تكوينهم الجامعي (دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر -بسكرة-).⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عما إذا كانت المقررات الجامعية تساهم في تشكيلات الطالب الجامعي -المقبل على التخرج من جامعة محمد خيضر بسكرة- لمفهوم المقاولاتية، ومعرفة مساهمة التظاهرات العلمية المنظمة في إطار التكوين الجامعي في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج من جامعة محمد خيضر بسكرة- للمقاولاتية، حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى مساهمة التكوين الجامعي بجامعة محمد خيضر بسكرة في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- للمقاولاتية؟

وعلى ضوء إشكالية الدراسة تم طرح بعض الأسئلة الفرعية المتمثلة في:

- ما مساهمة المقررات التعليمية الجامعية في تشكيل تمثلات الطالب الجامعي -المقبل على التخرج من جامعة محمد خيضر بسكرة- لمفهوم المقاولاتية؟

¹ - بالراشد نبيل: تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- للمقاولاتية في ظل تكوينهم الجامعي (دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر -بسكرة-)، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الطور الثالث L.M.D، جامعة قاصدي مرباح ورقلة-الجزائر، السنة الجامعية 2022-2023.

- ما مساهمة التظاهرات العلمية المنظمة في إطار التكوين الجامعي في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج من جامعة محمد خيضر بسكرة- للمقاولاتية؟
- ما مساهمة دار المقاولاتية في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج من جامعة محمد خيضر بسكرة- حول المقاولاتية؟
- للإجابة على الإشكالية السابقة تم بناء الفرضيات التالية:
- عدم إسهام المضامين التعليمية الجامعية في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- لمفهوم المقاولاتية.
- التظاهرات العلمية لا تساهم في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- لمفهوم المقاولاتية.
- لم يكن لدار المقاولاتية إسهام واضح في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- لمفهوم المقاولاتية.
- وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي من أجل توصيف متغيرات الدراسة وأبعادها ومفاهيمها ووضعها في إطارها الصحيح على غرار مفهوم التمثلات، المقاولاتية، التعليم المقاولاتي، التعليم الجامعي... إلخ، ومحاولة تفسير جميع الظروف والمعطيات المحيطة بها، وبعد ذلك بداية الوصول إلى النتائج الدراسية التي تتعلق بالبحث. تم استخدام الاستبيان كأداة للدراسة موجهة للطلبة، واستخدام المقابلة كأداة ثانوية للدراسة موجهة للأساتذة الذين يدرسون المقاولاتية.
- ومن خلال هذه الدراسة توصل الباحث إلى النتائج التالية:
- التكوين الجامعي بجامعة محمد خيضر بسكرة لا يسهم بصفة مطلقة في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- للمقاولاتية. بمعنى أن إسهام التكوين الجامعي بجامعة محمد خيضر بسكرة في تشكيل تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- للمقاولاتية يتوقف على بعض كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وبالأخص طلب تخصص المقاولاتية.
- التكوين الجامعي المقاولاتي بجامعة محمد خيضر بسكرة لا يرتقي في عمومته إلى الأهداف المسطرة والمنشودة منه، كيف لا وأغلب الطلبة الجامعيين بهذه الجامعة لم يتلقوا تكويناً في هذا المجال، وإن كانوا عكس ذلك فيقرون بعدم الاستفادة من هذا التكوين، ما انعكس سلباً على تمثل مشروع مقاولاتي.

2- الدراسات العربية

- الدراسة الأولى: للباحث أحمد علي علام، بعنوان "دراسة ميدانية لقياس مدى استجابة الطلاب لثقافة ريادة الأعمال".⁽¹⁾

هدف الدراسة إلى قياس مدى استجابة الطلاب نحو انتشار ثقافة ريادة الأعمال ومدى معرفتهم بها أيضاً، هل هناك رغبة للطلاب لتعلم ريادة الأعمال والاتجاه إليها في المستقبل، وبيان أهم المعوقات التي قد تواجه الطلاب نحو انتشار ثقافة ريادة الأعمال وتحقيقها، وذلك من خلال طرحها لمجموعة تساؤلات المتمثلة في:

- ما درجة معرفة الطلاب بثقافة ريادة الأعمال؟

- مع اتجاهات الطلاب نحو ريادة الأعمال؟

- ما معوقات ريادة الأعمال من وجهة نظر الطلاب؟

من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يتوافق مع طبيعة الدراسة وأهدافها، والتعبير عنها كميًا، تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة، من خلال عدد من الأساليب الإحصائية التي تتناسب وطبيعة الدراسة لمعالجة البيانات من خلال استخدام حزمة البرنامج الإحصائي (SPSS).

أما بالنسبة لنتائج الدراسة يمكن حصرها في النقاط التالية:

- جاءت درجة استجابة الطلاب على البعد الأول الخاص بـ (معرفة الطلاب بثقافة ريادة الأعمال) مرتفعة، حيث بلغ متوسط استجابات الطلاب (2035)، مما يدل على معرفة الطلاب بثقافة ريادة الأعمال وأهميتها.

- جاءت درجة استجابة الطلاب على البعد الثاني الخاص بـ (اتجاهات الطلاب نحو ريادة الأعمال) مرتفعة، حيث بلغ متوسط استجابات الطلاب (2049) مما يدل على رغبة الطلاب في تعلم ريادة الأعمال والاتجاه إليها في المستقبل.

- جاءت درجة استجابة الطلاب على البعد الثالث الخاص بـ (معوقات ريادة الأعمال) مرتفعة، حيث بلغ متوسط استجابات الطلاب (2031) مما يدل على وجود بعض المعوقات لدى الطلاب التي تجعلهم يتخوفون من هذا المجال.

¹ - أحمد علي علام: دراسة ميدانية لقياس مدى استجابة الطلاب لثقافة ريادة الأعمال، مجلة كلية التربية ببنها، كليات - بريدة-القصيم- العدد 142، المملكة العربية السعودية، 2023.

- الدراسة الثانية: للباحث حسنين حميد محسن بعنوان: "تأثير برامج ريادة الأعمال على طلبة كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية"¹.
- هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير برامج ريادة الأعمال بأبعادها (السمات الشخصية، الأعراف الاجتماعية، التحكم في السلوكيات المدركة) في طلبة كلية الإدارة والاقتصاد/ جامعة بابل، كما تهدف إلى مساعدة مؤسسات التعليم العالي في معرفة مدى توفر نية ريادة الأعمال في الطلبة، وذلك من خلال طرحها للتساؤلات المتمثلة في:
- ما هو مستوى نية ريادة الأعمال بين الطلاب الجامعيين؟
- ما هي العوامل الرئيسية التي تؤثر على نواياهم اتجاه ريادة الأعمال كمهنة؟
- أما فرضية الدراسة فتمثلت في:
- توجد علاقة ارتباط بين عوامل ريادة الأعمال ونية الريادة.
- توجد علاقة تأثير بين عوامل ريادة الأعمال ونية الريادة.
- ومن أجل الإجابة على إشكالية الدراسة تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة من أجل الحصول على البيانات اللازمة حيث تم تحليل آراء 221 طالبا وطالبة، وتم استخدام معامل الارتباط البسيط لقياس علاقات الارتباط وكذلك اختبار (Z) لاختبار معنوية هذه العلاقة، واختبار (T) لتحديد معنوية معادلة الانحدار الخطي البسيط.
- أما بالنسبة لنتائج الدراسة يمكن حصرها في النقاط التالية:
- تأثير المتغيرات الثلاث مجتمعة (السمات الشخصية، الأعراف الاجتماعية، والتحكم في سلوكيات المدركة) على نية الريادة أكبر من تأثيرها بشكل منفرد.
- تلعب السمات الشخصية دورا حيويا في توجيه نية وسلوك طلاب الكلية نحو مشاريع ريادية أكثر أهمية.
- لم يكن لبعد الأعراف الاجتماعية الذي يتضمن دور الأصدقاء والأقارب والزملاء تأثيرا قويا على نوايا الريادة وإنما يجب أن يقترن مع البعدين الآخرين لتحقيق درجة أقوى من التأثير.
- شعور الطلبة بأنهم قادرين على تحقيق النجاح إلى درجة معينة.
- لم تكشف هذه الدراسة بوضوح عن دور النظم التعليمية في سمات الشخصية أو التحكم السلوكيات المدركة بما يسهم في تعزيز السلوك الريادي لدى الطلبة.

¹ - حسنين حميد محسن: تأثير برامج ريادة الأعمال على طلبة كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، المجلد 11، العدد 04، جامعة بابل، العراق، 2019.

- تدعم علاقة الارتباط نية طلاب الكلية متابعة فرص ريادة المشاريع بعد التخرج من خلال (الأعراف الاجتماعية والسمات الشخصية والتحكم في السلوكيات المدركة).
- هذا الارتباط والتأثير يدل على قيمة بعد التحكم في السلوكيات المدركة على وجه الخصوص في خلق تأثير فعال في السمات الشخصية بشكل فعال على نوايا ريادة الأعمال.
- **الدراسة الثالثة:** للباحثين أم هاشم محمود وآخرون بعنوان "المتطلبات التربوية لتفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي في مصر"¹.
- هدفت الدراسة للتعرف على المتطلبات التربوية لتفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي في مصر، وذلك من خلال التعرف على الجهود المبذولة لتفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي ومبررات تفعيل ريادة الأعمال. وذلك طرحهما لمجموعة من الأسئلة المتمثلة في:
- ما الإطار الفكري والفلسفي لريادة الأعمال؟
- ما الجهود المبذولة لتفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي؟
- ما الإجراءات المقترحة لتفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي في مصر؟
- ومن أجل الإجابة على إشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوظيفي في وصف البيانات والمعطيات الخاصة في التعرف على تفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي. فالمنهج الوصفي بما يشتمل عليه من خطوات علمية ومنهجية هو أنسب المناهج لموضوع الدراسة الحالية.
- أما بالنسبة لنتائج الدراسة فيمكن حصرها في النقاط التالية:
- معارضة الأكاديميين للتحويل الكامل للفكر الريادي بسبب سوء فهمهم للنتائج المرتقبة للتغيير أو الخوف من التأثير على القيم الأكاديمية، والقلق من دخول الجامعات للنظم السوقية وبالتالي افتقادا المثالية والنزاهة.
- عدم استيعاب المعرفة والمهارات الريادية وعدم كفاياتها وضعف أنظمة التدريب والتعلم الريادي مما يعوق تطوير ريادة الموارد البشرية الإدارية والأكاديمية طلاب أو أعضاء تدريس أو إداريين.
- الافتقار إلى السياسات الداعمة وصعوبة الإجراءات والمتطلبات القانونية والتشريعية، أو قد توضع إجراءات تعوق نجاح الجامعة الريادية.

¹ - للباحثين أم هاشم محمود وآخرون: المتطلبات التربوية لتفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي في مصر. مجلة العلوم التربوية، العدد 09، مصر.

- الوضع المالي والاقتصادي التي تواجه الجامعة من خلال عملية التحول وصعوبة الحصول على الأموال اللازمة لتمويل المشروعات الريادية، مما يشكل عائق في تعطيل الأفكار والمشاريع الهامة والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للجامعة.
 - ضعف البيانات التمكينية للريادة وتتضح في عدم الاستعدادات للمجازفة، والخوف من الفشل، وإحراج الأفراد من الكشف عن الأفكار والمغامرة، وعدم توفر الأمن والاستقرار الريادي.
 - سوء المناخ التنظيمي والإحباط المبكر للأفكار الريادية الجديدة دون انتظار النتائج واستعجال تحقق الأهداف دون دراسة واعية أو تخطيط شبكي للمشروعات الريادية.
 - ضعف التمويل والإخلال بالبنود التمويلية المدرجة بالعقود الموثقة للتحالفات القائمة مع مؤسسات الأعمال قبل اكتمال المشاريع وهو ما يؤثر على بقية الأهداف.
 - غياب الدعم المؤسسي أو الممارسات غير الفعلية من الجامعة تجاه العناصر الريادية وتدني نظم المكافأة والحوافز التشجيعية مما يقلل من فرص الابتكار، ويقف عقبة أمام قدرتهم على استكمال المهام الموكلة إليهم.
 - ضعف شبكات الأعمال وصعوبة وجود شركات وشبكات أعمال تسهم في تحقيق الريادة خاصة مع عدم توافر خريطة للمشروعات الريادية.
 - افتقار الجامعات إلى الخبرات التسويقية في ترويج البحوث والأفكار ونقل التقنية، وضعف ثقافة التعامل في المشكلات التسويقية بسبب ضعف الاهتمام بالبحوث التسويقية، ونقص البيانات والمعلومات عن المؤسسات الاقتصادية واحتياجات السوق المحلي والعالمي بما ينتج عنه عوائق التعامل مع الأسواق الداخلية أو الخارجية.
 - ضعف كفاءة الكوادر البشرية الإدارية والأكاديمية العاملة بالتخطيط والتنظيم والرقابة نتيجة ضعف التأهيل العلمي وانخفاض مستوى التدريب، وعدم رغبة العاملين في تطوير جداراتهم الريادية.
 - **الدراسة الرابعة:** للباحثة شيماء الصادق محمد عبد الدايم، بعنوان "إدارة وتمويل حاضنة SETSquared بالمملكة المتحدة لتحقيق ريادة الأعمال والابتكار وإمكانية الإفادة منها في مصر"¹
- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية إدارة وتمويل حاضنات الأعمال بالجامعات المصرية وريادة الأعمال والابتكار في ضوء خبرة SETSquare، والتعرف على الجهود المصرية المبذولة لإدارة وتمويل

¹ - شيماء الصادق محمد عبد الدايم: إدارة وتمويل حاضنة SETSquared بالمملكة المتحدة لتحقيق ريادة الأعمال والابتكار وإمكانية الإفادة منها في مصر، أطروحة دكتوراه في التربية، جامعة بني سويف، السنة الجامعية 2021-2022.

حاضنات الأعمال بالجامعات المصرية، وكذلك وضع مجموعة من المقترحات للاستفادة من خبرة حاضنة SETSquared في إدارة وتمويل حاضنات الأعمال بالجامعات المصرية. وذلك من خلال طرحها للتساؤلات التالية:

- **التساؤل الرئيسي:** كيف يمكن إدارة وتمويل حاضنات الأعمال بالجامعات المصرية على ضوء خبرة حاضنة الأعمال الجامعية SETSquared بالمملكة المتحدة؟
- ويتفرع هذا السؤال الرئيسي إلى عدة أسئلة فرعية وهي كالتالي:
- ما الأسس النظرية لإدارة وتمويل حاضنات الأعمال الجامعية في الأدبيات التربوية المعاصرة؟
- ما الأسس النظرية لإدارة وتمويل ريادة الأعمال والابتكار في الأدبيات التربوية المعاصرة؟
- ما ملامح إدارة وتمويل حاضنة الأعمال الجامعية SETSquared بالمملكة المتحدة؟
- ما الجهود المصرية المبذولة لإدارة وتمويل حاضنات الأعمال بالجامعات المصرية؟
- ما أهم المقترحات المسقاة من خبرة حاضنة SETSquared في تجويد إدارة وتمويل حاضنات الأعمال بالجامعات المصرية؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي لملاءمته لطبيعة وأهداف الدراسة.

وقد أظهرت الدراسة العديد من النتائج:

- الاهتمام بتحديد احتياجات المشروعات الريادية لبرامج الحاضنة ومدى ملاءمتها للخدمات والبرامج.
- نشر ثقافة العمل الحر والعمل الريادي لدى طلاب التعليم الجامعي والباحثين وأعضاء هيئة التدريس.
- اكتساب الطلاب المعلومات اللازمة لإنشاء المشروعات الريادية لهم ولمجتمعهم.
- تدريب الطلاب بالجامعات على استخدام التكنولوجيا الحديثة اللازمة لإنشاء وإدارة المشروعات الإنتاجية المختلفة.
- تشجيع الأبحاث العلمية التي تؤدي لمشروعات تحافظ على البيئة الخارجية من التلوث.
- توظيف الأماكن والقاعات والمعامل بشكل جيد يخدم الحاضنة الجامعية.
- توفير وسائل الاتصال الحديثة بالجامعات مما يساعد على تسويق منتجات المشروعات وربطها بالخارج.
- تقديم خدمة الدعم والمساندة المادية والتحويل اللازم لمشروعات عن طريق توفير مصادر تمويل لها.
- تعزيز حاضنات الأعمال الجامعية للدعم المالي ورأس المال المناسب والتسويق لرائد الأعمال.

الدراسات الأجنبية:

- **الدراسة الأولى:** للباحث مي إبي، هاريس موبا، مادريس، بعنوان: الكفاءة في تنظيم المشاريع الريادية والشخصية كدوافع للالتزام بتنظيم المشاريع: دراسة عن أصحاب الأعمال الصغيرة المعوقين.¹
- هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير الكفاءة المقاولاتية والشخصية المقاولاتية في على الالتزام المقاولاتية لأصحاب الأعمال الصغيرة في ذوي الإعاقة. لذا تصوغ هذه الدراسة الفرضية المراد اختبارها على النحو التالي:
- الكفاءة في ريادة الأعمال لها تأثير إيجابي على الالتزام بريادة الأعمال لدى أصحاب المشاريع الصغيرة من ذوي الإعاقة.
- الشخصية لها تأثير إيجابي على الالتزام بريادة الأعمال لدى أصحاب المشاريع الصغيرة من ذوي الإعاقة.
- وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي الكمي، وتم استخدام الاستبيان للحصول على بيانات من عينة مكونة من 133 مبحوثا من أصحاب الأعمال الصغيرة من ذوي الإعاقة في ثلاثة مدن في جاوة الوسطى إندونيسيا.

ومن خلال تفريغ البيانات وتحليلها تم التوصل إلى النتائج التالية:

- الفرضية الأولى مقبولة إحصائيا، الكفاءة الرياضية لها تأثير إيجابي على الالتزام الريادي.
- الفرضية الثانية مقبولة إحصائيا، أي أن للشخصية تأثير إيجابي على الالتزام بريادة الأعمال.
- **الدراسة الثانية:** للباحثان ديديب دياندرا، احمد عزمي، بعنوان: ماهية ريادة الأعمال.²
- عرفت المقاولاتية على أنها ظاهرة طبيعية في مجال الأعمال، وهي جزء من الحياة العملية ويظهر أن الأعمال التجارية تكون سليمة عندما تكون هناك مهارات ريادة الأعمال والإدارة المتعددة للتغيير والتعلم، سيكون من المفيد لأي مؤسسة تجارية فهم تعريف المقاولاتية للأعمال ومصادرها وأنواعها، والقدرة على إدارة ريادة الأعمال. وهذا البحث نوعي يعتمد على مراجعة الدراسات السابقة لتعريف المقاولاتية وتحديد مصادرها وأنواعها وتقديم الإرشادات العملية حول كيفية إدارة ريادة الأعمال أو المقاولاتية.

¹ Mei Ie, Haris Mauoa, Madris: Entrepreneurial combetonce and persenalites As Drivers of entrepreneurial commitment:A study on disgbled Micro-Business owners, International journal of application on economirs and Business (IJAEB), volume 02, Issue 01, universitas tarumanagra-jakarta, 2024.

² Didip Diandra, Ahmad Azmy: Understanding Definition of entrepreneurship, International journal of Mangement Accounting and Economics, Volume 07, issue 05, tamir abeng university-Indonésie, 2020.

وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

- ريادة الأعمال جزء من الحياة التجارية، ويتم دعم تنظيم الأعمال التجارية من خلال ريادة الأعمال التي تعتمد على التغيير والتعلم.
- أن ريادة الأعمال هي تمكين الأفراد من الاستمرار والنمو لمواجهة عدم اليقين في الأعمال التجارية.
- هناك بعض مصادر ريادة الأعمال مثل ريادة الأعمال القائمة على الفرصة وأخرى قائمة على السوق والابتكار والتكنولوجيا الرقمية وتعليم ريادة الأعمال.
- فهم ماهية ريادة الأعمال يكون من خلال استكشاف مهارات ريادة الأعمال لتقبل وإدراك عملية ريادة الأعمال كجزء من الحياة العملية ومن ثم النمو.

● التعقيب على الدراسات السابقة

تعد معظم الدراسات السابقة مرجعا أساسيا للدراسة الحالية، حيث أسهمت بشكل كبير في توفير مجموعة من المعلومات والمراجع، وإعطاء صورة عامة وشاملة عن الدراسة من جوانبها المختلفة، وقد تم التطرق في هذا البحث إلى بعض الدراسات المحلية والعربية والأجنبية التي تمت بدراسة موضوع الثقافة المقاولاتية وتعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي.

بعد تقديم مجموعة من الدراسات السابقة والتي لها علاقة بموضوع بحثنا، تعتبر الدراسة التي أجراها الباحثان هارون سميرة، عرابي محفوظ، من الدراسات التي تتشابه مع دراستنا من ناحية كونها تعمل على تقصي الواقع ومستوى الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي في الجزائر بما يتيح للطلبة الجامعيين التوجه بطريقة واعية نحو إنشاء مؤسسات صغيرة وتسييرها، وكذلك تتشابه مع كل من دراسة الباحثة قايدى أمينة التي ركزت على مدى تأثير التكوين الجامعي على توجه الطلبة نحو المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الناشئة، ودراسة الباحث بالراشد نبيل التي تكشف عما إذا كانت التظاهرات العلمية كالملتقيات وندوات والمقررات الجامعية تساهم في تشكيل طالب جامعي لديه ثقافة مقاولاتية ووعي بمفهومها وكيفية التوجه إليها.

وكذلك يلاحظ أن هناك دراسات عربية تناولت جانبا واحدا بالتحليل والتعمق فيما يخص الثقافة المقاولاتية مثل: المتطلبات التربوية لتفعيلها، حاضنات الأعمال كهيئة مرافقة للمشاريع المقاولاتية، وكذلك تأثيرات برامج ريادة الأعمال على تشكيل وعي مقاولاتي لدى الطلبة.

كما أن هناك دراسات أخرى خاصة الأجنبية التي حاولت ربط متغيرات أخرى التي يعتقد أن لها تأثير كبير على نجاح المقاولاتية كالشخصية، والكفاءة في تنظيم المشاريع...إلخ، وكذلك التعريف بماهية المقاولاتية وأنواعها ومصادرها، لكي يكون واضح ومفهوم لدى جميع الفئات الاجتماعية.

سابعا - المقاربة النظرية

تحتاج أي دراسة علمية إلى مقارنة نظرية كمنطلق فكري يفسر الواقع الميداني الذي يتواجد فيه موضوع معين حيث تختلف هذه المقاربة حسب طبيعة الموضوع المدروس، الأمر الذي يفرض على الباحث عند إنجازهِ لرسالته العلمية مقارنة موضوع دراسته وتحديد نوع المقاربة التي يتبناها في بحثه والذي يفسره على أساسها، ومحاولة تكييفها مع موضوع الدراسة الراهنة، ومن المقاربة النظرية الملامسة لموضوع دراستنا ما يلي:

1- نظرية الفرص في ريادة الأعمال

أسس لهذه النظرية أسماء كثيرة وأهمها "بيتر داركر" "Peter Drucker"، حيث ركز على أن رواد الأعمال لا يسعون للتغيير، كما تقول النظرية النمساوية، وإنما يميلون إلى استغلال الفرص التي يحدثها التغيير والتغير المستمر سواء في التكنولوجيات مثلا أو في التفضيلات وتغيير اختيارات المستهلك وغيرها.

وفي سياق الثقافة المقاولاتية تأتي نظرية الفرص في ريادة الأعمال لتوضح كيفية البحث دائما على التغيير واستغلاله كفرصة، وتقوم هذه النظرية على نظرية مفادها أن لرواد الأعمال نظرة أكثر من الاحتمالات التي ارتبطت بالتغييرات محددة، كما يمكن للباحثين فهم العلاقة بين الثقافة المقاولاتية والجامعة وتحليل تأثير هذه العلاقة من خلال إدارة المشاريع والسعي وراء الفرص دون النظر إلى الموارد التي يتم التحكم فيها حاليا.

2- نظرية رأس المال الاجتماعي

نظرية رأس المال الاجتماعي مهمة كونها تكسب الفرد القدرة على إدراك فرص المقاولاتية أكثر من غيره، حيث تركز على فكرة أساسية التي تقول أنه يمكن للشبكات الاجتماعية والعلاقات بين الطلبة والمؤسسات الجامعية أن تكون مصدرا قيما لدعم الموارد على المساعدة في عملية إطلاق وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تعتبر نظرية الشبكة الاجتماعية من أهم السياقات الاجتماعية التي تعتمد عليها النظرية في دراسة الممارسة المقاولاتية، حيث تظهر الأدبيات حول هذه النظرية أن الروابط الاجتماعية تلعب دورا هاما في المقاولاتية، كما توفر الدعم الذي يمكن أن يساعد على نمو وازدهار المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

تقوم نظرية رأس مال الاجتماعي على مفهومين رئيسيين: العلاقات الاجتماعية والثقة. فهي تعتبر أن العلاقات القوية بين الطلبة والبيئة الجامعية يمكن أن تسهم في توفير الموارد غير المالية مثل الدعم العاطفي والمعرفي والتعاون وتبادل الموارد.

ومن المهم أيضا أن نفهم كيفية تأثير هذه العلاقات الاجتماعية على العمليات التشغيلية والتنظيمية للثقافة المقاولاتية. فعلى سبيل المثال، يمكن للثقافة المقاولاتية الاستفادة من شبكاتها الاجتماعية لتوفير الفرص

والموارد والتوجيه للطلبة الجامعيين، بالإضافة إلى توفير بيئة داعمة وتشجيعية لتبادل الخبرات والمعرفة بين الأعضاء.

خلاصة

في هذا الفصل تم التطرق إلى مشكلة الدراسة والمتمثلة في الثقافة المقاولاتية وتعزيز دور الابتكار لدى الطالب الجامعي، الفرضيات، وبعدها انتقلنا إلى معرفة أسباب اختيارنا للموضوع وأهميته، ثم تناولنا أهداف الدراسة التي يسعى البحث بلوغها، وتليها عرض أهم المفاهيم المتعلقة بالموضوع لتوضيح المعنى أمام القارئ وإزالة الغموض، وتحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة، إلى جانب الاطلاع على بعض الدراسات السابقة التي تعد مرجع هام لأي بحث علمي. كما لا تخلو أي دراسة من الإطار الفكري والنظري لموضوع الدراسة والمتمثل في المقاربة النظرية المرتبطة ارتباطا ميدانيا ونظريا بموضوعنا.

الفصل الثاني

التحليل السوسيولوجي للثقافة المقاولاتية

تمهيد

أولاً- التطور التاريخي للثقافة المقاولاتية في الجزائر

ثانياً- مكونات وخصائص الثقافة المقاولاتية

ثالثاً- وعناصر وأبعاد الثقافة المقاولاتية

رابعاً- الأهمية الاجتماعية والاقتصادية للثقافة المقاولاتية

خامساً- مقومات البيئة الجامعية في تعزيز الثقافة المقاولاتية

سادساً- نماذج وقنوات نشر الثقافة المقاولاتية وسبل ترقيتها

سابعاً- دور الجامعة في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين

ثامناً- إجراءات الدولة لنشر الثقافة المقاولاتية في الجامعات ومخابر البحث العلمي

تاسعاً- التحديات التي تواجه الثقافة المقاولاتية في الجامعة الجزائرية

خلاصة

تمهيد

تعتبر الثقافة المقاولاتية أحد المحركات الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في أي مجتمع، فهي تمثل مجموعة من القيم والمبادئ والمفاهيم والممارسات التي تروج لروح المبادرة والاستقلالية، كما تشجع الأفراد على التفكير الابتكاري وتحفزهم على الدخول لعالم ريادة الأعمال. حيث تشمل الثقافة المقاولاتية على مجموعة من المهارات والمعارف المتمثلة في إدارة الموارد المالية، تعزيز روح القيادة والتسويق، تطوير الأفكار والتعرف على الفرص المتاحة، والقدرة على بناء شبكة من العلاقات المهنية، كما تساهم الثقافة المقاولاتية في خلق بيئة تنافسية تحفز على الابتكار وتشجع على المخاطر وتحمل المسؤولية، وتعزز النمو الاقتصادي، وتوفر فرص عمر جديدة وتدعم التغيير والتحول في المجتمعات، كما تتميز الثقافة المقاولاتية بمرونة عالية في مواجهة التحديات والمشاكل مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتحقيق النجاحات على المدى الطويل.

أولاً- التطور التاريخي للثقافة المقاولاتية في الجزائر

ترتبط المقاولاتية من حيث الفلسفة التي قامت عليها بالنموذج الاقتصادي الاجتماعي المنتهج من طرف الدولة منذ الاستقلال، فإذا تتبعنا المسار الذي مر به المجتمع الجزائري منذ الاستقلال يتبين لنا وجود محطات اقتصادية واجتماعية مناهزة ميزتها وجود بنية قاعدية مدمرة ومشاكل اجتماعية متعددة الأوجه، فقد كان من الصعوبة إعادة بناء مجتمع ومؤسساته في فترة وجيزة، رغم ذلك فقد تولى المواطنون المتشبعون بالروح الوطنية وبشكل عفوي تسيير مختلف المزارع والمؤسسات وفق نمط التسيير الذاتي كأول نمط تسييري للمؤسسات بعد الاستقلال، فهذه الحركة من الأفراد لتولي شغل مناصب العمل التي هجرها المعمرون كان له أثر في ثقافة العمل لدى الفرد الجزائري، ما يعني أن الهبة الاجتماعية كانت نتاج الشعور بالوطنية والرغبة في خدمة البلاد من خلال الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، فهذه المرحلة أظهرت عوامل مهمة كالرغبة في العمل وروح المبادرة وهي عوامل مهمة لتكوين ثقافة العمل، فالتسيير الذاتي يعبر عن مبادرة المواطنين للعمل وبناء قاعدة اقتصادية واجتماعية تقوم بمثابة الأرضية للاقتصاد الوطني.⁽¹⁾

لقد سمح قانون 1963/3/23 للدولة بالتدخل في تنظيم وتحديد الصلاحيات والمجالات لهذا النمط التسييري، مما كان له الأثر على القاعدة العمالية، فتطلعات الدولة الجزائرية كان نحو تنظيم المجتمع حسب إيديولوجيا اجتماعية واقتصادية مرتكزة على النهج الاشتراكي، كما أن هيمنة الحزب الواحد ساهم في التضيق على المبادرات الفردية، خاصة مع تحكم الدولة في المؤسسات من خلال تبني سياسة التأمين، الأمر الذي حول الدولة إلى مالك ومستثمر ومشرف على الشؤون الاجتماعية وعدم ترك المجال لأي فاعل ليكون شريكا لها في مبادرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، رغم أن هذا التوجه له إيجابيات من حيث توفير مناصب عمل لجميع الفئات والسلع والخدمات المدعمة، إلا أنه ترك آثارا سلبية في ثقافة الفرد والمجتمع من خلال ترسيخ "ذهنية البايك وثقافة الاتكالية" التي بقيت آثارها إلى اليوم، لكن مع التحولات التي شهدتها الاقتصاد العالمي المصاحبة لانهايار المعسكر الاشتراكي بدأت بوادر الأزمة الاقتصادية والاجتماعية تمس المجتمعات التي كانت تتبنى النهج الاشتراكي، من بينها الجزائر التي شهدت منذ النصف الثاني من الثمانينات أزمة خانقة مست الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، مما دفع الدولة الجزائرية إلى القيام بإصلاحات اقتصادية بغرض تغيير الأنماط التسييرية وإعادة تنظيم الاقتصاد الوطني وفق نظام

1- عبد الرحمن بوقفة ، مهدي لعوارم: نحو إرساء ثقافة مقاولاتية لدى الشباب الجزائري، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد

10، العدد 02، برج بوعريج-الجزائر، 2023، ص 268.

اقتصاد السوق، ومع هذا النهج بدأ الاهتمام بأشراك القطاع الخاص وفتح مجالات الاستثمار أمامه في مختلف القطاعات.⁽¹⁾

بدأ تشكل الثقافة المقاولاتية انطلاقاً من التحولات التي شهدتها هذه المرحلة من خلال تبني الدولة للاقتصاد السوق وتراجعها عن نهج الاشتراكي رغم كون المبادرة الفردية التي تعتبر من مبادئ ثقافة المقاولاتية كانت موجودة إلى حد ما في ثقافة المجتمع، وقد تدعم نهج الدولة في دعم الثقافة المقاولاتية والتمهيد لها منذ سنة 2003 من خلال قيامها بعدة إجراءات لتشغيل الشباب ولتشجيع هذه الفئة، تمثلت هذه التدابير في إنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة...، بالإضافة إلى تخصيص وزارة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار لتطوير الثقافة المقاولاتية كما تم وضع قوانين وآليات لتشجيع الاستثمار وإنشاء المؤسسات.

ولتوضيح أهمية هذه التدابير ودور الوكالات نورد على سبيل المثال الجدول الآتي:⁽²⁾

جدول رقم (01): تطور المشاريع الممولة وأثر الشغل للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ والصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC

CNAC			ANSEJ			عنوان/سنة
2018	2017	2016	2016	2015	2014	
3474	3302	8902	11262	23676	40856	عدد المشاريع الممولة
8598	8299	21850	22766	51570	93140	أثر الشغل

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات، 2021، ص 13.

والملاحظ من بيانات الجدول أعلاه أن هناك توجه لدعم الاستثمار عن طريق تمويل المشاريع لاستحداث مناصب الشغل، إلا أن هناك تناقض في عدد المشاريع الممولة من طرف الهيئتين من سنة إلى أخرى وبشكل تنازلي، يعود ذلك إلى الأزمة المالية المتمثلة في قلة المداخيل والناجمة عن تراجع أسعار المحروقات في السوق الدولية، ما يبين أن التوجه نحو الاستثمار يخضع للمعطيات الاقتصادية للبلاد وهو مرتبط بالتوجهات السياسية والاقتصادية المنتهجة من طرف الدولة وسعيها لدعم المشاريع الاستثمارية التي يمكن أن تحقق عوائد مالية تساهم في استهداف مناصب الشغل للتخفيف من حدة البطالة، رغم ذلك فإن

1- المرجع السابق، ص 268، 269.

2- المرجع السابق، ص 269.

عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر يشهد تطوراً مستمراً، نتيجة للسياسات المتبعة من طرف الدولة الساعية إلى تحرير الاقتصاد الوطني وإتاحة المجال للمبادرات الاستثمارية والمشاريع الخاصة، وهذا له أثر ملحوظ في التشغيل حيث أن مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل عرف تزايداً مستمراً مع مرور السنوات والذي يعد هدفاً إستراتيجياً للدولة ما جعلها تلجأ إلى تشجيع المقاوالاتية، كما أن تطور نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة له أهمية في تشكيل ثقافة المقاوالاتية في المجتمع الجزائري.⁽¹⁾ وفي هذا السياق، يتضح الوجود الفعلي للثقافة المقاوالاتية في الجزائر، ويتجلى ذلك من واقع الأرقام المقدمة عن حصيلة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الرسمية، حيث يتم تسجيل زيادة كبيرة في المؤسسات الخاصة على حساب المؤسسات العمومية، ورغم الدور الفعال الذي تلعبه برامج دعم المرافقة المقاوالاتية في دم وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا أن هذه المساهمة لا تزال ضعيفة، كما أن وتيرة نمو المؤسسات تبقى بعيداً كل البعد عن المستوى المطلوب، وهذا ما يرتبط بمدى توفر روح المقولة لدى المجتمع الجزائري، والتي ما يلاحظ عليها هو انخفاض مستواها وكذلك تجاهل نظام التكوين لميكانيزمات وأسس غرس الثقافة المقاوالاتية.⁽²⁾

وبناء على ما سبق يمكننا القول أن التطور التاريخي للثقافة المقاوالاتية في الجزائر يعكس مساراً معقداً متأثر بالعديد من العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية. فمنذ الاستقلال مرت الجزائر بفترات طويلة من التوجه نحو الاقتصاد الاشتراكي الذي شكل عائقاً أمام تطور المبادرات الخاصة والمقاولات. لكن مع بداية التسعينات، خاصة بعد الانفتاح الاقتصادي وما صاحبه من الانتقال نحو اقتصاد السوق، ظهرت بعض التحولات التي ساعدت على تنشيط الثقافة المقاوالاتية في المجتمع الجزائري، حيث تزايد الاهتمام من قبل الحكومة والمؤسسات المالية بتوفير الدعم المالي والفني للمقاولين الشباب خاصة طلبة الجامعات وذلك من خلال إنشاء حاضنات الأعمال على مستوى الجامعات ودار المقاوالاتية... إلخ، إلا أن الثقافة المقاوالاتية في الجزائر لا تزال تواجه تحديات اقتصادية واجتماعية وثقافية وغيرها... إلخ. تقف عائقاً أمام تطورها خاصة على المستوى المجتمعي.

1- المرجع السابق، ص 270.

2- علي رحال ، آمال بعيدة: واقع المقاوالاتية في الجزائر-دراسة تحليلية-، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 11، جامعة باتنة - الجزائر، 2016، ص 186.

ثانيا - مكونات وخصائص الثقافة المقاوالتية

1- مكونات الثقافة المقاوالتية

تتكون الثقافة المقاوالتية من مجموعة عناصر يمكن تحديدها فيما يلي:

- **البيئة العامة:** وتتمثل أساسا في كل العوامل التي تبقى خارج عن إطار المؤسسة.
- **الحكومة:** وتتمثل في مختلف الإعفاءات والتخفيضات الضريبية التي تقدمها الحكومات للمقاوالت.
- **التكنولوجيا:** تعرف التكنولوجيا على أنها عبارة عن مجموعة من المعارف والمهارات والخبرات المتراكمة والأدوات، والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان لاستغلال موارد البيئة بما فيها من موارد وطاقات لخدمته في أداء عمل، أو وظيفة ما في حياته اليومية لإشباع حاجاته المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع. فالتغيرات التكنولوجية التي تقع خارج المؤسسة هي من الأبعاد الأساسية التي ينبغي الأخذ بها عند تحديد الإستراتيجية والفشل في التوقع والاستجابة للتغيرات التكنولوجية يعد مكلف للغاية.

- **العوامل الديموغرافية:** ومن بينها عوامل السلم، والدخل والتعليم والديانة.
- **بيئة الصناعة:** تعرف الصناعة بأنها مجموعة المؤسسات تقدم منتجات أو خدمات المستهلكين أو المستفيدين في أسواق معينة، ولها قدرة للقيام بتقديم منتجات بديلة لكل مؤسسات أخرى.
- كما أن هناك عناصر أخرى لها تأثير على محيط المؤسسة أهمها:
- **المنافسة:** إن المنافسة تتحدد على أساس الطلب والعرض للمنافسين لذلك يجب على صاحب المشروع أن يدرس منتجاتهم وحصصهم السوقية ونقاط قوتهم وضعفهم وإستراتيجيتهم.⁽¹⁾
- **الزبائن:** تؤثر قوة الزبائن على الأسعار المطبقة من طرف المؤسسات وكذلك التكاليف والاستثمارات فمن خلالهم يتم تحديد كمية المشتريات وتكلفة التبديل وكذلك مدى تحسين الزبائن بالأسعار.⁽²⁾
- بناء على ما سبق نستنتج أن الثقافة المقاوالتية تشمل مجموعة من المكونات الأساسية التي تساهم في تحفيز الأفراد على مشاريعهم الخاصة وتنميتها، حيث تجسد الابتكار والإبداع في البحث المستمر عن أفكار جديدة وحلول مبتكرة، والقدرة على تحمل المخاطرة لتحقيق النجاح، كما تتسم الثقافة المقاوالتية بالرؤية

1- فاطمة الزهراء عزيزي: إستراتيجية الاتصال بالجامعة لنشر الثقافة المقاوالتية لدى الطلبة -دراسة ميدانية في جامعة عنابة-، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3-الجزائر، 2023، ص 104.

2- المرجع السابق، ص 104.

جديدة وطموح يعزز فرص النجاح والنمو، مما يشجع المقاولون على بناء شبكات مهنية واسعة والتواصل المستمر مع الآخرين.

2- خصائص الثقافة المقاولاتية

لعل من أبرز خصائص الثقافة المقاولاتية تنبعا للباحث "جان ماري" *jean marie* والتي يجب أن تتوفر عند كل مقاول ما يلي:

- **تثمين لأنشطة الأعمال:** يجب على المقاول أن يعطي قيمة لمختلف الأنشطة الربحية والتي تتماشى مع قيم المجتمع الذي ينشط فيه، وهذا في انسجام وتناغم يجعل العمل المقاولي عمل مقبول ومرغوب.
 - **المبادرة:** يجب أن يكون المقاول مصدر إلهام لأفراد المجتمع، الإلهام يدفع الأفراد للعمل وتجربة كل ما هو جديد، ولاستغلال أحسن للفرص الممكنة.
 - **المثابرة والتصميم:** أثبتت الدراسات أن المقاولين هم أشخاص يقدمون كل ما لديهم من وقت وطاقة من أجل إنجاز مشاريعهم الخاصة.⁽¹⁾
 - **الدفع نحو التغيير:** المقاول هو عامل للتغيير، وأفكاره الإبداعية ومنتجاته وخدماته الجديدة تعمل على تغيير سلوكيات الأفراد في المجتمع وأنماط حياتهم.⁽²⁾
- وعلى غرار كل الثقافات فإن للثقافة المقاولاتية خصائصها التي تميزها، فحسب تولوز (*Toulouse*) فإن للثقافة خمس خصائص أساسية تتمثل في:
- **تثمين أنشطة الأعمال:** الثقافة التي تثمن المقاولاتية تمنح أنشطة الأعمال مكانة هامة فيها يمكن أن نسميه تسلسل الهرمي لهذا المجتمع، فالمجتمع الذي يثمن المقاولاتية يمنح فيما يخص الصفات والمال وكذا إنشاء الشركات مكانة هامة أولوية.
 - **تثمين المبادرات الفردية أو الجماعية:** المجتمعات التي توجد فيها أنشطة المقاولاتية تعتبر مجتمعات يتم فيها الحصول على الفرص، حيث يتسم أعضائها بنوع من الاندفاع اتجاه التحديات، بالإضافة إلى هذا تساعد الأفراد في تحديد مصيرهم وكذا استغلالهم المحكم للفرص المتاحة.
 - **تثمين المثابرة والإصرار:** أظهرت الدراسات أن المقاولين الذين يتميزون بالمثابرة والإصرار يتمكنون من إنشاء مشاريعهم الخاصة، فثقافة المقاولاتية هي تلك الثقافة التي تثمن المثابرة والتصميم، والتي تدعم

1- محمد سيف الدين بوفالطة، نذير عزيزي: مشكلات نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي -دراسة حالة على طلبة قسم علوم التسيير بجامعة قسنطينة 2. مجلة التنمية البشرية، المجلد 06، العدد 04، جامعة قسنطينة 2-الجزائر، 2019، ص 82.

2- المرجع السابق، ص 82.

المحاولة وترغب فيها، والتي تتسامح مع بعض الأفراد الذين يواجهون الصعوبات، الفشل، دون إقصاء ورفض الأفراد الذين يقترحون مشروعات من أجل إنشاء شركاتهم الخاصة.⁽¹⁾

- **تسمح العيش في توازن ما بين الأمن والخطر:** إن عملية إنشاء المؤسسة تتعرض لبعض المخاطر، بالإضافة إلى توفر المعلومات اللازمة لهذا الإنشاء، والموازنة بين الأمن والخطر ستعطي مكانة للمقاول في هذا المجتمع، والتي تؤدي إلى علو شأن المقاولاتية وعلى هذا الأساس فإن الثقافة المقاولاتية تسعى لإيجاد توافق بين الأمن والخطر، من أجل خلق التوازن ما بين الحاجات الخاصة بالأمن وضرورة تحمل المخاطر اللازمة لتحقيق المشاريع الخاصة بهذا المجتمع.

- **توفر حل للتوتر بين الاستقرار والتغيير:** لقد جعل البعض من الباحثين من التغير جوهر للمقاولاتية فالمقاولين هم العامل الأساسي للتغيير، والنشاط المقاولاتي يقوم بإنشاء نوع من التوتر بين الاستقرار والتغير، أما الثقافة المقاولاتية تقوم بخلق نوع من التوازن بين الاستقرار والتغير، لمواصلة الشركة مسارها يجب من توفر نوع من الاستقرار في سلوك الأفراد وكذا هياكل وقيم المجتمع بالإضافة إلى هذا تحتاج إلى نوع من التغيير الذي يساعد على خلق المنتجات وخدمات جديدة.⁽²⁾

ثالثا- عناصر وأبعاد الثقافة المقاولاتية

1- عناصر الثقافة المقاولاتية

إن الحديث عن الثقافة المقاولاتية يحيل لنا الحديث عن العناصر المشكلة لهذه الثقافة والتي تتعلق بالدرجة الأولى بمجموعة من القيم المهنية للمقاول وهي:

- **الحاجة إلى الإنجاز:** أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير المستمر والتميز ولذلك فالمقاول دائما يقيم أداء هو أنجزه في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.

- **الثقة بالنفس:** حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال، وذلك من خلال الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية والمستقبلية وذلك بسبب وجود حالة الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم بها.

- **الرؤية المستقبلية:** أي التطلع إلى المستقبل بنظرة تفاؤلية وإمكانية تحقيق مركز متميز ومستويات ربحية متزايدة.

1- فاطمة الزهراء عزيزي، مرجع سابق، ص 105.

2- المرجع السابق، ص 105، 106.

- **التضحية والمثابرة:** يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمن استمرارها يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات من خلال الجهد والاجتهاد والعطاء.

- **الرغبة في الاستقلالية:** ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف والسعي بالاستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوفر لديهم الموارد المالية الكافية كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنباً لحالات بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم. (1)

بناء على ما سبق يمكن القول أن للثقافة المقاولاتية عناصر عدة تشمل على روح المبادرة التي تشجع الأفراد على الابتكار وإنشاء المشاريع، الإبداع الذي يدفع إلى إيجاد حلول جديدة، وتحمل المخاطر المتعلقة باتخاذ قرارات جريئة في إدارة الأعمال، والتوجه نحو الفرص الاقتصادية لتحقيق النجاح والنمو، هذه العناصر تساعد كلها في إنشاء بيئة ريادية مبتكرة.

2- أبعاد الثقافة المقاولاتية

يمكن توضيح أبعاد الثقافة المقاولاتية في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): بعنوان أبعاد الثقافة المقاولاتية

المقاول L'entrepreneur	المقاول أو المؤسسة L'entreprise	البيئة الخارجية
- الرصيد المعرفي والفكري والنفسي الذي يمتلكه الفرد	- طبيعة المشروع	- السوق
- المؤهلات والخبرات العملية	- إمكانيات إنجاز المشروع	- بيئة الأعمال
- الدافعية	- إمكانيات إدارة المشروع	- الفرص المتاحة
- روح المبادرة	- إمكانيات تطوير المشروع	- الوضع المجتمعي
- روح المسؤولية	- إمكانيات إدارة المخاطر	
- القيم المرتبطة بالعمل والنجاح		
- اتجاهات الفرد نحو مشروعه		

1- عبد الرحمان روابح ، الزهرة أسرار: الثقافة المقاولاتية كسبيل لإرساء العملية المقاولاتية، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، المجلد 04، العدد 02، الجلفة-الجزائر، 2021، ص 57، 58.

		- اتجاهات الفرد نحو البيئة الخارجية المؤثرة في المشروع
--	--	---

المصدر: خالد حامد، مرجع سابق، ص 151.

ويمكن التعبير عن هذا الجدول بالمعادلة التالية:

$$\text{الثقافة المقاولاتية} = \text{المقاول} \times \text{المقاول (المؤسسة)} \times \text{البيئة الخارجية}$$

وفي هذا السياق، يمكننا القول أن الثقافة المقاولاتية هي تفاعل بين الجانب الذاتي للفرد والمؤسسة التي يبادر إلى إنشائها والبيئة الحاضنة لها.

ويوضح لنا الجدول السابق مجموعة من أبعاد الثقافة المقاولاتية المتمثلة في:

✓ **المقاول أو الفرد:** هو العنصر الفاعل في أي نشاط يبادر به، تحركه دوافع مختلفة، تتعلق بالرصيد المعرفي والفكري والنفسي الذي يمتلكه ويشمل ما يلي:

المكتسبات والخبرات والمعارف التي يمتلكها الفرد حول مشروعه، إذ تلعب المؤهلات العلمية والخبرة العملية دوراً محورياً في اختيار المشروع الذي يتلاءم مع قدراته وميوله، فكثيراً من الشركات العملاقة انطلقت من فكرة حملها أصحابها ثم جسدها في شركات وطورها: مرسيدس مازدا فورد، أوبل جوجل... إلخ. (1)

- روح المبادرة وهي صفة يكتسبها الفرد في عملية التنشئة الاجتماعية في الأسرة وفي المدرسة، الأمر الذي يجعله يمتلك القدرة على التعبير عن ذاته واستظهار قدراته، والرغبة في تغيير وضعه.

- الدافعية تمثل دافعية الفرد نحو أي فكرة أو موضوع المنطلق الأول نحو تجسيدها وإشباع الحاجات أو الهدف الكامن وراء ذلك الدافع، وترتبط قوته وتأثيره على سلوك الفرد بمدى أهمية وقيمة الغاية التي ينشدها الفاعل، لذلك فمن المفترض أن يكون الدافع نحو إنشاء المقاول قوياً لأنه يمثل خيار الفرد المفضل ورغبته في تغيير وضعه وتحقيق ذاته وإشباع حاجاته وتجسيد أهدافه وطموحاته.

- الاتجاهات المرتبطة بقيمة العمل والنجاح، ونحو المحيط الذي يتفاعل معه.

- روح المسؤولية والقدرة على الوفاء بالالتزامات والعمل على تقدير وتفعيل الموارد والقيم التي يديرها.

✓ **المقاول أو المؤسسة:** وتتعلق بالمشروع الذي يرغب أو يبادر الفرد إلى تجسيده، بفضل ما يمتلكه من إمكانيات وقدرات ذاتية ومادية. بذلك تبرز قدراته الحقيقية في إدارة مؤسسته ووضع الأهداف والإستراتيجيات ومواجهة التحديات، فنجاح المقاول وتطورها يرتبط بالبعدين التاليين يتعلق الأول بمدى

1- خالد محمد: مرجع سابق، ص 151، 152.

ملاءمة مجال نشاط المقاول بمؤهلات وإمكانيات المقاول وقدرته على الاستجابة للتحديات التي يواجهها. ويتعلق الثاني بالجدوى الاقتصادية للمقاول.

✓ **البيئة الخارجية:** وتتعلق بالمحيط الذي يتفاعل معه الفرد بصفة مباشرة أو غير مباشرة، خاصة في

المجالات المتعلقة ببيئة الأعمال والفرص المتاحة، والوضع الاقتصادي، من أهم متغيراتها:⁽¹⁾

- **السوق:** كالعرض والطلب، والمنافسة بكل ما تنطوي عليه من نوعية وأسعار وعوامل الجذب، إذ تعد الميزة تنافسية من أهم متطلبات نجاح المؤسسة بغض النظر عن طبيعتها وحجمها خاصة في ظل العولمة الاقتصادية وسياسات الانفتاح. وقد كان هذا العامل نقطة ضعف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الأساسية، بعد انتهاء سياسات الانفتاح والخصخصة، وإغراق السوق بمختلف المنتجات، خاصة الصينية رخيصة الثمن، مما ساهم في إفلاس العديد من المؤسسات.

- **السياسة الاقتصادية:** يقصد بالسياسة الاقتصادية مجموع البرامج والمخططات والاستراتيجيات والأهداف التنموية التي يتم إقرارها والعمل على تنفيذها خلال فترة زمنية محددة. وغالبا ما ترتبط هذه السياسة ببرامج السلطات الحاكمة والأحزاب السياسية التي يفترض أن يزيكها الناخب عبر صناديق الاقتراع، كخيار من بين الخيارات المعروضة أثناء العمليات الانتخابية. وتكتسي هذه السياسة أهمية بالغة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وجذب الاستثمارات وتوفير مناصب العمل فمن خلالها تتم مرافقة ودعم وحماية المؤسسات عن طريق التشريعات والتحفيز والدعم والمرافقة.⁽²⁾

مما سبق يمكن القول أن أبعاد الثقافة المقاولاتية تشمل عدة جوانب أساسية منها المقاول والمؤسسة والبيئة الخارجية التي تشجع الأفراد على تطوير حلول جديدة وغير تقليدية، كما تركز على العمل الجماعي والتعاون بين الأفراد لتحقيق الأهداف المشتركة، بالإضافة إلى ذلك تشم إدارة الوقت والموارد بشكل فعال، مع التركيز على الاستدامة والنمو والمستمر، هذه الأبعاد تساهم في خلق بيئة مشجعة على ريادة الأعمال وتطوير المشاريع المبتكرة.

1- المرجع السابق، ص 152، 153.

1- المرجع السابق، ص 153.

رابعاً - الأهمية الاجتماعية والاقتصادية للثقافة المقاولاتية

1- الأهمية الاجتماعية للثقافة المقاولاتية

- تشجيع أصحاب المهارات والقدرات الفائقة على المبادرة والابتكار والإنجاز.
- تحسين قدرة الأفراد على التكيف لاستجابة التغيرات السريعة. التي أصبحت تميز العالم في شتى المجالات.

- تنمية وتطوير مهارات الأفراد من خلال حثهم وتحفيزهم على الإبداع والإنجاز في سن مبكر.
- غرس قيم الالتزام والمثابرة والمسؤولية في الأفراد اتجاه ما ينجزونه، باعتبارهم أصحاب المشاريع.

2- الأهمية الاقتصادية للثقافة المقاولاتية

- تثمين الثروات والإمكانيات المادية والبشرية، التي يزخر بها المجتمع، واستغلالها لخلق الثروة.
- استدراك التأخر في إنشاء المؤسسات، مقارنة المجتمعات الأخرى.
- تدعيم المؤسسات الصناعية الكبرى في المجتمع، ورفع كفاءتها الإنتاجية، بتلك المتوسطة والصغيرة.
- تحفيز المنافسة والابتكار، لأجل زيادة الناتج القومي، وتحقيق التوازن الاقتصادي.
- تخفيض نسبة البطالة واستغلال الطاقات المعطلة في المجتمع، من خلال توفير مناصب عمل ضمن المشروعات المقاولاتية (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة).
- توسيع وتنويع القاعدة الاقتصادية للمجتمع. وخلق مصادر تمويل جديدة. (1)

خامساً - مقومات البيئة الجامعية في تعزيز الثقافة المقاولاتية

إن عملية تطوير الاقتصاد الوطني والتنمية بحاجة إلى ترقية الفكر أو ثقافة المقاول والمبادرة، كما يتطلب ضرورة تطوير أداء المؤسسة بهدف تثمين الإمكانيات والمؤهلات الاقتصادية عبر مختلف مناطق البلاد، ولذلك قامت الدولة بالعديد من الإصلاحات لتهيئة البيئة المناسبة لتطوير المقاول، وأهم هذه البيئة الجامعية التي تعتبر المكون الرئيسي لتحقيق ذلك. وتظهر هذه الأهمية بتشجيع الطلبة على كيفية تجسيد أفكارهم على أرض الواقع وإمكانية إنشاء مشاريع ريادية تبتسم بالإبداع والابتكار، ومتابعتها من خلال الحاضنات لزيادة فرص نجاحها ما سيؤدي في الأخير إلى بناء اقتصاد يقوم على المعرفة. فعلاوة عن الأدوار التقليدية للجامعة (التعليم العالي، البحث...) فقد تقوم الجامعة بتوفير فرص استثمارية وتوفير مخرجاتها النهائية وعلى رأسها البحث العلمي عن طريق هذا النوع من الحاضنات. كما يعتبر الهدف من

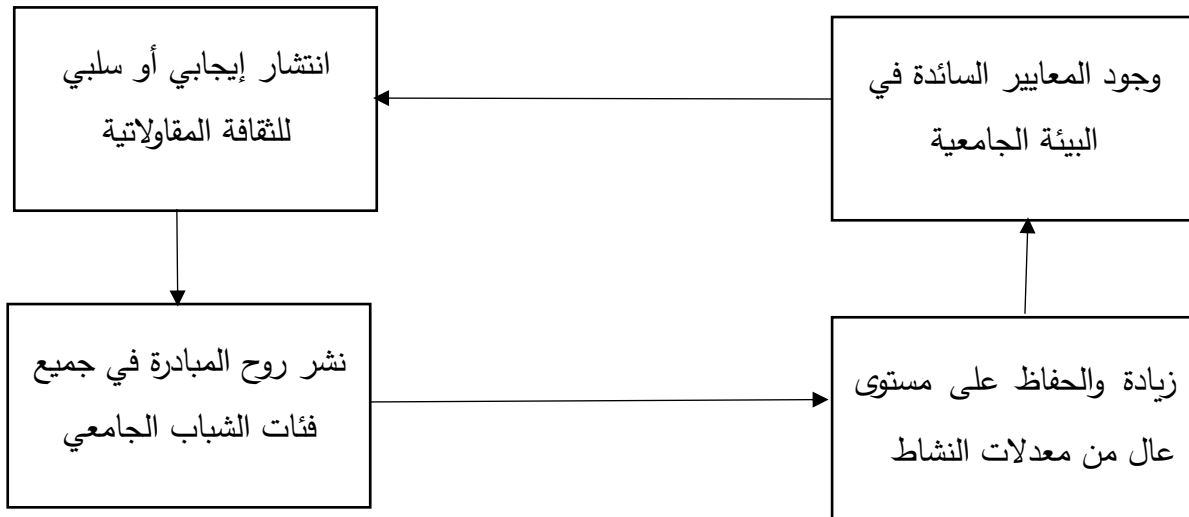
1- عواطف عطيل الموالي: مرجع سابق، ص 9.

هذا النوع من الحاضنات هو تبني المبدعين والمبتكرين وتحويل أفكارهم ومشاريعهم من مجرد نموذج تخرج مخبري إلى الإنتاج والاستثمار، وذلك من خلال: (1)

- احتضان الأفكار الإبداعية والمتميزة للطلبة والطالبات.
- تواجد فرص عمل للطلبة والطالبات.
- المساهمة في توفير الفرص للتطوير الذاتي.
- المساهمة في صنع المجتمع المعرفي والمعلوماتي.

وعليه تعد الجامعة أحد الفاعلين الرئيسيين في تدعيم ثقافة المقولة، حيث يمكن الاستفادة منها غرس قيام العمل الحر للطالب الجامعي وتشجيع المشاريع الإبداعية والمبتكرة وتقديم التسهيلات ومرافقتها لتتجسد على أرض الواقع، مختلف هذه المؤثرات التي قد تكون إيجابية أو سلبية على قراراته المقاولاتية كما موضح في الشكل الموالي. (2)

الشكل رقم (01): أثر المعايير البيئية للنشاط المقاولاتي



المصدر: المرجع السابق، ص 61.

مما سبق ذكره يمكن القول، أن البيئة الجامعية تعتبر من العوامل الأساسية التي تساهم في تعزيز الثقافة المقاولاتية بين الطلبة، وتعد المقومات التي تشكل هذه البيئة كالتركيز على التعليم العملي، توفير الأجواء التشجيعية للإبداع والابتكار، تلعب دورا محوريا في تشكيل روح الثقافة المقاولاتية. ومن ثم فالاهتمام بتعزيز المناهج الدراسية بمفهوم المقاولاتية وتوفير مساحة للتعاون والتفاعل بين الطلبة الجامعيين كحاضنات

1- سعاد بوزيدي ، شهيدة كيفاني: الثقافة المقاولاتية بين النظر والتطبيقي في البيئة الجامعية، مجلة الاقتصاد والتنمية، المجلد 10، العدد 02، تلمسان-الجزائر، 2022، ص 61.

2- المرجع السابق، ص 62.

الأعمال والمشاريع المشتركة يتيح تجربة الأفكار والعمل على تطويرها. بما يساهم في تحفيز الطلبة على العمل المقاولاتي وتعريفهم بالفرص المتاحة في سوق العمل. فاستثمار الجامعات في توفير بيئة مشجعة على الابتكار والمبادرة يعد خطوة حيوية نحو تعزيز النمو الاقتصادي والاجتماعي وتوفير فرص عمل جديدة.

سادسا- نماذج وقنوات نشر الثقافة المقاولاتية وسبل ترقيتها

1- نماذج الثقافة المقاولاتية

تتعدد نماذج الثقافة المقاولاتية، حيث سوف نعتد على نموذج ستيفان *Stephan* (2007) من أجل توضيح مؤشرات الثقافة المقاولاتية والتي سوف يتم توضيحها كآلاتي:

✓ **القدرة على المقاولاتية:** حيث يشير هذا المفهوم إلى الدرجة التي يكون فيها الفرد قادرا على تنفيذ مشروع جديد.

✓ **تحمل المسؤولية:** وهي الدرجة التي يدرك فيها الفرد لأمر وانشغالات الآخرين في بيئته لأخذ مسؤولياتهم في العمل، ومن هنا يمكننا أن نستنتج أن الشخص المسؤول هو الشخص الذي يأخذ زمام المبادرة لاقتراح فكرة مبتكرة واتخاذ القرارات في الوقت المناسب.

✓ **عدم الاستعداد للدخول في مجال المقاولاتية:** وهي الدرجة التي يدرك فيها الفرد لمخاوف وشكوك الأفراد الآخرين في بيئته حول مهنة المقاولاتية، فالشخص الذي يخشى من الخضوع في مشروع مقاولاتي، فإنه غير قادر على إكمال هذا المشروع.

✓ **صفات المقاول:** وهي الدرجة التي يمكن للفرد أن يدرك بعض صفات المقاول (كالمخاطرة والمبادرة، الاستقلالية... إلخ) وكما يقدرها أيضا المجتمع وهي مشتركة من قبل أفراد⁽¹⁾.

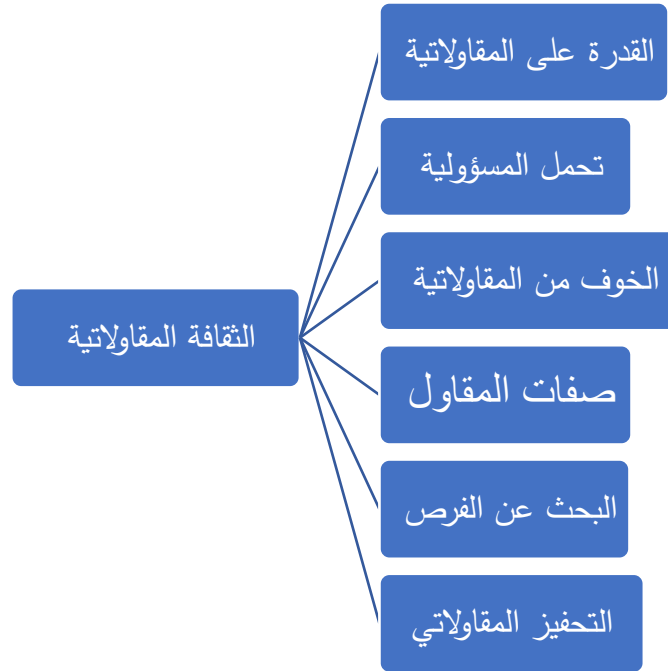
✓ **البحث عن الفرص:** وهي الدرجة التي يتصور فيها الفرد على أن أفراد بيئته لديهم نفس الرغبة وتفتح على السعي والبحث عن فرص الأعمال.

✓ **التحفيز المقاولاتي:** وهي درجة تصور الفرد بأن الآخرين لديهم علاقة إيجابية اتجاه المقاولاتية، قد تدفعه إلى اتخاذها كخيار مهني⁽²⁾.

1- عبد العزيز جمعة ، مرجع سابق، ص 411.

2- المرجع السابق، ص 412.

الشكل رقم (02): نموذج الثقافة المقاوالتية المقدمة من طرف ستيفان Stephan (2007)



المصدر: المرجع السابق، ص 412.

2- قنوات نشر الثقافة المقاوالتية وسبل ترقيتها

يعد الإنسان كائنا اجتماعيا بطبيعته يتفاعل مع المحيط الذي ينتمي إليه ويؤثر فيه ويتأثر به، خاصة فئة الشباب التي سرعان ما تتأثر بالظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. ومن ثم أصبح من الممكن تحويل هذه الظروف إلى وسائل لجذب انتباه هذه الفئة نحو المقاوالتية.

وعليه سيتم التركيز فيما يلي على جملة هذه الوسائل أو القنوات التي لها علاقة مباشرة مع الأوساط ذات التأثير المباشر في نشر وترسيخ الثقافة المقاوالتية.

- **الأسرة:** حيث أن للأسرة القدرة على نشر ثقافة المقاومة وتنمية القدرات المقاوالتية لأبنائها ودفعهم لتبني إنشاء المؤسسات كمستقبل مهني خاصة إذا كان الأولياء يمتلكون مشاريع خاصة عن طريق تشجيع أبنائهم منذ الصغر على بعض النشاطات وتحمل بعض المسؤوليات البسيطة.
- **المؤسسات التعليمية:** وذلك عن طريق إدراج ما يوحى إلى الثقة بالنفس وقوة العزيمة وجوانب الإبداع في المقررات الدراسية مثل إدراج مادة المقاوالتية خاصة في الجامعة. وكذلك تفعيل النشاطات والخرجات الميدانية للمقاوالت وورشات الأعمال، والمصانع وحاضنات الأعمال.⁽¹⁾

1- أشواق بن قدور، محمد بالخير: أهمية نشر ثقافة المقاومة وإنعاش الحس المقاوالت في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 11، المركز الجامعي تميزت-الجزائر، 2017، ص 351.

- **مؤسسات التكوين والتعليم المهنيين:** يرتبط التكوين والتمهين والتعليم المهني ارتباطا مؤسسا بالمقولة كون المتربص مكتسب لحرفة ما أو مهارة فنية قد تؤهله في المستقبل من التطلع إلى مقولة وعرض فكرته على إحدى حاضنات الأعمال.

- **هيئات المرافقة:** تعد المجتمعات التي تنشط فيها العديد من المؤسسات أكثر وعيا بثقافة المقولة من غيرها، ولهيات المرافقة دور أساسي في ترسيخ ثقافة المقولة سواء عن طريق الاستقبال الإعلام والتوجيه والمرافقة والتكوين. ولعل أهم هيئات الدعم ما يلي:¹

✓ **الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSEJ:** وهي مؤسسة عمومية مكلفة بتشجيع وتدعيم مرافقة الشباب البطال الذين لديهم فكرة مشروع إنشاء مؤسسة، يستفيد الشباب من خلال إنشاء مؤسسة.

✓ **الصندوق الوطني للتأمين على البطالة CNAC:** وهي مؤسسة للضمان الاجتماعي تعمل على تحقيق الآثار الاجتماعية المتعاقبة الناجمة على تسريع العمال الأجراء في القطاع الاقتصادي إذ تعمل على تمويل مشاريع البطالين (إنشاء، توسيع) البالغ سنهم بين 30 و 40 سنة.

✓ **الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM:** تمثل أحد أجهزة الحكومة لمحاربة البطالة من مهامه تسيير جهاز القرض المصغر.

✓ **الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI:** شهدت الوكالة التي أنشأت في إطار الإصلاحات الأولى التي تم مباشرتها في الجزائر خلال التسعينات والمكلفة بالاستثمار تطورات تهدف للتكيف مع تغيرات الوضعية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد. خولت لهذه المؤسسة مهمة تسهيل وترقية ومرافقة الاستثمار.

سابعا - دور الجامعة في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين

عرف موضوع المقاولاتية اهتمام متزايد من طرف الكثير من الباحثين السوسيولوجيين والاقتصاديين والحكومات في مختلف دول العالم في ظل التحولات الاقتصادية العالمية التي تتطلب البحث عن مختلف الفرص التي يمكن الاعتماد عليها لدفع عجلة التنمية. لذلك كان من الضروري دراسة هذا الموضوع من جوانب متعددة ومتنوعة، كخطوة أولى وضرورة الإحاطة بكل جوانبها ذلك من أجل نشر الثقافة المقاولاتية وترسيخ مبادئها.

حيث ترتبط روح المقولة بالدرجة الأولى بأخذ المبادرة والعمل أو الانتقال للتطبيق، فالأفراد الذين يتمتعون بثقافة المقولة يمتلكون العزيمة على تجريب الأشياء الجديدة. أو إنجاز الأعمال بطريقة مختلفة، وهذا راجع إلى سبب بسيط يكمن في وجود إمكانية التغيير، وليس بالضرورة أن يكون لهؤلاء الشباب الرغبة

1- المرجع السابق، ص 352، 353.

في إنشاء مؤسساتهم الخاصة، ولا الدخول في عالم مقاولاتي، فهم يهدفون بالدرجة الأولى إلى تطوير قدرة التعامل مع التغير الاختبار وتجريب أفكارهم والتعامل بكثير من الانفتاح والمرونة.

وعليه، تعد الجامعة أحد الفاعلين الذين يؤدون دورا رئيسيا وثمانيا في تدعيم ثقافة المقاول، حيث يمكن الاستفادة منها في غرس قيم العمل الحر للطلاب الجامعي وأهمية التوجه المقاولاتي، فالجامعة اليوم أصبحت عنصرا ضروريا وأساسيا من أجل تجسيد ثقافة حقيقية للمقاولاتية، هذه الأخيرة التي باتت بمثابة كفاءة أساسية بالنسبة لكل شيء وهي ضرورية في كل مجالات الحياة.⁽¹⁾

كما أصبحت الجزائر في الآونة الأخيرة تعرف معدلات بطالة مرتفعة نتيجة التحول إلى النظام الرأسمالي وما أسفره من خصخصة للمؤسسات الاقتصادية العمومية، وما نتج عنه من فقدان للوظائف كليا أو جزئيا، هذه التغيرات أدت بالدولة إلى إيجاد بدائل، خاصة أن التوظيف في المؤسسات العمومية أصبح محددا، وأي زيادة في العمالة سيؤدي حتما إلى البطالة المقنعة.

وفي ظل هذه الأزمة النفطية تأتي المقاولاتية كحل هذه الأزمة أو جزء منها، فتبنت الدولة الجزائرية هذا الطرح من خلال إستراتيجية تعتمد على مجموعة من الامتيازات الضريبية الممنوحة للمقاولين الشباب بالإضافة إلى المرافقة المالية والتقنية، وتأتي أجهزة الدعم التي أنشأتها الدولة كتطبيق لهذه الإستراتيجية على أرض الواقع، وتستهدف هذه الأجهزة مجتمع الشباب بصفة عامة وخريجي الجامعات بصفة خاصة بوصفهم مؤهلين لإنشاء المشاريع وقادرين على المبادرة والإبداع. الأمر الذي استدعى ضرورة العمل على غرس الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين وتحسيسهم بأهمية المقاولاتية في الرقي بالاقتصاد الوطني والمساهمة في الحد من مختلف المشكلات التي تواجه المجتمع ألا وهي مشكلة البطالة والحد منها، ويعتبر التعليم الجامعي محورا أساسيا لتطوير المهارات المقاولاتية، إذ يجب أن تركز المناهج الدراسية على تشجيع الاستقلالية والمبادرة، الثقة بالنفس وغيرها من المهارات المقاولاتية الأخرى، وعلى سبيل المثال نجد تجربة جامعة منتوري قسنطينة تجربة رائدة على المستوى الوطني بإنشاء دار للمقاولاتية سنة 2006 تتكفل بتنشيط ملتقيات وندوات لفائدة الراغبين في إنشاء المؤسسات وكذا التكفل بتدريس مادة المقاولاتية في كل أقسام الجامعة، لتليها جامعات أخرى.⁽²⁾

فقط قامت الدولة بإنشاء دار المقاولاتية في أغلب الولايات تهدف من خلالها إلى إعلام البطالين بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة بالآليات التي تتيحها الدولة في مجال إنشاء المؤسسات أو

1- سامية بريعم، حنان بوشلاغم: دور الجامعة في ترسيخ وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBF، المجلد 07، العدد 02، جيل-الجزائر، 2018، ص 104.

1- المرجع السابق، ص 105.

المشاريع الصغيرة والمتوسطة، واستغلال الامتيازات التي توفرها الدولة من خلال الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، كما تقوم دار المقاولاتية بشرح جميع البرامج المتعلقة بدعم الشباب لإنشاء مؤسسة، وكيفية الاستفادة منها وتحفيزهم على العمل لاستغلال مؤهلاتهم وسقلها في الميدان الاقتصادي. إذ تعمل دار المقاولاتية على توجيه الشباب خاصة الحاملين للشهادات الجامعية على وجه الخصوص إلى النشاطات التي تهم التنمية المحلية بالدرجة الأولى، والتي من شأنه أن تزداد حجما مع مرور الأيام وبالتالي بإمكانها منح المزيد من فرص العمل لفائدة الشباب البطالين بصفة عامة وحاملين الشهادات الجامعية بصفة خاصة.⁽¹⁾

ويعتبر التعليم المقاولاتي عنصرا مهما يساعد الطلبة الجامعيين على التعلم وتحديد فرص عمل جديدة، وتؤدي هذه المعرفة إلى تعزيز عدد الفرص المبتكرة المرتبطة بالتكنولوجيا وإبداعها، كما أن تعلم مهارات تنظيم المشاريع الهامة سيؤدي إلى إدراك الطلبة لمشاريع جدوى جديدة. ووجد البحث ارتباطا إيجابيا بين الرغبة الاجتماعية وروح المبادرة المهنية، في حين دور التعليم الهام يحسب في إضفاء الطابع الاجتماعي على الأفراد في المهن المقاولاتية، والتي يمكن أن تشكل مواقف اتجاه السلوك والمعايير الاجتماعية.⁽²⁾

ويمكننا القول من خلال ما سبق، أن ارتفاع المقاولاتية يتطلب العمل على تشكيل ثقافة مقاولاتية خاصة لدى الطلبة الجامعيين وذلك من خلال الاهتمام بالتعليم المقاولاتي وإنشاء دار المقاولاتية وحاضنات الأعمال التي من شأنها أن تعمل على تطوير الفكر المقاولاتي خاصة لدى طلبة الجامعات، وعليه فإن الجامعة تلعب دورا محوريا وذلك في خلال مجموعة من الأنشطة والمبادرات التي تهدف إلى تحفيز روح المبادرة والإبداع لدى الطلاب، بتوفير بيئة تعليمية تشجع على التفكير الابتكاري وتعليم مهارات ريادة الأعمال، وبناء على هذه الأخيرة تسهم الجامعة في إعداد جيل قادر على بدء مشاريعهم الخاصة والمساهمة في نمو الاقتصاد الوطني، كما أن دور الجامعات لا يقتصر على التعليم الأكاديمي فحسب، بل يتعداه إلى تفعيل برامج تدريبية ومبادرة تفاعلية مع القطاع الخاص، مما يساهم في تعزيز قدرة الطلبة على مواجهة التحديات السوق وابتكار حلول جديدة. وبالتالي، فإن الجامعة تعد عنصرا أساسيا في تكوين الثقافة المقاولاتية التي تدفع إلى التنمية وتطوير المجتمعات.

ثامنا - إجراءات الدولة لنشر الثقافة المقاولاتية في الجامعات ومخابر البحث العلمي

2- المرجع السابق، ص 105.

3- حمزة بن وريد: التعليم المقاولاتي وتأثيره على تفعيل الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الخريجين بجامعة الشرق الجزائري، دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة عبد الحفيظ بو الصوف، ميلة-الجزائر، 2022-2023، ص 103.

أبرمت الدولة الجزائرية عدة اتفاقيات تعني بتطوير ونشر الثقافة المقاولاتية لدى الباحثين وخريجي الجامعات وذلك من خلال التوقيع على اتفاقيات شراكة، ومن بينها توقيع على اتفاقية الشراكة بين المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي التابعة للوزارة، وعدد من المؤسسات والهيئات العمومية المعنية بتشغيل الشباب، وسيتم من خلال هذه الاتفاقية تأسيس مجمع شراكة بين المؤسسات الجامعية للتكوين ومؤسسات البحث من جهة، والهيئات الاجتماعية والاقتصادية لمختلف القطاعات المهنية من جهة أخرى، حيث ستحظى بموجب هذه الاتفاقية كل المؤسسات المعنية بالاتفاقية بمقرات على مستوى الجامعات ومراكز البحث لتقديم الدعم المادي والتقني لأصحاب المشاريع من خريجي الجامعات ولذلك ترمي الاتفاقية إلى إضفاء مقروئية على نشاطات البحث العلمي وتعظيم آثاره على الحياة الاقتصادية والاجتماعية، مشيراً إلى أن هذه الشراكة ستتمكن من تطوير الثقافة المقاولاتية لدى الباحثين وخريجي الجامعات وإرساء ديناميكية واعدة لإنشاء مؤسسات اقتصادية جديدة.⁽¹⁾

من خلال ما سبق نستنتج أن الدولة تسعى لنشر الثقافة المقاولاتية في الجامعات ومخابر البحث العلمي، وذلك من خلال إدراج مفاهيم ريادة الأعمال في المناهج الدراسية، وإنشاء حاضنات أعمال تدعم مشاريع الطلاب والباحثين، كما تقدم لهم برامج تمويلية مسيرة للمشاريع الابتكارية، والتركيز على الأبحاث التطبيقية التي تلبي احتياجات السوق وتساهم في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تهدف الدولة إلى تكوين جيل من الطلبة المقاولين القادرين على المساهمة الفعالة في الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية المستدامة.

تاسعا - التحديات التي تواجه الثقافة المقاولاتية في الجامعات الجزائرية

على الرغم من وجود الأجهزة والقوانين التنظيمية والتدابير والتحفيزات التي استحدثتها الدولة الجزائرية لتشجيع الاستثمار والمبادرة الفردية التي تؤطر وترافق مختلف المبادرات الاستثمارية، إلا أن هناك الكثير من العراقيل التي تواجه تشكيل وتثبيت الثقافة المقاولاتية في الجامعات الجزائرية نورد أهمها فيما يلي:⁽²⁾

1- مشكلات متعلقة بالأفراد المقاولين

يعتمد إقامة مشروع في إطار المقاولاتية على الفرد المقاول باعتباره الحلقة الهامة والأساسية في العملية، ونظراً لما يمكن أن يتميز به من مواصفات وأفكار وقدرات إبداعية والتي يسعى لتجسيدها في مشروع استثماري، كما أن طبيعة المشروع وحجمه مرتبطة بقدراته وإمكانياته المادية، إضافة لذلك فإن توفر

1- فاطمة الزهراء عزيزي، إدريس بولكعيبات، دور مخابر البحث في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة -دراسة ميدانية بكلية العلوم الاجتماعية عنابة-، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 14، العدد 03، قسنطينة-الجزائر، 2021، ص 918.

1- عبد الرحمان بوقفة، مهدي لعوارم، مرجع سابق، ص 275.

المؤهلات العلمية والتكوينية لدى الفرد المقاول يعد أمراً ضرورياً، وفي هذا الإطار يرى "بابين R.papin" أن الجوانب التي يجب أن تتوفر لدى المقاول الناجح هي متعددة متنوعة فمن غير الممكن اقتراح صفة ما للحكم على الفرد بأنه يتصف بميزة المقاول الناجح، إلا أن هناك حد أدنى في الصفات التي من الضروري توفرها لدى الفرد المقاول تتمثل في الطاقة الحركية، التحكم في الوقت، المقدرة على حل المشكلات، تقبل الفشل، تقدير المخاطر، القدرة على التجديد والإبداع، وجود الثقة بالنفس، فوجود الحد الأدنى من المواصفات في الفرد المقاول هي في حقيقة الأمر محددات أساسية لنجاح مشروع المقولة، دليل ذلك وجود حالات واقعية انتهازيين استغلوا الدعم المالي الذي استفادوا منه في أغراض أخرى ولم تتحقق مشاريعهم الاستثمارية على أرض الواقع، لذلك فوجود ثقافة لدى الفرد الذي يتميز بمواصفات الدفاعية للإنجاز وروح المخاطرة والإبداع وتحمل المسؤولية يعد أمراً ضرورياً، فهي تشكل الوعي لديه بعدم استغلال المال العام والإرادة في إقامة مشروع ناجح.

2- مشكلات متعلقة بمؤسسات وأجهزة مرافقة المقاولاتية

لجأت الدولة من أجل إحداث ديناميكية في البناء الاقتصادي والاجتماعي إلى إنشاء أجهزة تنظيمية ومؤسسات لدعم ومرافقة مشروعات الطلبة الجامعيين في إطار المقاولاتية، الأمر الذي تترتب عليه انعكاسات إيجابية على الصعيد الاجتماعي من خلال ضمان التشغيل ومعالجة مشكلة البطالة ومحاربة المشكلات الاجتماعية المختلفة كال فقر والانحراف والسرقة والجريمة والمخدرات وفقدان الأمل لدى الشباب، إلا أن هذا المسعى ليس بالأمر السهل مع وجود البيروقراطية والإجراءات الإدارية المعقدة والتماطل والتهرب في المسؤولية التي تميز أجهزة الإدارة، إذ تعتبر من بين أهم المشكلات التي يواجهها الفرد الراغب في دخول مجال المقاولاتية في الجامعات الجزائرية، هذه الإشكاليات تزيد من صعوبة تثبيت وتطوير ثقافة مقاولاتية في الجامعات الجزائرية، كما أن الأجهزة التنظيمية الداعمة للمقاولاتية قد تواجه صعوبات في التدخل وتنفيذ صلاحياتها عند مرافقة المشاريع خاصة مع وجود الضعف في التنسيق مع المؤسسات الأخرى كالبنوك، إلى جانب ذلك فتراكم ديون أصحاب المشاريع وعدم القدرة على التسديد في الآجال المحددة يزيد من تعقيد الأمور لدى الأجهزة التنظيمية ويجعلها غير قادرة على تمويل المشاريع الأخرى، لأن أي فشل في تحقيق تلك المشاريع ينعكس عليها مباشرة.⁽¹⁾

1- المرجع السابق، ص 276.

3- مشكلات متعلقة بالبيئة الاجتماعية والاقتصادية

إن البيئة الاجتماعية والاقتصادية بما تحويه من أفراد وجماعات ومؤسسات اقتصادية وتشكيلات اجتماعية تلعب دورا محوريا في نجاح أو فشل المقاول وفي نشر ثقافة مقاولاتية في الجامعات الجزائرية ويتوقف ذلك على درجة التوافق بين مشروع المقاول وخصوصيات البيئة بما تحويه من فرص وتهديدات، من بين أهم قضايا البيئة الاقتصادية والاجتماعية نجد ثقافة الاستهلاك السائدة المرتكزة على تفضيل استهلاك المنتج المستورد على حساب المنتج الوطني، بحيث يميل السلوك الاستهلاكي إلى منتجات المؤسسات الأجنبية على حساب المؤسسات المحلية، ما يعني الحاجة إلى تكوين الثقة بين مخرجات مشاريع المقاولات وأفراد المجتمع والمؤسسات المستهلكة، لذلك فالبيئة السوسيو اقتصادية لها أهمية بالغة في ضمان الكفاية والاستمرارية ونجاح مشاريع المقاولاتية، إلى جانب أهميتها في تبني الاتجاهات والقيم والممارسات المساعدة على تثبيت الثقافة المقاولاتية الفعالة في البيئة الجامعية وكذلك المساهمة في تفضيل استهلاك منتجات المقاولات المحلية، مع ضرورة وجود الربط والدعم من مؤسسات التكوين والتعليم ومراكز البحث للتطوير المستمر لنوعية المنتجات وجودتها، فالإكتفاء بضمان التمويل لا يضمن النجاح والاستمرارية في سوق تنافسية خاصة مع وجود مشكلات التسويق.⁽¹⁾

ومن خلال ما سبق، يمكننا القول أنه رغم المجهودات التي تبذلها الجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية، إلا أنها واجهت عدة عراقيل التي تحد من فعاليتها وانتشارها بين الطلبة، وهذا راجع إلى ضعف التكامل بين الجانب النظري والتطبيقي حيث تفتقر العديد من المناهج الجامعية إلى محتوى عملي ينمي روح المبادرة ويعزز المهارات المقاولاتية لدى الطلبة، كما أن غياب بيئة حاضنة للمشاريع الناشئة داخل الجامعة مثل الحاضنات ومراكز الابتكار الأمر الذي يصعب تجسيد الأفكار على أرض الواقع، بالإضافة إلى ذلك يسهم ضعف التنسيق بين الجامعة والقطاع الاقتصادي في تقليص فرص الطلبة لاكتساب الخبرات الريادية الميدانية، ولا يمكن إغفال النظرة الاجتماعية السلبية اتجاه المخاطرة والفشل التي تمثل عائقا يواجه العديد من الطلبة أثناء دخولهم في المجال المقاولاتي، فبدون هذه المقومات ستظل جهود غرس ثقافته المقاولاتية في الأوساط الجامعية محدودة الأثر.

2- المرجع السابق، ص 276.

خلاصة

تمثل الثقافة المقاولاتية أحد أهم الموضوعات السوسيولوجية المعاصرة، خاصة مع إدراك المجتمعات لأهميتها في التغلب على مختلف المشكلات والحد منها، لذلك فإن تعزيز هذه الثقافة يعد من الضروريات التي تساهم في تحفيز الإبداع والابتكار لدى الطلبة الجامعيين، إذ أن هذا الأخير ليس فقط مستهلكا للمعرفة، بل يمكنه أن يصبح منتجا للمشاريع والمبادرات التي تساهم في تنمية المجتمع بصفة خاصة والاقتصاد الوطني بصفة عامة فبتطوير مهارات التفكير النقدي، وتحمل المخاطر، وتطوير القدرة على اتخاذ القرارات، يصبح الطالب الجامعي مؤهلا لمواجهة تحديات سوق العمل الآتية والمستقبلية. الأمر الذي يفرض على الجهات والمؤسسات التعليمية أن تواصل دعم البرامج والمبادرات التي تساهم في نشر ثقافة مقاولاتية وتنميتها، مما يساهم في بناء جيل قادر على القيادة والإبداع والابتكار في مختلف المجالات.

الفصل الثالث

أساسيات الإبداع والابتكار لدى الطالب الجامعي

تمهيد

- أولاً- خصائص ومكونات الإبداع والابتكار
 - ثانياً- أهمية ومحفزات الإبداع والابتكار
 - ثالثاً- أنواع ومستويات الإبداع والابتكار
 - رابعاً- النظريات والنماذج المفسرة للإبداع والابتكار
 - خامساً- مميزات وسمات شخصية الطالب المبدع
 - سادساً- مصادر الإبداع والابتكار
 - سابعاً- مراحل العملية الإبداعية والابتكارية
 - ثامناً- أوجه الاختلاف بين الإبداع والابتكار
 - تاسعاً- عوامل تنمية الإبداع والابتكار ومعوقاته
- خلاصة

تمهيد

يعتبر الإبداع والابتكار من أبرز العوامل التي تساهم في تطور المجتمع والنهوض به وخاصة في البيئة الجامعية، فهما عنصران أساسيان في تكوين شخصية الطالب الجامعي وتطوير مهاراته، لذلك يعد تشجيع الإبداع والابتكار في الجامعات أمراً مهماً، لأنه يعمل على تحفيز وتشجيع الطالب الجامعي على إنتاج أفكار جديدة ومحاولة تطبيقها واقعياً.

وعليه تلعب الجامعات دوراً حيوياً ومركزياً في تعزيز الإبداع والابتكار في مجال المقاولاتية، إذ تعتبر أساساً للعلم والمعرفة وفضاء حاضراً للمواهب والأفكار الجديدة، وتسهل في تزويد الطالب الجامعي بالمعرفة والمهارات اللازمة لتحفيز روح المبادرة والإبداع والابتكار مما يعزز الثقافة المقاولاتية في البيئة الجامعية. وفي هذا السياق حاولنا في هذا الفصل تحليل أساسيات الإبداع والابتكار لدى الطالب الجامعي، والتعرف على خصائصه وأهميته، بالإضافة إلى استعراض أهم النظريات والنماذج المفسرة للإبداع والابتكار والتعرف على مميزات وسمات شخصية الطالب المبدع، كما سنقوم بمناقشة أوجه الاختلاف والتباين بين الإبداع والابتكار، والعوامل التي تساهم في تنميته والمعوقات التي تحول دون تحقيقه في البيئة الجامعية.

أولاً- خصائص ومكونات الإبداع والابتكار

1. خصائص الإبداع والابتكار

يمكن الإشارة إلى أهم سمات التفكير الإبداعي وتلخيصها فيما يلي:

- **الطلاقة:** القدرة على إنتاج أو توليد أكبر عدد من الأفكار الإبداعية في وقت قصير نسبياً.
- **التفاصيل:** القدرة على تقديم إضافات أو زيادات لفكرة ما لتصبح أكثر أهمية.
- **الأصالة:** القدرة على التعبير الفريد وإنتاج الأفكار غير المألوفة والنادرة.
- **الحساسية للمشكلات:** القدرة على اكتشاف المشكلات والمصاعب والنقص في المعلومات.
- **المرونة:** القدرة على تغيير الحالة الذهنية بتغيير الموقف.⁽¹⁾

أما الابتكار فهو عملية خلق وإيجاد، وتطبيق فكرة جديدة، فهو يحمل في طياته الخصائص الأربعة التالية:

- إنه عمل مؤكد.
- إن الأفراد الذين يحملون أفكاره يعرفون الشيء القليل عنه.
- إنه مثير للجدل.
- قد يكون معقداً.⁽²⁾

2. مكونات الإبداع والابتكار

إذا توقفت أي منشأة أو مؤسسة ما عن دعم وتعزيز الإبداع، أي عدم توفير الإمكانيات المناسبة (الثقافة السليمة)، ولم تهتم بتدريب الأفراد أو العاملين فيها على كيفية إنجاز العمليات الابتكارية الجماعية أو الفردية السليمة وأهملت مستويات الابتكار الشخصي والجماعي، لن تتمكن هذه المنشأة في التكيف مع التحديات العصرية ولن تتمكن من حل مشكلاتها، وبالتالي لن تحصل على المنتجات (الإنتاج) التي تساعد على البقاء والنجاح. ولعل أهم مكونات وعناصر الإبداع في أي مؤسسة هو: المناخ الذي يقع فيه الإبداع، وكذلك وجود الشخص المبدع.⁽³⁾

وفي هذا السياق يمكن التطرق إلى المكونات العامة للتفكير الإبداعي والابتكاري على النحو الآتي:

1- محمد يوسف القاضي: **السلوك التنظيمي**، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015، ص 318.

2- رعد الرصن، أيمن دبدوب: **نظرية المنظمة والتطوير التنظيمي**، منشورات جامعة دمشق-سوريا، د.س، ص 266.

3- محمد داود: **إدارة التميز والإبداع الإداري**، ابن النفيس للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2020، ص 11.

✓ العملية الإبداعية **Creative Process**: تشير إلى "الكيفية التي تم عبرها إنتاج الإبداع، وليس من الضروري مرور عملية الإبداع بمراحل محددة"، واقترح والاس Wallas "بأن يمر تفكير الإبداعي وفق أربع مراحل"، على النحو الآتي:

- **مرحلة الإعداد**: وتتضمن جمع المعلومات المرتبطة بالمشكلة وتحديدها وفهم عناصرها.
- **مرحلة الاحتضان**: وفيها يستوعب العقل كل المعلومات التي لها علاقة بالمشكلة.
- **مرحلة الالهام أو الاشراف**: وتتولد فيها الأفكار الجديدة التي تقود إلى حل المشكلة، كما أن المبدع في هذه المرحلة يشعر بنشوة الفرح.⁽¹⁾
- **مرحلة التحقيق**: ويتم فيها تجريب واختبار الفكرة الجديدة، كما على الشخص المبدع أن يتوقع النقد من الآخرين، وأعلن تورانس Torrance 1993 في الكتاب نفسه بأن نموذج والاس Wallas هو الأساس لأغلب برامج التدريب على التفكير الإبداعي، وتؤكد بدء التفكير الإبداعي بالتحضير المقصود الهادف، وينتهي بالإثبات النقدي.

✓ **الانتاج الإبداعي Creative Product**: تؤدي العملية الإبداعية في النهاية إلى نواتج ملموسة بصورة لا اختلاف فيها سواء كانت على شكل قصيدة أو لوحة فنية أم نظرية.

✓ **السمات الشخصية للأفراد المبدعين Creative person**: في مجالين، وهي:

- **الخصائص المعرفية**: الذكاء، والطلاق اللفظية، والخيال الواسع، والمرونة والمهارة في اتخاذ القرار، والقدرة على التفكير المنطقي، والتكيف مع الأوضاع المستجدة، والقدرة على استيعاب المواقف...إلخ.
- **الخصائص الشخصية والدافعية**: وقد يتوافر بعض منها لدى شخص مبدع ولا يتوافر لدى آخر، وتتمثل في: الرغبة في التصدي للمواقف الصعبة، والمثابرة والميل للبحث، وحب الاستطلاع...إلخ.

✓ **خصائص البيئة Characteristic of Environnement and Surrounding**: لا يحدث إبداع

من فراغ، لأن البيئة حاضرة، ويكون لها أثر على الإبداع بتحفيظه ودعمه، فالتقاء المتغيرات المرتكزة على الشخص مثل الذكاء والمعرفة والدوافع والمتغيرات البيئية أمر ضروري للإبداع، وتشمل البيئة المادية، الأسرة، المدرسة، ووسائل الاتصال ومجال النشاط والثقافة، وتختلف المجتمعات في إبداعها ليس نتيجة اختلاف تكوين أفرادها العقلي والجسمي وإنما نتيجة اختلاف البيئة، فتقدم العلوم في الغرب، ليس لأن أفرادها أكثر ذكاء وإنما البيئة مشجعة على الإبداع، فتشعر المبدع بالأمن النفسي، وشعوره الداخلي

1- بشرى جميل إسماعيل: الإبداع الإعلامي في القضايا العربية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2012، ص 111.

بالحرية في التفكير والتعبير الحر، وتشجعه، وتمنح للفكرة والرأي فرصة للتجريب حتى وإن ظهر عليها خروج عن الشائع والمألوف.⁽¹⁾

وفي هذا السياق من خلال ما سبق ذكره، يمكن القول أن التفكير الإبداعي والابتكاري يتكون من عناصر ومكونات ومن ثم يشكلان حجر الزاوية في تطوير أي مؤسسة، خاصة المؤسسة الجامعية كونها تعتبر من المؤسسات المهمة في أي مجتمع، حيث يساهمان في إثراء التجارب الأكاديمية والبحثية، لاسيما وأن التفكير الإبداعي يتطلب تنمية القدرة على التفكير النقدي والمبادرة مما يعزز قدرة الطالب الجامعي على التفاعل مع مختلف التحديات بطريقة مبتكرة، كما أن البيئة الجامعية تشجع على التفكير الإبداعي وتسهم في تحفيز الإبداع الفرد والجماعي مما ينعكس إيجاباً على تطوير الأبحاث في شتى الميادين، ويساهم في تشكيل بيئة تعليمية ملهمة تؤدي إلى تحسين الأداء الأكاديمي ورفع مستوى البحث العلمي. وبالتالي يعتبر التفكير الإبداعي والابتكاري محركاً رئيسياً لتحقيق التميز والتنظيم والأكاديمي الذي يواكب ويتماشى مع متطلبات سوق العمل.

ثانياً - أهمية ومحفزات الإبداع والابتكار

1. أهمية الإبداع والابتكار

يمكن إبراز أهمية الإبداع في النقاط التالية:

- يساعد الإبداع على اكتشاف ودعم قدرات الأفراد الذاتية وتوجيهها نحو تطوير المؤسسة.
- يساهم الإبداع في تحقيق الذات والشعور بالإنجاز لدى الأفراد.
- تطوير وتنمية معارف ومهارات الأفراد وتأثير على اتجاهاتهم وسلوكهم.
- يساهم في بناء الثقة لدى الأفراد.
- يزيد الإبداع من تقدم المؤسسات، وقابليتها للتكيف مع المتغيرات وزيادة المرونة في عملياتها الإدارية والفنية المستمرة.
- يساعد الأفراد على التغلب على المعوقات الشخصية التي تحول دون قدرته على التعبير عن إمكاناته الإبداعية.
- يدفع الأفراد إلى الدخول في منافسات التحدي والتميز مع الآخرين.
- يوضح للأفراد مسارات التطوير والتجديد في المنظمات التي ينتمون إليها.

1- المرجع السابق، ص 112.

- يساعد الأفراد في إعادة تحديد أهدافهم وتصوراتهم، وبالتالي قدرتهم على الظهور بصورة إبداعية متجددة ومستمرة.⁽¹⁾

أما أهمية الابتكار فتكمن في النقاط الآتية:

- أنه أصبح معيارا يحدد على ضوءه درجة تقدم الدول والأمم ورفيها، بل أكثر من ذلك أصبح ينظر إليه على أنه مصدر لتحقيق الثروة وعامل مهم في دفع عجلة التنمية الاجتماعية والاقتصادية. ومن جهة أخرى ما يلاحظ اليوم على ما تبذله المؤسسات المعاصرة في مجهودات على أنشطة البحث والتطوير.² والتي قد تكلفها مبالغ كبيرة كما أن هناك مجموعة من العوامل التي جعلت من الابتكار ذو أهمية خاصة أكثر. ومن بين هذه العوامل ما يلي:
- ازدياد المنافسة بين المؤسسات.
- كبر حجم منظمات الأعمال.
- ارتفاع الطلب على الأفكار الجديدة.
- نقص الموارد.

حيث أن كل هذه العوامل وأخرى تضع الكثير من الضغوطات على المؤسسة لتكون أكثر تميزا وأكثر سعيا لتحقيق ميزة تنافسية وهذه الظروف والعوامل كما يراها "كوتلر Kotler" و "بورتر Porter" اللذان يؤكدان على أن المؤسسات تحقق ميزة تنافسية من خلال الابتكار، وعليه يمكن أن نلخص أهمية الابتكار على أنه:

- ينمي ويراقب المهارات الشخصية في التفكير والتفاعل الجماعي.
- يزيد من جودة القرارات التي تصنع لمعالجة المشكلات على مستوى المؤسسة وعلى مستوى قطاعاتها وإدارتها، في المجالات المختلفة الفنية والمالية والتسويقية وتلك الخاصة ببيئة العمل الاجتماعية.
- يؤدي إلى تحسين جودة المنتجات.
- يساعد على تعزيز القدرة التنافسية للأفراد وللمؤسسة.

1- عبد الحميد قرومي ، حنان بن علي: روح المقاولاتية ودورها في تنمية التفكير والإبداع في منظمات الأعمال، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، المجلد 02، العدد 01، البويرة-الجزائر، 2018، ص 09.

2- محمد الكر ، خيرة طليبي: الابتكار والإبداع في ظل جدلية العلاقة بين الجامعة والصناعة، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد 07، العدد 01، جامعة الجلفة-الجزائر، 2016، ص 390.

- إضافة إلى ذلك تقديم المؤسسة وأفرادها للابتكار قد يسمح لها باحتكار جزئي ومؤقت للسوق، وذلك حسب درجة كثافته الابتكار لدى الأفراد.⁽¹⁾

من خلال ما سبق، يمكن القول أن للإبداع والابتكار أهمية كبيرة لكل فئات المجتمع، لا سيما بالنسبة لفئة الطلبة الجامعيين كونها تمثل أهم شريحة من شرائح المجتمع، فهو يعمل على تزويدهم بالمهارات اللازمة لتكيف مع التغيرات السريعة في المجتمع وسوق العمل، كما يعزز من قدرته على التفكير المستقل ويشجع على العمل الجماعي والتعاون مع الآخرين، كما أن الابتكار يعزز من فرصهم في التميز في الأداء المهني ويزيد من قدرة الجامعات على إنتاج حلول جديدة للتحديات التي تواجه المجتمع. لذلك يعتبر تعزيز الإبداع والابتكار من الأهداف الرئيسية في العملية التعليمية الجامعية، فهذه الأخيرة تسعى إلى تنمية ثقافة ابتكارية وإبداعية والتي بدورها تعمل على تحفيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين والتفكير في إطلاق مشاريعهم الخاصة، مما يساهم في خلق فرص عمل جديدة وتعمل تطوير التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

2. محفزات الإبداع والابتكار

تقسم الدوافع أو المحفزات التي تسبب الإبداع والابتكار إلى الأنواع التالية:

✓ **دوافع ومحفزات ذاتية:** والتي يمكن أن تعرف على أنها: العوامل التي تميز وتوجه قدرة الفرد للقيام بالعمل، وحبه للبحث في المسائل الصعبة والمعقدة.

إن الدوافع والمحفزات الذاتية تنمو مع الفرد منذ نشأته، حيث تتكون لديه الحماسة والتحمس للمواقف والخوض في حل المشكلات للوصول إلى أفضل حل ممكن لها، وإن أفضل مستوى لهذه الدوافع هي المستوى المتوسط، وذلك لأن ارتفاع درجتها يؤدي لإضعاف كفاءة العملية الابتكارية والإبداعية، كما أن انخفاض درجاتها يمنع الفرد من تعبئة طاقته للعمل والابتكار.⁽²⁾

✓ **دوافع ومحفزات اجتماعية:** تتمثل الدوافع والمحفزات الاجتماعية في حاجة الفرد المبدع والمبتكر إلى التحرر من الأفكار المنتشرة أو السائدة، والتي يقبلها الآخرون كحقائق ثابتة، وهذا ما يمثل دافعا قويا للمبتكرين والمبدعين للسير في طريق الابتكار والإبداع، ولتحقيق ذلك يجب أن يتمتع الفرد المبتكر والمبدع بصفات التالية:

- أن يكون واثقا بنفسه وقدرته.
- أن يكون قادرا على التفاعل مع الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيها ويتفاعل فيه.

1- المرجع السابق، ص 391.

2- رعد الرصن: إدارة الإبداع والابتكار، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية-سوريا، 2020، ص 40.

- أن يكون قادرا على التعامل مع المواقف والحالات المختلفة بطرائق وأفكار جديدة لم تكن معروفة من قبل.

- وأن تحقيق نتائج جيدة للسابق يتم من خلال فهم وإدراك ووعي ما يسمى بالدوافع الاجتماعية التي تظهر في سلوك الفرد المبتكر والمبدع.⁽¹⁾

وفي سياق تحفيز وتشجيع الإبداع والابتكار أثبتت العديد من الدراسات على أنواع مختلفة من الشركات الإنتاجية والخدماتية وأيضا المؤسسات البحثية والتعليمية في العديد من البلدان المتقدمة أن الإبداع والتوصل إلى ابتكارات مسألة لها تقاليد ومعايير، ومن هذه التقاليد والمعايير ما يلي: دعم الإقدام على المخاطرة والتغيير، وذلك من خلال وسائل مثل الحوافز المكافآت، وإظهار الاهتمام بإدارة التغيير... وأخرى اجتماعية منها وجود بيئة مجتمعية محفزة ومشجعة... إلخ وكذلك قبول وجود أخطاء، حيث ينبغي إعطاء فرصة محاولة أشياء جديدة قد يحدث فيها فشل، وبالتالي فالأخطاء بخصوص محاولات أشياء جديدة تقبل ويجرى التسامح معها كجزء عادي من العمل.⁽²⁾

✓ **دوافع ومحفزات الحاجة:** وذلك من خلال تزايد وتنامي حاجات الفرد المبتكر والمبدع يجعله يزيد من تفكيره، ويدفعه للبحث عن طرائق وأساليب جديدة للتعامل مع الحياة وتعيقاتها، والشيء الذي يوجه هذا التفكير والبحث عن هذه الحالة هو ما يطلق عليه دوافع الحاجة، والتي يكون من نتائجها تقديم أفكار جديدة وغير نمطية وابتكارية بهدف الوصول إلى المكانة والتقدير والاحترام المناسب له، أو إثبات الذات بين الآخرين وفي المجتمع.

تتفاعل الدوافع والمحفزات السابقة مع بعضها البعض، وذلك من أجل إيجاد وخلق الاتجاه الابتكاري والإبداعي، فعلى سبيل المثال يجب أن لا يكون دافع الحاجة مجردا من الشعور بالحاجات التي يتطلبها المجتمع والبيئة المحيطة بالفرد، لذلك يجب على الأفراد المبتكرين والمبدعين أن لا ينظروا لإبداعاتهم من منظور الابتكار والتحديث فقط، ولكن من منظور اجتماعي يساعد على توجيه طاقاتهم الابتكارية والإبداعية فيما يحقق لهم التطور لمستوى أفضل من الحياة الاجتماعية.⁽³⁾

ومن خلال ما سبق يمكننا الاستنتاج أن الإبداع والابتكار ليس فقط نتيجة لإلهام ومبادرة فردية ومحاولة تطبيقها واقعا، بل هو استجابة لمجموعة من المحفزات والدوافع التي تجمع بين ما هو ذاتي خاص

1- المرجع السابق، ص 40.

2- ميخائيل توشمان، فيليب اندرسون: إدارة الابتكار الاستراتيجي والتغيير، ترجمة محمد رؤوف حامد، المكتبة الأكاديمية، القاهرة- مصر، 2000، ص 28.

3- مرجع سابق، ص 41.

بالفرد وبين ما يرتبط بالبيئة الاجتماعية وكذلك تزايد حاجات الفرد إلى الإبداع والابتكار وخاصة عن المستوى الأكاديمي الجامعي، والتي تعد من العوامل الأساسية في تطوير مهارات الفرد وتعزيز قدراته الفكرية، من خلال بيئة تعليمية داعمة تشجع على المبادرة والتفكير المستقل، والتي بدورها تمكن الطالب الجامعي من أن يعزز قدراته الإبداعية ويترجمها إلى حلول مبتكرة.

ثالثا - أنواع ومستويات الإبداع والابتكار

1. أنواع الإبداع والابتكار

هناك العديد من الأسس والمعايير التي يمكن من خلالها تصنيف الإبداعات والابتكارات، حسب الهدف منها، حسب الاستراتيجيات المتبعة، حسب درجة جدتها...إلخ. لكن أكثر التصنيفات أهمية حسب بعض المختصين هو ذلك الذي يصنف الإبداع والابتكار حسب مصدره إلى قسمين أساسيين:

- الإبداعات والابتكارات الناتجة عن التطور التكنولوجي والتقني وتطور العلم والمعرفة، وهي ما تعرف بابتكارات دفع التكنولوجيا، وتكون جذرية حيث تمثل تجسيدا ملموسا لأفكار جديدة في ميدان العلم والمعرفة المنظمة. ويعرف هذا النوع من الابتكار بمقاربة المهندسين أو التقنيين.
- الإبداعات والابتكارات الناتجة عن تغيير سلوك المستهلكين والزبائن، وهي ما تعرف بابتكار جذب السوق. أي أن تكون مفروضة من خارج المؤسسة تهدف إلى تربية حاجات ورغبات الزبائن والمستهلكين. يعرف هذا النوع من الابتكار بمقاربة السوق.⁽¹⁾

وهناك من يتجه إلى التفرقة بين أنواع الإبداع والابتكار، وأن لكل منهما أنواع مختلفة على الآخر وذلك على النحو الآتي:

- أن الإبداع هو عملية تتم فعليا على مستوى المؤسسات ونجد بذلك ثلاثة أنواع على الأقل تتمثل في:
- ✓ **الإبداع الراديكالي (الجذري):** هو التوصل إلى عملية أو منتج جديد يختلف كلياً عن ما سبقه من إبداعات بحيث تعمل المؤسسة على تحقيق ميزة تنافسية في السوق.⁽²⁾
- ✓ **الإبداع التدريجي:** هو التوصل إلى منتج جديد بشكل جزئي وتدرجي عن طريق التحسينات والإضافات الكثيرة والصغيرة المتتالية التي يتم إدخالها على المنتجات المتداولة، والتي قد تؤدي إلى إبداع جذري.

1- نور الدين راوي: الإبداع والابتكار في المنظمات الحديثة دراسة تجارب عالمية، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 01، جامعة سيدي بلعباس-الجزائر، 2014، ص 136.

2- نبيلة بوفولة: الإبداع في مجال الخدمات مميزاته ومستوياته، مجلة دراسات، العدد 09، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2-الجزائر، 2018، ص 296.

✓ **الإبداع التنظيمي:** يتمثل في إحداث تغييرات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة وتصميم أعمالها ووظائفها، وكذلك سياستها وإستراتيجيتها، ونظمها الرقابية ونشاطاتها الأساسية.⁽¹⁾

وهناك العديد الباحثين ذهبوا إلى تقسيم الابتكار إلى الأنواع التالية:

- يذكر (السويدان والعدلوني، 2004) أنه يمكن تقسيم الابتكار إلى الأنواع التالية:

✓ **الابتكار التعبيري Expressive Innovation:** وتكون فيها الأصالة والكفاءة على قدر قليل من الأهمية.

✓ **الابتكار الإنتاجي Productive Innovation:** وهو الذي بتطوير الآلة أو منتج أو خدمة.

✓ **الابتكار الاختراعي Inventive Innovation:** ويتعلق بتقديم أساليب جديدة.

في حين يقسم نجم (2012) الابتكار إلى نوعين هما:

✓ **الابتكار الجذري (الاختراق):** ويتمثل في التوصل إلى المنتج الجديد أو العملية الجديدة التي تختلف كلياً عما سبقها وتحقق تغيير استراتيجي كبير، فهو بمثابة تقدم مفاجئ يختلف عما قبله وينقطع عنه محققاً دورة ابتكارية جديدة أعلى من الدورات السابقة من حيث الكفاءة ودفع التقدم في مجاله وفي المجتمع عموماً.

✓ **الابتكار-التحسين (التدريجي):** وهو التوصل إلى المنتج الجديد جزئياً من خلال التحسينات الكبيرة والصغيرة التي يتم إدخالها على المنتجات الحالية، وأن بعض هذه التحسينات قد تكون جوهرية وأن تراكمها يحقق ابتكاراً جذرياً.⁽²⁾

وعليه، فإن الإبداع والابتكار يعدان من القوى المحركة التي تساهم في التقدم المجتمعي، فهما لا يقتصران فقط على الفن أو المجالات الأكاديمية، بل كلاهما يمتد ليشمل جميع جوانب الحياة المجتمعية سواء في العمل أو طرق التفكير وحل المشكلات. وعليه، نجد هناك أنواع للابتكار والإبداع، وكل نوع يساهم في تطوير المجتمع وتحقيق التنمية من خلال تطبيق العمل للأفكار الجديدة. ومن ثم يجب أن يشجع ويحفز في مختلف المجالات وخاصة على المستوى الجامعي، من خلال توفير بيئة تعليمية مرنة تساهم بشكل فعال في تطوير مهارات الطالب الجامعي وتكريس ثقافة الابتكار والإبداع، والتي بدورها تنمي روح المقاولة والأخذ بالمبادرة في إحداث التغيير الإيجابي في مختلف المجالات.

1- المرجع السابق، ص 296.

2- وائل محمد جبريل، أحمد محمد العواصي: أثر الدعم التنظيمي على إدارة الابتكار -دراسة ميدانية على عينة من العاملين بشركة البريقة لتسويق النفط بمدينة بنغازي ليبيا-، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 02، العدد 03، بنغازي-ليبيا، 2018، ص

2. مستويات الإبداع والابتكار

يظهر الإبداع في العديد من المستويات ومنها:

- **الإبداع على المستوى الفردي:** بحيث يكون لدى الأفراد إبداعيه خلاقة لتطوير العمل، وذلك من خلال خصائص فطرية يتمتعون بها، كالذكاء والموهبة أو من خلال خصائص مكتسبة كحل المشاكل مثلاً، وهذه الخصائص يمكن التدريب عليها وتنميتها، ويساعد في ذلك ذكاء الفرد وموهبته.
- **الإبداع على مستوى الجماعات:** بحيث تكون هناك جماعات محددة في العمل تتعاون فيما بينها لتطبيق الأفكار التي يحملونها، وتغيير الشيء نحو الأفضل كجماعة فنية في قسم الإنتاج مثلاً.
- **الإبداع على مستوى المنظمات:** فهناك منظمات متميزة في مستوى أدائها وعملها، وغالباً ما يكون عمل هذه المنظمات نموذجي ومثالي للمنظمات الأخرى، وحتى تصل المنظمات إلى الإبداع لابد من وجود إبداع فردي وجماعي.⁽¹⁾

أما بالنسبة للابتكار فلقد وضع تايلور خمسة مستويات لإدارة الابتكار هي:

- **الابتكارية التعبيرية Expressive:** وهي التعبير الحر المستقل الذي لا يكون للمهارة أو الأصالة فيه أهمية، مثل رسوم الأطفال التلقائية.
- **الابتكارية الإنتاجية Productive:** وهي المنتجات الفنية والعلمية التي تتميز بمحاولة ضبط الميل إلى اللعب الحر، ومحاولة وضع أساليب تؤدي إلى الوصول إلى منتجات كاملة وجديدة.
- **الابتكارية الاختراعية Inventive:** ويمثلها المخترعون والمكتشفون، الذين تظهر عبقرياتهم باستخدام المواد والأساليب بطرق مختلفة.
- **الابتكارية التجديدية (الاستحداثية) Innovative:** وهي التطوير والتحسين، الذي يتضمن استخدام المهارات الفردية والتصويرية والخيالية.
- **الابتكارية الانبثاقية Ennergentive:** وهي ظهور مبدأ جديد أو مسلمة جديدة، تزدهر حولها مدرسة جديدة.⁽²⁾

وفي هذا السياق، وبالإضافة إلى تطور مستويات الإبداع والابتكار السالفة الذكر فإن من شأن ممارسات الإبداع والابتكار تحقيق عدة فوائد على المستوى المجتمعي خاصة فيما يتمثل في تطوير قدرات الفرد في إثارة عمل مجتمعي، والاستفادة المجتمعية والذي يقصد به إنجاز الأبحاث من أجل الترقية التنموية

1- أسامة خيرى: إدارة الإبداع والابتكارات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2012، ص 55.

2- المرجع السابق، ص 77.

على المستوى الأكاديمي، وكذلك حسن رعاية الإبداعات الفردية والفروق الفردية، بالإضافة إلى إنعاش التفكير الافتراضي (الفردية) الذي يؤدي إلى زيادة الممكنات والبدائل ومن ثم تقوية المجتمع في فترات الإحباط وعدم الاستقرار، والتي تظهر فيها الحاجة إلى الإبداع والابتكار على المستوى المجتمعي.⁽¹⁾

رابعاً- النظريات والنماذج المفسرة للإبداع والابتكار

1. النظريات المفسرة للإبداع والابتكار

بالرغم من أن مفهوم الإبداع يختلف عن مفهوم الابتكار، وهذا حسب توجه الفريق الأول من العلماء الذين فرقوا بين مفهوم الإبداع والابتكار، إلا أن أكثر النظريات التي فسرت مفهوم الإبداع والابتكار لم تفرق في مفهومها بينهما وهو ما يفتح مجال جديد حول مفاهيم الإبداع والابتكار. وبالرغم من الاختلاف في التوجهات حول التأطير والتأصيل النظري للإبداع والابتكار، إلا أنهم اتفقوا أن هذين الأخيرين هما السبيل الوحيد في عملية تطوير وتنمية المؤسسات الاقتصادية، خاصة في ظل انفتاح الأسواق والتطور السريع التي تشهدها الأسواق في مجال الرقمنة والذكاء الاصطناعي، وعليه يمكن إبراز أهم النظريات على النحو الآتي:

- نظرية روترمان وبيترز والبحث عن التفوق B. Waterman and T. peters

بعد دراسة توصل روترمان وبيترز في كتابهما تحت عنوان: "في البحث عن التفوق In Search of Excellence" تفصيلية لمجموعة من المنظمات المتفوقة الرائدة إلى القول أن الأسس المشتركة للمنظمات المتفوقة التي تنسم بدرجة عالية من الإبداع والابتكار:

- ✓ الرغبة والتحفيز للإنجاز وإعطاء الأسبقية دائماً للفعل والشرع في الأداء بأكثر من إنفاق الكثير من الوقت في التحليل، وفي الاجتماعات والتقارير النهائية التفصيلية للجان.⁽²⁾
- ✓ تنمية وتطوير العلاقات مع المستفيدين من الخدمة أو الراغبين في السلع المقدمة من المنظمة للتعرف عليهم والاستفادة من اقتراحاتهم.
- ✓ إعطاء استقلالية للوحدات والأقسام بما يشجعها على التفكير المستقل والإبداع ويحفزها منافسة الوحدات والأقسام الأخرى في الأداء المتميز.
- ✓ تأصيل مفهوم الإنتاجية وتحقيقها بتنمية قدرات جميع العاملين وتعميق المبادئ التي تجعل كل فرد يقدم أفضل قدراته وجهوده، علماً أن كل مشارك في كل النتائج الإيجابية المترتبة على تفوق المنظمة.

1- محمد رؤوف حامد: إدارة المعرفة والإبداع المجتمعي، ط 3، مكتبة الأسرة، القاهرة-مصر، 2006، ص 186.

1- حمزة بن الزين، مرجع سابق، ص 55.

✓ تبسيط المستويات الإدارية وتوضيحها في الاعتماد على التقليل منها، وأن يكون الميل بصورة دائمة للحد من الوظائف القيادية.

✓ تنمية وتطوير بيئة تنظيمية تؤمن الانتماء للقيم الرئيسية للمنظمة، وتحقيق في ذات الوقت المرونة المطلوبة والمحددة.

✓ استمرار المنظمة في تقديم السلع والخدمات التي أثبتت فيها القدرة والتميز، والحد في التوسع في مجالات ليس للمنظمة بها معرفة أو خبرة.⁽¹⁾

- نظرية القياس النفسي

جاءت هذه النظرية امتدادا للأبحاث التي قام بها العالم الفرنسي "ألفريد بينيه" حول حركة القياس النفسي، حيث قام بتطوير أول اختبار لقياس الذكاء وترتكز هذه النظرية على وجود علاقة بين السلوك والذكاء، والإبداع والابتكار يوجدان بنسب متفاوتة لدى الأفراد ويمكن قياسه وتحديده، كما يجب إخضاعه للبحث التجريبي كما حدث سابقا مع الذكاء.⁽²⁾

- نظرية كليفورد وكافيني والأداء R. Cavangh and D. Clifford الظافر

توصل كليفورد وكافيني في دراستهما عن الأداء الظافر إلى أن المنظمات الصغيرة المتميزة ذات القدرات الإبداعية والابتكارية العاليه تتصف بسمات متعددة تميز بيئتها التنظيمية وهي:

✓ وضع وتطويره رسالة محددة للمنظمة ومن الضروري أن تكون هذه الرسالة بمثابة القيم المشتركة للعاملين.

✓ من الضروري أن يتركز الاهتمام على المقومات والمكونات الجوهرية للعمل.

✓ أن يتم النظر إلى المنهج البيروقراطي على أنه عدو رئيسي.

✓ تحفيز جميع العاملين للتدريب والتجريب.

✓ تطوير وتعزيز العلاقات الوثيقة مع المستفيدين في الخدمة أو الراغبين في السلعة وبالقدر الذي يجعل جميع عمليات التطوير والابتكار والإبداع جهودا موظفة لتحقيق رغبات المتعاملين مع المنظمة.

✓ إعطاء أسبقية متميزة لتنمية وتطوير قدرات العاملين وحفزهم للأداء المتميز والإبداع فيه.⁽³⁾

1- المرجع السابق، ص 56.

2- نور الدين بطاط، صابر بوزليف، آليات تدعيم وتنمية الابتكار والإبداع كأداة لاستدامة المشاريع المقاولاتية، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المجلد 01، العدد 02، الجزائر، 2017، ص 181.

3- أحلام سوداني: دروس في إدارة الإبداع والابتكار لطلبة السنة الثانية ماستر إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالم-الجزائر، 2017-2018، ص 17.

- نظرية إدوارد دي بونو Edward de Bono والتفكير الابتكاري

يعد اسم "دي بونو" اسماً مشهوراً في عالم الإدارة والصناعة، وهو كذلك مرجع لشركات ومنظمات عملاقة مثل شركة IBM وهيوز وغيرها من الأسماء المشهورة في عالم الأعمال. وقد أصدر دي بونو عالم النفس الأمريكي من الأصل الإيطالي عدة كتب وأهمها: ميكانيكية العقل، وقبعات التفكير الست، وأحذية العمل الست وغيرها. ويسمى أسلوب (دي بونو) في التفكير الإبداعي أو طريقته المبتكرة للتفكير باسم القبعات الست. قد استخف بها الكثيرون في البداية، ولكن بعد فترة حازت الإعجاب ومن ثم الاقتناع والتطبيق.⁽¹⁾

وكذلك الاستخدام في الكثير من المنظمات والشركات العالمية حتى أن بعضها قد أنشأت مراكز للتفكير الابتكاري والإبداعي.

وهذا الأسلوب يعتمد على مواقف عقلية تساعد صناع القرار على القيام بما يسمى بالتفكير المتوازي، أي أن الجميع يفكرون بطريقة واحدة أو منهج واحد وذلك حتى تكون الطاقة العقلية المجتمعة قادرة على تحقيق أعلى قدرة تفكير ممكنة.

حيث أن القبعات تفيد في الاجتماعات الابتكارية إذ تساعد على التفكير الجامعي المتوازي والذي يعتمد على ارتداء الجميع نفس القبعة حتى يكون عندهم نفس طريقة التفكير.

وقد قسم "دي بونو De Bono" ألوان القبعات الست إلى الألوان التالية:

✓ **القبعة البيضاء:** وهي مسؤولة عن جمع المعلومات ومعرفة الوضع الحالي. وما يحيط به من مشاكل وملابسات، أي النظرة الموضوعية للأمور.

✓ **القبعة الحمراء:** وهي خاصة بالمشاعر، أي أن الشخص الذي يرتبها إنه يقول فقط ما يشعر به اتجاه اقتراح ما من دون إيذاء الأسباب. فهي خاصة بالانفعال والحدث والتفكير الفطري.

✓ **القبعة الخضراء:** وهي تزودنا بالأفكار الإبداعية والبدائل والخيارات والاحتمالات، وهي في الغالب تكون مسؤولة عن الاقتراحات. إذ أنها قبعة الأفكار الجديدة والتفكير الخلاق.

✓ **القبعة الزرقاء:** ومهمتها الأساسية هي مساعدتنا في التحكم وفي الوصول إلى القرارات وتوقع النتائج. أي بمعنى آخر ضبط عملية التفكير.

✓ **القبعة الصفراء:** وهي تكون مسؤولة عن المنطق والفوائد وإظهار قيمة الأشياء. إنها قبعة الممكن والمنطق العقلي.

1- سليم بطرس جلدة، زيد منير عبودي: إدارة الإبداع والابتكار، دار كنوز المعرفة، عمان-الأردن، 2006، ص 34، 35.

✓ **القبة السوداء:** وهي قبة تشاؤم الحذر، ويتم التفكير بها بغرض معرفة مشاكل ونقاط الضعف في الموضوع الذي نعالجه، فهي إذا قبة التفكير السلبي.⁽¹⁾

وقد لاقى أسلوب القبعات الست قبولا واسعا وذلك نظرا لسهولة تطبيقه. إذ أنه يغير طريقة التفكير السائدة في الاجتماعات، قبولا من أسلوب الحوار بين الفريقين والذي يتخذ نمط (مع أو ضد) يصبح من الممكن للمجتمع عين إقامة حوار بناء إذ أن الأسلوب بسيط.. فالقبعات الافتراضية ذات الألوان المختلفة والمهام المتنوعة. وكما سبقت الإشارة أنه بإمكان أي مشاركة أن يرتديه القبة أو يخلعها، ويمكن لكافة المشاركين في اجتماع ماء أن يرتدوا قبعات ذات لون واحد في نفس الوقت، وهو ما يعني بأن الجميع يشاركون في نشاط ذهني واحد.

ويبدو مثل هذا الأمر سهلا وساذجا نوعا ما، إلا أن قوته رغم ذلك تكمن في سهولة تطبيقه، حيث أنه أسلوب عملي لأنه يجبر المشاركين على اللعب والتفكير، إن من مميزات هذه الطريقة (القبعات الست) في التفكير كما يراها مبتكرها (دي بونو) ما يلي:

- ✓ سهولة التعلم الاستخدام والتأثير الفوري.
- ✓ توفر الوقت للجهد الابتكاري المنظم.
- ✓ تسمح بالتعبير عن المشاعر دون خجل.
- ✓ تسمح بالتفكير الحر غير المقيد بالوقت، بحيث يأخذ كل لون نصيبه من الوقت وبما يلغي الفوضى الناجي مع المحاولة مناقشة كافة المشكلات في وقت واحد.
- ✓ توفر أسلوبا للانتقال من نمط التفكير إلى نمط آخر من دون إيذاء الآخرين أو جرح مشاعرهم.
- ✓ إنها تجبرنا على استخدام كل القبعات بدلا من الانصياع إلى نمط واحد في التفكير.
- ✓ توفر أسلوبا عمليا في استخدام أنماط تفكير مختلفة وفي أفضل تتابع ممكن.
- ✓ أنها تبعد عن أسلوب الجدل في الحوار، وهي تسمح لجميع الأطراف بالتعاون على الكشف والابتكار.⁽²⁾
- ✓ تؤدي إلى اجتماعات أكثر إنتاجية وفعالية.
- ✓ يعد هذا الأسلوب في التفكير الإبداعي مسؤولا فقط عن الأفكار وتقديم البدائل، وعلى الشخص فقط أن يختار ويأخذ القرار فهو لا يجبرنا على استخدام فكرة معينة. كما أنه لا يتخذ القرار.

1- المرجع السابق، ص 36.

2- المرجع السابق، ص 37.

لقد انتشرت نظرية وأسلوب "دي بونو" في العالم لدرجة أنه قد تم إنشاء مجمع للتفكير الإبداعي برأس مال قدره نحو 250 مليار دولار تشارك فيها أكبر الشركات والمنظمات في العالم، وهو مخصص بكامله للتفكير الابتكاري.⁽¹⁾

2. النماذج المفسرة للإبداع والابتكار

انطلاقاً من تزايد الاهتمام بالإبداع والابتكار التنظيمي في الوقت المعاصر، وزيادة انتشار تعليمه على مختلف الأصعدة العالمية، قام عدد من المفكرين والعلماء والكتاب بطرح مجموعة من الأفكار التي أصبحت فيما بعد تسمى بنماذج تعرف بأسماء مؤلفها، وقد قدمت هذه النماذج آراء ومعالجات مختلفة للإبداع والابتكار التنظيمي، وفيما يلي موجز لأهم ما جاءت به بعض نماذج الإبداع والابتكار التنظيمي:

- نموذج مارش وسايمون (March and Simon 1958)

فسر هذا النموذج الإبداع والابتكار من خلال معالجة المشكلات التي تعترض المنظمة، وخاصة مشكلة تجسيد الفجوة في الأداء، وهي تقع بين ما تقوم به المنظمة فعلاً وما يفترض أن تقوم به. وتعتمد هذا النموذج من خلال إيجاد البدائل من خلال البحث. وينظر إلى عملية الإبداع بأنها تمر في عدة مراحل هي: فجوة أداء، عدم الرخاء، وبحث، ووعي، وبدائل ثم يأتي الإبداع، ويوضح هذا النموذج أن الفجوة تحدث بسبب عوامل خارجية طارئة كتغيرات في البيئة الخارجية الاقتصادية، والسياسية، والتكنولوجية، تسويقية أو بسبب عوامل داخلية مثل تعيين موظفين جدد، أو وجود معايير أداء عالية.⁽²⁾

- نموذج برونز وستولكر (Burnes and Stalker 1961)

يعتقد رواد هذا النموذج بأن التراكيب والهياكل التنظيمية المختلفة تكون فاعلة في حالات مختلفة ولها علاقة قوية في تطبيق الإبداع في المنظمات، وأن الهياكل التنظيمية التي توفر قدراً أكبر من المشاركة للموظفين والعاملين في صنع القرار وهي التي يعزز فيها الإبداع وينمو أكثر من غيرها، لأن ذلك يساعد في تسهيل عملية جمع البيانات ومعالجتها.

- نموذج هارفاي وميل (Hervey and Mill 1970)

وقد أفاد هذا النموذج الذي ينصب الاهتمام والتركيز فيه على فهم الإبداع من خلال مدى استخدام الأنظمة للحلول الروتينية-الإبداعية التي يمكن أن تعرف أكثر بالمشكلة والحل، أي وصف أنواع المشاكل التي تواجهها المنظمات، وأنواع الحلول التي تطبقها من خلال إدراك المشكلة عن طريق ما تحتاجه من رد

1- المرجع السابق، ص 37، 38.

2- عاكف لطفي خصاونه: إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار حامد للنشر وتوزيع، عمان-الأردن، 2011، ص 40.

فعل لمواجهة المشاكل والمخاطر المحتمل حدوثها مسبقاً أو لتفادي أي مشكلة قد تحدث مستقبلاً. أي تسعى المنظمة لاستحضار حلول إبداعية لم يتم استخدامها من قبل بهدف معالجة المشاكل التي قد تحدث بشكل استثنائي وغير اعتيادي من خلال تبني الهياكل التنظيمية والميكانيكية والعضوية. إضافة إلى ذلك تناول هذا النموذج العوامل التي يمكن أن تؤثر في الحلول الإبداعية الروتينية مثل: عمر وحجم المنظمة، ومستوى المنافسة، ومدى استخدام التكنولوجيا، ونمط الاتصال المستخدم داخل المنظمة، حيث يعتقدون أنه كلما زادت مثل تلك الضغوطات قاد ذلك المنظمة إلى إعطاء الأمر أكثر اهتمام بالجوانب الإبداعية من أجل الحد منها.

- نموذج ويلسن (Wilson 1966)

وجهة نظر هذا النموذج تؤكد على أن العملية الإبداعية تمر من خلال التغير في المنظمة من خلال ثلاث مراحل وهي: إدراك التغير، واقتراح التغير، وتبني التغير وتطبيقه، ويفترض هذا النموذج بأن نسب الإبداع متفاوتة وذلك بسبب التعقيد في المهام (البيروقراطية) ونمط الإدارة المتبع، ويرى "ويلسن Wilson" ضرورة حل الصراعات والخلافات التي من الممكن أن تعيق الإبداع والابتكار، وكما يرى بأن الحوافز لها تأثير إيجابي لتوليد الأفكار والاقتراحات وحفز الآخرين في المنظمة على الإسهامات الإبداعية.⁽¹⁾

- نموذج هيج واكن (Hage and Aiken 1970)

يتميز هذا النموذج من حيث شموليته وتناوله للمراحل المختلفة للعملية الإبداعية، فضلاً عن العوامل المؤثرة فيه، وفسرت العملية الإبداعية على أنها تغيير حاصل في برامج المنظمة وذلك عن طريق إضافة خدمات جديدة، وقد حدد هذا النموذج مراحل الإبداع كالآتي:

✓ **مرحلة التقييم:** وهي المرحلة التي تقيم النظام ومدى تحقيقه لأهدافه.

✓ **مرحلة الإعداد:** وهي مرحلة الحصول على المهارات الوظيفية اللازمة وتوفير الدعم المالي.

✓ **مرحلة التطبيق:** وهي مرحلة البدء بإتمام الإبداع.

✓ **الروتينية:** أي سلوكيات ومعتقدات تنظيمية.

أما العوامل المؤثرة في الإبداع والابتكار التي تناولها هذا النموذج تتمثل في زيادة التخصصات المهنية وتنوعها، والمركزية، والرسمية، والإنتاج، والكفاءة، والرضا عن العمل.

1- المرجع السابق، ص 41، 42.

- نموذج زالتمان وآخرون (Zaltman and Others)

وجهه نظرهم للعملية الإبداعية والابتكارية بأنها تتكون من مرحلتين هما: مرحلة البدء، ومرحلة التطبيق، وينظر هذا النموذج إلى العملية الإبداعية بأنها فكرة أو ممارسة جديدة لوحدة التنبؤ، كما اعتبر رواد هذا النموذج بأن العملية الإبداعية هي ليست عملية فردية بل عملية جماعية. يمكن الاستنتاج مما سبق أن نماذج الإبداع والابتكار التنظيمي أجمعت عدة جوانب مثل العوامل المؤثرة في الإبداع والابتكار التنظيمي، والمراحل التي تمر بها العملية الإبداعية إضافة إلى ضرورة وضع المعالجات والحلول اللازمة للمشكلات التي تواجه أو تعيق تحقيق الإبداع.⁽¹⁾

خامساً: مميزات وسميات شخصية الطالب المبدع

1. مميزات الطالب المبدع

- لقد حدد جيلفود أهم القدرات المميزة للإنسان المبدع القادر على التفكير الإبداعي وهي:
- **الطلاقة:** حيث يكون المبدأ قادراً على توليد الأفكار أو البدائل أو المترادفات عند الاستجابة لمثير معين، والتعبير عنها بوضوح، وقد تم التوصل إلى عدة أنواع للطلاقة منها:
 - الطلاقة اللفظية أو طلاقة الكلمات.
 - الطلاقة الفكرية.
 - طلاقة الأشكال.
 - **المرونة:** وهي القدرة على تحويل مسار الأفكار حسب ما يقتضيه الموقف موضوع النقاش والبحث. والتخلي عن الأفكار القديمة إذا ثبت بطلانها، وقبول الأفكار الجديدة البناءة الثابتة صحتها، أي ينظر إلى الأمور من زوايا مختلفة، ويمكن التمييز بين نوعين من المرونة وهي:
 - **المرونة التلقائية:** هي قدرة الطالب على توليد عدد كبير من الأفكار المتنوعة لمواجهة مشكلة طارئة.
 - **المرونة التكيفية:** هي القدرة على تغيير مسار الأفكار باتجاه إيجاد حل سليم للمسألة المطروحة.
 - **الأصالة:** أي تتسم الأفكار المولدة بالجدة والابتكار والتفرد.
 - **الإضافة:** أي القدرة على التفصيل والتوضيح للأفكار المطروحة لحل المشكلات، والتعامل مع المواقف الطارئة التي تواجهه في حياته العملية.⁽²⁾

1- المرجع السابق، ص 42، 43.

1- عبد الله حسن مسلم: الإبداع والابتكار الإداري في التنظيم والتنسيق، دار المعترف للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2010، ص 93.

- **الخيال الواسع:** الذي يمكن المتعلم من اكتشاف العلاقات الجديدة بين الأشياء، ويهبه القدرة على تركيب أشياء جديدة من عناصر قديمة.
- **الحرية:** المبدع بحاجة إلى الحرية ليتحرر من قيود الروتين، ولينطلق محلقة في آفاق جديدة لي شاهد ما يشاهده الآخرون.

2. سمات شخصية الطالب المبدع

هناك مجموعة من السمات الشخصية للطالب المبدع المتمثلة في:

- القدرة على تحمل المسؤولية.
 - الشعور بالرضا والسعادة أثناء قيامه بأعماله.
 - قوة العزيمة والإرادة.
 - الثقة العالية بالنفس والاعتماد عليها.
 - القدرة على إدراك العلاقات بين الأشياء.
 - اجتناب الروتين والتقليد الأعمى.
 - القدرة على التفكير في حلول بديلة للمشاكل.
 - المثابرة وممارسة الأعمال بعزم وثبات.
 - الميل إلى المغامرة والرغبة في تحدي الصعاب.
 - المثقف يوظف ثقافته في التعامل مع قضايا الحياة.
 - القدرة على الإقناع.
 - يتقن العمل الذي يوكل إليه بسرعة واتقان.
 - البحث والتطوير المستمر من أجل التجديد.
 - التفاؤل والإحساس المرفه.
- ومن السمات الأخرى التي أشار إليها الباحثون: تقبل التعقيد، وتقبل ارتفاع مستوى الغموض، انخفاض مستوى القلق عدم الخوف من الوقوع في الخطأ، الانفتاح الذهني، الشعور بالتحدي في مواجهة الصعاب.⁽¹⁾
- بالإضافة إلى أن هناك مجموعة أخرى من سمات شخصية الطالب المبتكر والمبدع تتمثل في:
- تبدو عليه الثقة في قدرته على تنفيذ ما يريد.
 - لا يتبع الأساليب الروتينية في أعماله.

1- المرجع السابق، ص 93، 94.

- مثابر فلا يستسلم بسهولة.
- عنيد لا يتخلى عن رأيه بسهولة.
- لا يضطرب إزاء ما يواجهه من مشكلة.
- يميل إلى إيجاد أكثر من حل واحد للمشكلة.
- يكره العمل في مواقف تحكمها قواعد وتنظيمات صارمة.
- يهتم بالأشياء التي تحمل الشك ولا يمكن التنبؤ بها.
- يمتلك القدرة الكبيرة على تحمل المسؤولية.
- يبادر بالعمل ومستعد لبذل الجهد.
- قادر على فهم دوافع الآخرين.
- قادر على تنظيم العمل باستمرار.
- دائم التساؤل.
- واسع الأفق.
- يمتلك درجة عالية من الذكاء.
- يمتلك القدرة على التحليل والاستدلال.
- لا يميل إلى التعصب سواء بالنسبة للآخرين أو بالنسبة لرأي ما.
- متعدد الميول والاهتمامات.
- تبدو عليه الرغبة في التفوق الأكاديمي.
- يتساءل عن تطبيقات نظريات والمبادئ القائمة.
- يزود جماعته بأفكار جديدة تحتاج إلى كل ما يواجهها من مشكلات.
- يفضل التنافس على التعاون.
- يربط بين خبراته السابقة وما يكتسبه من خبرات جديدة.
- مرح.
- يتوقف أحيانا عن حل المشكلات لكنه لا يتوقف عن التفكير فيها.
- يميل للعمل بمفرده.
- يحب التمعن في الأفكار الجديدة.⁽¹⁾

1- أحمد عبادة: الحلول الابتكارية للمشكلات-النظرية والتطبيق-، دار الحكمة للنشر والتوزيع، البحرين، 1992، ص 27، 28.

وفي الأخير نستنتج أن شخصية الطالب المبدع تتميز بالعديد من السمات التي تسهم في تطوير أفكاره وتحقيق النجاح الأكاديمي والشخصي حيث لا يقتصر على تقبل المعلومات كما هي بل يسعى لفهمها بعمق، ويتمتع بقدرة عالية على التفكير النقدي والتحليلي، مما يجعله يسعى دائما لاكتشاف أفكار ومفاهيم جديدة خارج نطاق المنهج والوحدة التعليمية، حيث يتمتع الطالب المبدع بالمرونة والقدرة على التكيف مع التغيرات والتحديات، ويستطيع التفكير بسرعة وإيجاد حلول مبتكرة، كما يتميز بالإصرار والمثابرة وتطوير أفكاره رغم الفشل أو الصعوبات، ويقدر العمل الجماعي والتعاون مع الآخرين للاستفادة من الأفكار المختلفة.

سادسا - مراحل العملية الإبداعية والابتكارية

تمر العملية الإبداعية والابتكارية بمجموعة من المراحل المترابطة، وحتى يكون الإبداع والابتكار قائما على الحقيقة فإنه لابد وأن تتم ترجمته إلى واقع علمي يمكن للآخرين الاستفادة منه بقدر المستطاع خاصة إذا ما استند إلى أدلة تثبت حقيقته وواقعيته وصحته.

1. **مراحل العملية الإبداعية:** حسب دوبراين (A.J. Dubrin) هذه العملية تتكون من المراحل التالية:

- **إيجاد المشكلة:** حيث يكتشف الفرد أن شيئا ما له قيمة يمكن أن يعمل عليه أو أنه يسبب اضطرابا أو إزعاجا لابد من معالجته.
- **الانغمار:** في التركيز على المشكلة يصبح الفرد مغمورا فيها، فهو يطلب ويجمع المعلومات ذات العلاقة ويكون الخيارات بدون أي تلقيح أو تقييم.
- **الحضانة:** بعد تجميع المعلومات، فإن الفرد يحتفظ بها في ذهنه ويقوم عقله اللاواعي في نشاط وتدوير حتى عند عدم القيام بأي نشاط وهذا في العادة مبرر ليذهب بالتمشي أو بالسرحان خلال ساعات العمل يهتم بالحل الخلاق للمشكلة.
- **التبصر:** وهو ما يعرف بالحدث الذي يومض في العقل بالحل أو الجديد غير المتوقع في وقت غير متوقع أيضا قد يكون أثناء المشي أو قبل النوم أو بعده.
- **مرحلة التشبع:** وهي التعرف على المشكلة بصورة مفصلة من جميع أبعادها والظروف المحيطة بها والأسباب التي أدت إلى ظهورها وكافة الأفكار التي ترتبط بها.⁽¹⁾
- **التفكير العميق:** وهو التفكير المركز على المشكلة وتحليلها وتفحص جميع جوانبها ودراسة الأفكار والافتراضات المتعلقة بها وتنظيم هذه الأفكار والعلاقات القائمة بينها بأشكال مختلفة:

1- عبد الكريم الطيف: محاضرات في إدارة الإبداع والابتكار، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس-الجزائر، 2018/2017، ص 18.

✓ **التأمل:** ويمثل اختصار المشكلة في العقل الباطن حتى تتفاعل المعلومات مع بعضها البعض.

✓ **التحقيق:** وهنا يتم توضيح الفكرة الناتجة عن مرحلة الإلهام وتفحص ملاءمتها لخصائص المشكلة وتكيفها بصورة تلائم تلك الخصائص وعرضها بصورتها على المختصين لأخذ رأيهم فيها قبل وضع الفكرة موضع التنفيذ.

ويجدر الإشارة إلى أن العملية الإبداعية في كثير من الحالات لا تتم وفق المراحل أو الخطوات السابقة التي أشار إليها الباحثون، حيث عرض الباحث موريس شتاين (Stien) مراحل العملية الإبداعية في ثلاث مراحل:

- **وضع الفرضيات:** وتبدأ بالإعداد وتنتهي بتكوين فكرة مختارة بين عدد كبير من الأفكار.
 - **فحص الفرضيات:** وذلك لتحديد مدى صلاحية الفكرة وعدم صلاحيتها.
 - **عرض النتائج:** نقلها للآخرين لتقديم الناتج الإبداعي.
- كما أشار إلى مرحلة أخرى سماها الأعداد والتحضير، واعتبر هذه المرحلة بمثابة حجر الزاوية بالنسبة للعملية الإبداعية، لأنها تمثل بداية مبكرة لها وتشمل جميع المدخلات من المعارف والخبرات التي يكتسبها الفرد خلال سنوات الطفولة والدراسة والتي قد تؤثر على اتجاهاته نحو العملية الإبداعية كما تجدر الإشارة إلى أن المراحل والخطوات المختلفة في عملية الإبداع متداخلة ومتشابكة في معظم الأوقات، كما أنها ليست دائمة بالعملية العقلانية التي توجهها أهداف المؤسسة الجامعية، ففي حالات كثيرة تتوالد أفكار جديدة قبل الشعور بالمشكلة.⁽¹⁾

2. مراحل العملية الابتكارية

عملية الابتكار الناجحة تتكون من عدة مراحل حيث يصنفها (Bessant و Tid) في أربعة مراحل وهي:

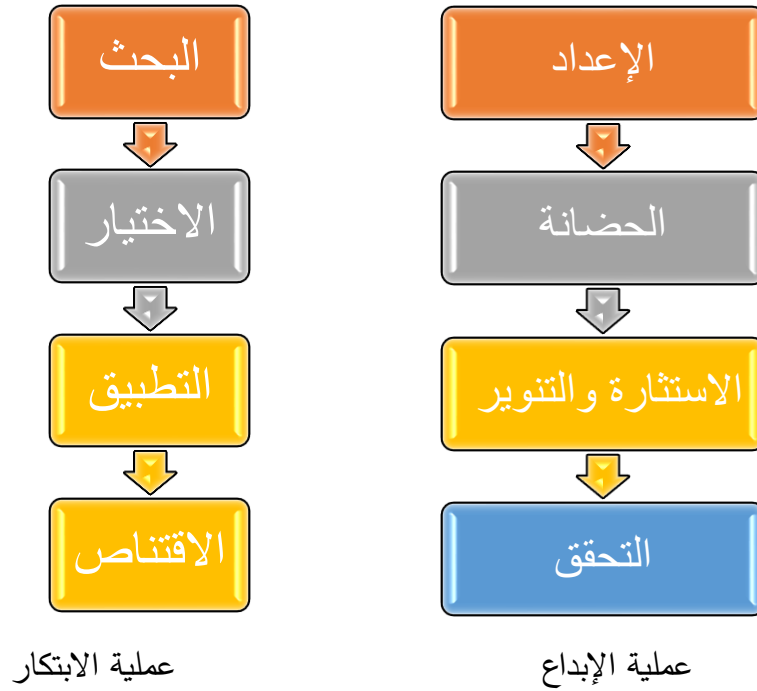
- **البحث:** إيجاد الفرص للابتكار، وإحضار أفكار جديدة للنظام، هذه الأفكار تأتي من الإبداعات والاختراعات ومن البحث والتطوير، ومن إشارات السوق والتنظيمات وسلوك المنافسين وغيرها، الموضوع المهم هنا هو كيف تنظم عملية بحث فعالة لضمان تدفق مستمر لتنوع أصلي والذي يعطي فرصة أكبر بالبقاء والازدهار في الأعمال في وجه المحددات البيئية.
- **الاختيار:** توليد تنويع من الأفكار ليس كافياً هناك حاجة للاختيار من مجموعة الأفكار وهذا يحتاج إلى شكل من أشكال الاختيار الاستراتيجي من كل الأشياء التي يمكن عملها.

1- المرجع السابق، ص 19، 20.

- **التطبيق:** توليد الأفكار والاختيار غير كافي لتطبيقها على أرض الواقع، التطبيق يشمل تمرير أو تحويل الأفكار إلى الواقع، فهو بالضرورة مهمة إدارة الموارد: الوقت والطاقة والمال والمواد وتعبئة المعارف المختلفة في مواجهة خلفية عدم اليقين، هنا الأعمال تأخذ في حسابها مخاطرة محسوبة.
- **الاقتناص:** هذه المرحلة تشمل كيفية الحصول على الفوائد من الابتكار، الأعمال تحتاج أن تأخذ في اعتبارها تحدي اقتناص أو الإمساك بالقدمة من جهودها الابتكارية، وهي تبرير للجهود بأشكال تجارية أو توليد قيمة اجتماعية.⁽¹⁾

وهذا يشمل أيضا كيف تحمي المكاسب من الاستيلاء عليها من قبل الآخرين وكيف تتعلم من الخبرة والنقاط التعلم المفيد حول كيفية عملية الابتكار في المستقبل.⁽²⁾

الشكل رقم (03) يوضح مراحل العملية الإبداعية والابتكارية



المصدر: المرجع السابق، ص 21.

بناء على ما سبق يمكن القول بأن العملية الإبداعية والابتكارية تمر بعدة مراحل متتابعة منها التحضير، حيث يجمع الطالب المعلومات والمعرفة المتعلقة بالمشكلة أو المجال الذي يريد الإبداع فيه، ثم الاكتشاف الذي يدفع الطالب للتفكير، تحليل الأفكار الحالية واكتشاف طرق جديدة للنظر إلى المشكلة، ثم تأتي مرحلة توليد الأفكار الجديدة، بعد ذلك يصل الطالب إلى مرحلة التقييم حيث يقوم بتحليل الأفكار التي تم توليدها واختيار الأكثر فعالية وقابلية للتطبيق، وبعدها تأتي مرحلة التنفيذ من خلالها يتم تحويل الأفكار

1- المرجع السابق، ص 20.

2- المرجع السابق، ص 21.

المبدعة إلى حلول عملية ملموسة، سواء كانت منتجات أو عمليات مبتكرة، ويتم اختيارها وتطويرها لتلبية احتياجات معينة.

سابعا - مصادر الابتكار والإبداع

يوجد عدد من مصادر الابتكار التي توفر للمؤسسة الجامعية فرصة للإبداع والابتكار ما هو جديد منها ما يتعلق بالبيئة الخاصة (بيئة الصناعة) ومنها ما يتعلق بالبيئة العامة، وهو بهذا يحاول إبراز دور البيئة في توفير فرص الابتكار ومدى قدره المؤسسة الجامعية في الاستفادة من تلك الفرص التي توفرها البيئة الخاصة أو العامة، ونذكر منها ما يلي:

1. مصادر الابتكار في البيئة الخاصة: تتمثل فيما يلي:

- **مصادر الابتكار غير المتوقعة:** وهذا المصدر يمثل حالة احتمالية أو غير محسوبة مسبقا بقدر ما تجد الجامعة نفسها أمام حالة تتطلب التجديد والابتكار ولكنها لا تستطيع التوقع بنجاح أو فشل ما ستقوم به، وكذلك أنها لم تتوقع الحدث الخارجي وهو ما يمثل فرصة فردية، فقط تجد المؤسسة الجامعية نفسها أمام حالة غير متوقعة تدفعها إلى المبادرة في ابتكار طريقة جديدة لتسويق منتجاتها ولكن غير متأكدة من نجاح أو فشل ما أقدمت عليه من تغيير مما يجعل فرص النجاح أو الفشل متساوية.
- **عدم الكفاية:** حيث يشير هذا المصدر إلى التناقض ما بين الحقيقة أو الواقع وما يجب أن يكون، أي بين ما هو كائن وما يجب أن يكون، وما بين هذه وتلك يمكن خلق فرص للابتكار مثل شركة (Seal-land) التي واجهت مشكلة الخسائر في شحن البضائع في الميناء مما دفعها إلى استخدام حاويات مغلقة تضمن عدم فقدان البضاعة والمحافظة عليها، كما هو الحال بالنسبة للمؤسسة الجامعية إذ لم تسارع في تنمية روح الإبداع والابتكار لدى الطلبة حتما ستواجه العديد من المشاكل، حتى تتمكن من تقليل التكاليف وتحسين مركز الربحية لديها.⁽¹⁾
- **الابتكار على أساس الحاجة للعملية ذاتها:** حيث يركز هذا المصدر على أن العملية المراد للقيام بها تتطلب القيام بشيء ما مفقود، وأن الطلبة يقومون بالدوران حول هذه الحلقة المفقودة دون أن يقوموا بأي شيء إيزائها، فإن الفرصة قد تبدو لشخص ما أو شركة ترغب بعرض لهذه الحلقة المفقودة، حيث تشير الجامعة إلى تحسين وتطوير العمليات التعليمية داخل المؤسسة الجامعية وذلك من خلال تحسين المناهج التعليمية، تحسين تجربة الطلاب، إدارة الموارد، والتطوير التكنولوجي.

1- محمد منصور أبو جليل، إيهاب كمال هيك، إبراهيم سعيد عقل: سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية-مدخل متكامل، دار الحامل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013، ص 330، 331.

2. مصادر الابتكار في البيئة العامة: وتتمثل فيما يلي:

- **التغيرات السكانية:** إن التغيرات الحاصلة في حجم وتركيبية السكان تشجع المؤسسة الجامعية على التفكير الإبداعي، فالتغيرات في الفئات العمرية السكانية ومستوى التعليم والدخل يمكن أن تخلق فرصة للابتكار.
- **التغيرات في الإدراك، الأنماط، والمعاني المتداولة في المجتمع:** لأن فرص الابتكار يمكن تطويرها عندما تتغير الافتراضات العامة للمجتمع، في المواقف، المعتقدات وغيرها يمكن أن تكون مصدر يشحن همة الجامعة نحو الابتكار، هذه التغيرات وغيرها من الأنماط الجديدة وعادات التسوق دفعت إلى الابتكار في طرق تقديم الخدمات الجاهزة لأن الغرض أخذ يفكر بالوقت أكثر من ذي قبل.
- **المعرفة الجديدة:** التقدم في المعرفة العلمية وغير العلمية خلقت منتجات جديدة وأسواق جديدة، فالتقدم الذي يحصل في مجالين مختلفين يدفع أحيانا إلى التكامل باتجاه التكوين قاعدة المنتج الجديد مثل التقدم الذي حصل في مجال الحاسوب ومجال الاتصالات، كذلك الحال فيما يخص المنشآت العاملة في ميدان البرمجيات الجديدة، حيث تسعى لإنتاج برامج جديدة أسبوعية، هذا الحال خلق الحاجة إلى تحقيق ميزة التقدم التكنولوجي في معدات الحاسوب.⁽¹⁾
- **الابتكار التسويقي:** مفهوم الابتكار الذي سبق ذكره هو مفهوم واسع وشامل لا يقتصر على الابتكار المادي المرتبط بالسلعة أو الخصائص والمكونات المادية أو الجانب التكنولوجي بل يتعداه إلى كل ما هو جديد ومتفرد، وهناك عدة أشكال من الابتكار، منها:
 - **الابتكار التقني:** الذي يركز على الجانب التكنولوجي والاختراعات.
 - **الابتكار في مجال المنتج:** يهدف إلى التجديد والتطوير للمنتجات.
 - **الابتكار في العمليات:** طرق المعالجة التي تقدمها المؤسسات الجامعية.
- **الابتكار الإداري:** الذي يشمل كافة أعمال إدارة وأوجه العملية الإدارية والوظيفية للمنظمة كالمالية والتسويق والأفراد وغيرها.⁽²⁾

من خلال ما سبق يمكن القول أن من أهم مصادر الابتكار والإبداع الفضول والتعلم المستمر، حيث يسهم البحث في مستمر عن المعرفة واستكشاف مواضيع جديدة في تحفيز الأفكار الإبداعية والابتكارية، كما أن التجارب الشخصية تلعب دورا كبيرا في توفير رؤية مستقبلية جديدة ومبتكرة، وذلك من خلال التفاعل مع الآخرين سواء كان ذلك من خلال التعاون بين الطلبة أو الاستماع إلى وجهات نظر مختلفة، مما يفتح

1- المرجع السابق، ص 331، 332.

2- المرجع السابق، ص 333.

آفاقاً جديدة للفكر ويساهم في توليد أفكاراً مشجعة، وأيضاً نجد التكنولوجيا التي تعد من أبرز مصادر الابتكار والإبداع بالإضافة إلى توفير بيئة محفزة وتشجع على التفكير الحر وتحترم الأفكار الجديدة.

ثامناً - أوجه الاختلاف بين الإبداع والابتكار

الإبداع والابتكار وجهان لعملة واحدة، أما الفرق بينهما فمن الممكن تلخيصه في الجدول الآتي:

الجدول رقم (03): يبين الفرق بين الإبداع والابتكار

الإبداع	الابتكار
يتمثل بالقدرة على إيجاد فكرة غير عادية تتمثل بالقدرة على تنفيذ الأفكار بأسلوب محدث غير عادي	يتمثل بالقدرة على تنفيذ الأفكار بأسلوب محدث غير عادي
الإبداع ناتج عن المخيلة	الابتكار ناتج عن العمليات الإنتاجية
من الصعب قياس نسبة نجاح الإبداع	من الممكن قياس درجة الابتكار ونسبة نجاحه، حيث أنه يتعلق بالإنتاج والأداء
الأفكار جديدة	إيجاد شيء على أرض الواقع يكون جديداً وفريداً مثل السلع في السوق أو الخدمات
لا تحتاج عملية الإبداع إلى تكاليف مالية	بما أن الابتكار يتمثل لعمليات التنفيذ فمن الطبيعي أن يحتاج إلى تكاليف مالية
لا يخشى فيه من الوقوع في المخاطر	هنا احتمالية للوقوع في المخاطر، كفشل تنفيذ الفكرة الإبداعية

المصدر: حسن علي الوزير: الإبداع والابتكار - دليل لكل رواد الإبداع والابتكار، ألمانيا، 2020، ص18.

كما أشار كل (Garand و Carrier) إلى الفرق بين الابتكار والإبداع من خلال أن "الإبداع يتعلق باستكشاف فكرة جيدة مميزة، أم الابتكار فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية، أو سلعة. أو خدمة تقدمها المنظمة لزملائها، إذا كانت الإبداع متعلق بالأشخاص فإن الابتكار يتعلق بالمنظمة وبنشاطها الإنتاج والتسويقي" من هذا المنطلق يمكن القول وبصفة عامة يسبق الإبداع الابتكار ونفس الأمر أوضحه الديب بأن "طريق الابتكار يمر غالباً عبر محطة الإبداع"، وأكد كذلك (David) بأن الابتكار "ما هو إلا نتيجة للإبداع ويستخدم كوسيلة لإخراج المنتج إلى السوق"، أما الإبداع حسب (Daft) هو "تبني فكرة جديدة أو سلوك جديد بالنسبة لمجال صناعاتها وسوقها وبيئاتها العامة"، أما الابتكار فهو استخدام الأول أو المبكر لإحدى الأفكار من قبل واحدة من المنظمات التي تنتمي لمجموعة المنظمات ذات الأهداف

المتشابهة"، أما التعريف الأوضح للابتكار هو أن "الابتكار تطبيق عملي للأفكار المبدعة، أما الإبداع فهو موهبة نظرية يولدها الإنسان مع مجموعة من المهارات المكتسبة واستخدامها من خلال حل المشكلات اليومية".⁽¹⁾

تاسعا - عوامل تنمية الإبداع والابتكار ومعوقاته

1. عوامل تنمية الإبداع والابتكار

من العوامل والأسباب التي قد تساعد في تنمية الإبداع، وهي:

- **البيئة الغنية ثقافيا وعلميا وتقنيا:** والمقصود هي أن تكون بيئة الأسرة التي تحتضن الطفل بيئة غنية بالمشيرات البيئية التي تقود إلى خبرات معرفية يتعرف عليها الفرد في مراحل حياته اللاحقة، وتساعد التسهيلات المتوفرة للأسرة مثل: التلفاز والمذياع والحاسوب وغيرها من التسهيلات في توفير مصادر عديدة يمكن أن يستفيد منها الفرد في الحصول على الخبرة والمعرفة.

وعندما نتحدث عن البيئة الأسرية الفنية ثقافيا فلا نتحدث عن ذلك بمعزل عن التنشئة الأسرية والنماذج التي تتوافر في تلك البيئة، وطبيعة العلاقة بين الوالدين والأبناء، إضافة إلى طبيعة مهنة الأب وطبيعة مهنة الأم.

- **الدافعية:** المقصود هنا أن الدافعية نحو التعلم واكتساب الخبرات والمعارف تلعب دورا مهما في تنمية الإبداع. والدافعية هي بمثابة محركات داخلية للسلوك حتى يتحقق الهدف المقصود، ومن هنا نخلص إلى قول أن وظيفة الدوافع تنحصر في ثلاث جوانب وهي:⁽²⁾

- تحريك السلوكيات.

- توجيه السلوكيات نحو الأهداف والغايات التي يسعى الفرد إلى تحقيقها.

- المحافظة على استمرارية السلوك حتى يتحقق الهدف المقصود.

ونلاحظ من خلال القراءة المعمقة للنقاط الثلاث المذكورة سابقا أنها عوامل مهمة لتحقيق الإبداع والاستمرارية الإنتاج المبدع، فهي من بين الدوافع التي تعطي للفرد الطاقة للتغلب على معوقات الإبداع وتساعد في التركيز على موضوع الإبداع والابتكار. فالشخص المبدع والمبتكر بحاجة إلى دافعية قوية تنظم جهوده، وتساعد في العمل والتركيز والمتابعة إلى حين تحقيق الهدف.

1- نور الدين راوي: الإبداع والابتكار في المنظمات الحديثة-دراسة تجارب عالمية-، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 01، جامعة سيدي بلعباس-الجزائر، د.س، ص 133، 134.

1- نايفة قطامي منفصلة نزيه حمدي، يوسف قطامي: تنمية الإبداع والتفكير الإبداعي في المؤسسات التربوية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة-مصر، 2007، ص 153، 154.

- **مخزون الذاكرة:** يمكن الإشارة هنا إلى موضوع التفكير وعلاقاته بالإبداع والابتكار، ونؤكد في هذا البند على أن الدافعية والرغبة في التعلم والاتجاه العام نحو التفكير والتعلم والإبداع والابتكار وتساعد في زيادة مخزون الذاكرة، فهذه العوامل تحرك الفرد وتدفعه للبحث عن المعارف واكتساب الخبرات من المصادر المتاحة، ومحاولة الوصول إلى المصادر غير المتاحة بهدف الاستفادة من إمكانياتها.
- **ممارسه النقد البناء:** إذا كان الفرد يمتلك مخزوناً كبيراً من المعارف والخبرات، ويمتلك مهارات واستراتيجيات التفكير وحل المشكلات، سيكون هذا الفرد قادر على ممارسة النقد البناء، وعندما نتحدث عن عوامل تنمية الإبداع والشروط اللازمة لممارستها، والأساس هنا أن يمارس الفرد النقد ويوجهه باتجاه المسألة موضوع المعالجة، بحيث يعمل على إبراز مواطن الخلل (الضعف) ومواطن القوة، ويتقدم بمجموعة من البدائل والاقتراحات التي تساعد في التغلب على مواطن الضغط وإصلاح مواطن الخلل، بمعنى أنه يمارس عملية الهدم في سبيل تقوية عملية البناء.⁽¹⁾
- وفي الأخير نستنتج أن تنمية الإبداع والابتكار تتطلب بيئة محفزة تشجع على دعم الأفكار الجديدة وتعزز الثقة بالنفس، كما تهدف إلى استمرارية التعلم وتوسيع المعرفة التي تكسب الطالب مهارات جديدة وتفتح له آفاق متنوعة في مختلف المجالات، حيث تعتبر المرونة في العمل وتوفير بيئة تسمح بتجربة الأفكار دون خوف من الفشل، من العوامل المهمة والأساسية لتنمية الإبداع من جهة، ومن جهة أخرى يعزز التعاون والتفاعل مع الآخرين تبادل الأفكار وتطوير حلول مبتكرة وفعالة لمواجهة التحديات والمشاكل.

2. معوقات الإبداع والابتكار

بالرغم من وجود عدة عوامل تساهم في تنمية الإبداع والابتكار، إلا أن هذا لا يمنع وجود عدة معوقات تحول دون تحقيقه، والمتمثلة في:

• معوقات الإبداع

- عدم الثقة بالنفس.
- الجهل والابتعاد عن طلب العلم.
- الخوف من الاستهزاء والإحراج والنقد والسخرية.
- انعدام أو ضعف نفسية التحدي والمجازفة.
- الجبن والخوف على الرزق والأجل.
- سرقة جهود الآخرين وأفكارهم.

1- المرجع السابق، ص 155-157..

- انعدام التشجيع، وضعف الحوافز المقدمة للمبدعين (ماديا ومعنويا).
- التربية السلبية وقتل روح الإبداع لدى الأطفال.
- الانشغال الكثير وعدم التفرغ للتفكير في الإبداع.
- عدم استغلال الأوقات.
- اعتزال المبدعين وعدم مخالطتهم.
- الجمود على الخطط والقوانين والأنظمة والاجراءات وعدم المرونة.
- نقص المعلومات.
- عدم استشعار بالمسؤولية.
- الخوف من الفشل.
- ضعف الهمة والرضى.
- الخجل والاستحياء من الرؤساء.
- الانغماس في الشهوات والمفاسد.
- الشعور بالنقص والابتلاء بالإيحاءات السلبية.⁽¹⁾

• معوقات الابتكار

يفشل الابتكار نظرا للعديد من الأسباب نذكر فيما يلي أهم هذه الأسباب من:

- ضعف الرعاية والالتزام: من خلال:
 - ✓ مستويات أقل من الاهتمام بالأفكار الإبداعية عند الطلبة مثلا.
 - ✓ غياب الشعور الحقيقي بضرورة المريحة للابتكار حيث لا يكون هناك أولوية للتغيير.
 - ✓ تجنب الفريق التنفيذي للمخاطر.
- سوء اختيار الفكرة وبرامج المكافأة: من الإشارات الدالة على ذلك:
 - ✓ كل فكرة جديدة تتنافس مع الوقت، والمواد، ويتم الاهتمام بجميع الأفكار، من حيث الاختيار غير الواضح، وضعف عملية التقييم.
 - ✓ يقضي التنفيذيون معظم وقتهم في مراجعة الكثير من الأفكار الجديدة، بدلا من دعم التنفيذ الفوري لأفضل الأفكار.
 - ✓ نقص المكافآت المشتركة والفردية لتحفيز الإبداع وسرعة تنفيذه.

1- علي الحمادي: صناعة الإبداع، دار ابن حزم للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، 1999، ص 44، 45.

- الثقافة المنحرفة: تظهر الثقافة المنحرفة من خلال:

- ✓ عدم وجود الدفع ضروري للحصول على أفكار جديدة يبدأ تنفيذها بسرعة.
- ✓ ضعف مستوى المشاركة بسبب القيم والمعتقدات المنحرفة بين المؤسسة الجامعية والطلبة.
- افتقاد القدرة على تنفيذ أفكار جديدة: ومن الإشارات الدالة على ذلك:
 - ✓ الموارد الشاملة.
 - ✓ التدخل اليدوي الزائد على اللزوم.
 - ✓ حالات الطوارئ المتكررة خلال فترات الإجازات.⁽¹⁾

1- زهية كواش: محاضرات في إدارة الإبداع والابتكار، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة-عين الدفلى، 2020/2019، ص 30، 31.

خلاصة

يعد الإبداع والابتكار من الركائز الأساسية التي تسكن في تكوين شخصية الطلبة الجامعيين، فكلاهما تمثل عاملاً مهماً في تطوير مهاراتهم وقدراتهم الفكرية والمهنية، حيث يعبر الإبداع على القدرة في التفكير بشكل غير تقليدي واكتشاف حلول جديدة ومبتكرة للتحديات التي يواجهها الطالب في مجاله الأكاديمي والمجتمع، بينما يعتبر ابتكار عملية تحويل الأفكار الإبداعية إلى تطبيقات عملية قادرة على إحداث تغيير ملموس وفعال في الواقع، مما يؤدي إلى الحصول على نتائج جديدة لها تأثير إيجابي في مختلف المجالات. كما أن تعزيز ثقافة الإبداع والابتكار في الجامعات ليس فقط مسؤولية أكاديمية، بل هو أيضاً خطوة ضرورية لبناء جيل قادر على مواجهة التحديات العالمية، فعندما يكتسب الطلبة هذه المهارات تصبح لهم القدرة على المساهمة في تحقيق التقدم في مجالاتهم المهنية، وبذلك يتحول الطالب الجامعي إلى عنصر فاعل ومؤثر في المجتمع بصفة عامة وفي بيئته الجامعية بصفة خاصة.

الفصل الرابع الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تمهيد

أولاً- الدراسة الاستطلاعية

ثانياً- مجالات الدراسة

ثالثاً- منهج الدراسة

رابعاً- مجتمع الدراسة

خامساً- عينة الدراسة

سادساً- أدوات جمع البيانات

خلاصة

تمهيد

يعتبر الإطار المنهجي للدراسة امتداداً للفصول النظرية السابقة، فلا يمكن إجراء أي دراسة دون الاعتماد على أساليب منهجية تساعدنا في النزول إلى ميدان البحث.

وقد خصص هذا الفصل للإجراءات المنهجية، بهدف معرفة دور الثقافة المقاولاتية في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي، وقصد التعرف على خصائص مجتمع البحث واختبار مدى صدق الفرضيات المقترحة وتحقيق أهداف الدراسة، باعتمادنا على الملاحظة والمقابلة والاستمارة كأدوات لجمع البيانات في الجامعة محل الدراسة، كما تم الاعتماد على المنهج الوصفي لكونه الأسلوب الأمثل الذي يتناسب وموضوع الدراسة، وبالتالي تسهم هذه الخطوات في إثراء المعرفة العلمية في مجال البحث السوسيولوجي، وتساهم في فهم أفضل الظواهر المجتمعية.

أولاً- الدراسة الاستطلاعية

الدراسة الاستطلاعية تعد خطوة أساسية في البحث العلمي، وجزء أساسي في مذكرة التخرج، حيث تهدف إلى جمع المعلومات الأولية لفهم موضوع البحث وتحديد نطاقه، كما تعتبر خطوة تمهيدية تساعد الباحث في استكشاف الظواهر المتعلقة بالموضوع قبل الشروع في إجراء الموضوع محل الدراسة حيث يتم من خلالها استخدام أساليب متنوعة مثل: المقابلات، الاستبيانات أو مراجعة الدراسات السابقة لتحديد الفجوات المعرفية وتوضيح المشاكل التي يتعين معالجتها، كما تساهم هذه الدراسة في صياغة فرضيات البحث وتوجيهه نحو الأبعاد التي تستحق مزيداً من التحليل والدراسة.

فالدراسة الاستطلاعية هي مرحلة النزول للميدان ومعاينة الواقع والتعرف على مختلف الظروف المحيطة بالمبحوثين، وبالتالي تجعل الباحث يتجنب الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها أثناء إجراء الدراسة الميدانية، وقد قمنا بدراسة استطلاعية لقسم علوم التسيير أين تم مقابلة بعض الطلبة وتقديم بعض الأسئلة حول موضوع الدراسة لمعرفة مدى تقبلهم لبعض الأسئلة المدرجة في الاستمارة ودرجة استيعابهم لها.

ثانياً- مجالات الدراسة

أي دراسة علمية تحتاج إجراء البحث الميداني، الذي يشمل عدة جوانب تتعلق بمجال الدراسة، من بينها المجال المكاني للمؤسسة التي تجرى فيها الدراسة الميدانية، بالإضافة إلى المجال البشري الذي يشمل مجتمع البحث والعينة المختارة للدراسة، كما يشمل أيضاً المجال الزمني الذي استغرقته عملية البحث الميداني.

1- المجال المكاني

تم إجراء هذه الدراسة بجامعة 8 ماي 1945، قالمة، كلية سويداني بوجمعة التي تتكون في حد ذاتها من كليتين: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. وبالتالي دراستنا تمت بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير التي تتكون من 2485 طالب يؤطروهم 112 أستاذاً دائماً و36 أستاذاً متعاقداً و7 أساتذة مشاركين و60 موظفاً وعمال متعاقدين، حيث تضم هذه الكلية ثلاثة أقسام هي قسم العلوم الاقتصادية، قسم العلوم التجارية وقسم علوم التسيير، ونظام التدريس فيها هو نظام (ل.م.د) وينقسم إلى ثلاث أطوار: ليسانس - ماستر - دكتوراه.

مجتمع دراستنا كان على وجه التحديد خاص بقسم علوم التسيير والتكوين، هذا القسم الذي يتضمن مجموعة تخصصات في مرحلة الليسانس منها: إدارة الأعمال - إدارة الموارد البشرية - المقاولاتية، أما في

مرحلة الماجستير فتتقسم إلى مسارين: مسار علوم المالية وينقسم إلى مالية المؤسسة - محاسبة وتدقيق، ومسار علوم التسيير وينقسم إلى إدارة الأعمال، إدارة مالية، ريادة الأعمال (المقاولاتية).

2- المجال الزمني

تم تطبيق هذه الدراسة في السنة الجامعية الممتدة ما بين 2024-2025، والتي أنجزنا فيها الجانب النظري والميداني، حيث كانت البداية مع الجانب النظري للتعرف أكثر على الموضوع وكشف الأبعاد التي نريد دراستها.

أما النزول إلى الميدان فقد دام حوالي شهر ونصف وتراوحت الفترة من 03 مارس 2025 إلى 16 أبريل 2025. وقسمت إلى مرحلتين، المرحلة الأولى هي مرحلة استطلاعية حيث تم فيها مقابلة المسؤولة عن متابعة طلبة السنة أولى ماجستير قسم علوم التسيير، حثي قدمت لنا صورة حول التخصصات الموجودة، وعدد الطلبة في كل تخصص. أما المرحلة الثانية فتم فيها تطبيق استمارة مبدئية في 10 مارس 2025، واستمرت عدة أيام لضبطها في صيغتها النهائية، وتحكيمها على يد بعض الأساتذة المتخصصين، بعد ذلك انتقلنا للعمل الميداني بعد موافقة الأستاذة المشرفة، حيث تم توزيع الاستمارات على طلبة سنة أولى ماجستير قسم علوم التسيير في 08 أبريل 2025 إلى غاية 16 أبريل 2025.

3- المجال البشري

اقتصرت هذه الدراسة على طلبة سنة أولى ماجستير -قسم علوم التسيير- الذين يتواجدون داخل كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة، والمقدر عددهم بـ 141 طالب، يتوزعون حسب التخصصات التالية: إدارة الأعمال 41 طالب، إدارة مالية 22 طالب، مالية المؤسسة 35 طالب، مقاولاتية 11 طالب، محاسبة وتدقيق 32 طالب. وقد حدد بذلك المجتمع الأصلي بـ 141 مفردة في حين كانت عينة الدراسة ممثلة في 80 مفردة.

ثالثا - منهج الدراسة

يعتمد الباحث في العلوم الاجتماعية على منهج علمي يمثل مجموعة من الخطوات المنظمة التي يستخدمها للوصول إلى معرفة دقيقة وموثوقة حول الظواهر الطبيعية أو الاجتماعية، كما يهدف المنهج للوصول إلى معرفة جديدة وتفسير دقيق للظواهر التي يتم دراستها.

ويعرف منهج البحث العلمي بأنه أسلوب للتفكير والعمل يعتمد الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة، حيث يتم من خلاله تنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث.⁽¹⁾

كما يعرف أيضا بأنه تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي، أو ما تؤوله بنية العلوم الخاصة.⁽²⁾

إن اختيار منهج معين يتوقف على طبيعة الموضوع، وعلى نوع البيانات المراد جمعها، لأجل ذلك تم استخدام المنهج الوصفي قصد التشخيص وكشف جوانب الظاهرة المدروسة.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا لاستخلاص دلالاتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث.⁽³⁾

كما يعرف حسن عبد العال المنهج الوصفي بأنه "استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر، بقصد تشخيصها وكشف جوانبها، وتحديد العلاقات بين عناصرها وبينها وبين ظواهر أخرى". ويشير إلى أن الأسلوب الوصفي في البحث "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كميًا عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة".⁽⁴⁾

وبناء على ما سبق نستنتج أن المنهج الوصفي يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في العديد من المجالات البحثية، خاصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث يتضمن تحليل البيانات بشكل دقيق لتقديم وصف شامل للظواهر المدروسة دون التدخل أو التغيير في هذه الظواهر، كما يهدف المنهج الوصفي إلى فهم طبيعة العلاقات بين المتغيرات بالإضافة إلى جمع وتحليل المعلومات بشكل موضوعي من خلال أدوات متعددة مثل الاستمارة والمقابلة والملاحظة، مما يضمن جمع معلومات دقيقة وموثوقة. كما يساعد المنهج الوصفي في التعرف على أبعاد الظواهر المدروسة ومحاولة البحث فيها، للوصول إلى حقائق علمية يمكن تعميمها مع إتاحة الفرصة للباحثين في الكشف عن جوانب أخرى لمشكلات بحثية والعمل على دراستها.

1- محمد سرحان علي المحمودي: **مناهج البحث العلمي**، مكتبة الوسيلة للنشر والتوزيع، صنعاء-اليمن، 2015، ص 35.

2- محمد محمد قاسم: **المدخل إلى مناهج البحث العلمي**، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت-لبنان، 1999، ص 52.

3- سعد سلمان المشهداني: **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019، ص 126.

4- عبد الرحمن سيد سليمان: **مناهج البحث**، عالم الكتب، جامعة عين شمس القاهرة-مصر، 2014، ص 131.

رابعاً - مجتمع الدراسة

يعتبر مجتمع الدراسة أحد العناصر الأساسية في البحث العلمي، حيث يساهم بشكل كبير في تحقيق أهداف البحث واستخلاص النتائج، وبالتالي يمكن للباحث من خلاله اختيار العينة المناسبة التي يرغب في دراستها مما يضمن تمثيل النتائج وتعميمها على المجتمع الأكبر، وعليه يشكل الأساس الذي يبنى عليه التحليل والاستنتاجات وذلك من خلال فهم خصائص مجتمع الدراسة وفهم كيفية تأثير العوامل المختلفة على الموضوع المدروس.

ويقصد بمجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً والتي تركز عليها الملاحظات"، وبالتالي هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي.⁽¹⁾

ويعرف مجتمع الدراسة أيضاً على أنه "يتألف من جميع الوحدات سيتم تطبيق نتائج البحث عليها، كما يمكن اعتباره مجموعة من التدابير أو الإجراءات المتعلقة بحساب جميع الوحدات التي تتوافر على سمة مشتركة".⁽²⁾

وعليه، يتضح أن مجتمع الدراسة عبارة عن جميع المفردات التي تشترك في خصائص محددة من قبل الباحث التي يرغب في دراستها، وبالتالي يتمثل مجتمع بحثنا في طلبة الماستر قسم علوم التسيير بجميع تخصصاته تخصص مالية المؤسسة، إدارة مالية، مقاولاتية، إدارة الأعمال بجامعة 8 ماي 1945 قالمة والمقدر بـ 141 مفردة.

خامساً - عينة الدراسة

يعتبر اختيار العينة مرحلة هامة في إنجاز البحث العلمي، والعينة هي اختيار جزء من مجتمع الدراسة، بحيث يكون ممثلاً له، أي يجب على الباحث أن يراعي تمثيل العينة للمجتمع الأصلي، ويطبق هذا الأسلوب من قبل الباحث عندما يكون مجتمع الدراسة كبير وبالتالي يجد صعوبة في القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات البحث.

1- موريس أنجرس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص 298.

2- فضيل دليو: تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 14.

وتعرف العينة على أنها "جزء من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات، فبدلاً من أن يلجأ الباحث إلى دراسة كل وحدات المجتمع، وهي قد تكون كبيرة جداً مما يصعب دراستها فإنه يلجأ إلى دراسة عينة مصغرة للمجتمع تغنيه عن دراسة كافة وحدات المجتمع".⁽¹⁾

وبما أن مجتمع البحث المتمثل في طلبة الماستر لقسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فقد قمنا بتحديد عينة بحثنا والمتمثلة في طلبة السنة الأولى ماستر في مختلف التخصصات (تخصص مالية المؤسسة، إدارة ماله، مقاولاتية، إدارة الأعمال)، فقد تم الاعتماد على العينة الغير عشوائية القصدية باعتبارها الأنسب لمعالجة وتحقيق أهداف موضوع بحثنا، والتي تسمى أيضاً بالعينة الفرضية أو العمدية باعتبارها أسلوب معاينة غير احتمالية فيها اختيار العناصر من المجتمع المستهدف على أساس مطابقته وملئمتها لأهداف الدراسة ومعايير الإدراج والاستبعاد الموجودة في العينة وبدلاً من الطريقة العشوائية يختار الباحث بطريقة عمدية العناصر المشاركة اعتقاداً منه أنها تخدم هدف الدراسة.⁽²⁾

وتعرف العينة القصدية بأنها "هي العينة التي تختار بصفة مباشرة وعمدية، بناء على محك خارجي أو بناء على مواصفات معينة يحددها الباحث وفقاً لمتطلبات بحثه، ويحتاج إلى خبرة واسعة من الباحث لتقدير الصفات اختيار ذوي القامات الطويلة أو القصيرة، أو الأذكاء، أو المدخنين أو المصابين بمرض معين إلى آخره".⁽³⁾

ونظراً لتركيز الدراسة حول الثقافة المقاولاتية وتعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي اخترنا طلبة السنة الأولى ماستر بقسم علوم التسيير بجميع تخصصاته بطريقة قصدية لأنهم تلقوا دروساً كافية حول الثقافة المقاولاتية مما يتيح لهم الإجابة على الأسئلة التي قمنا بطرحها في الاستمارة بكل سهولة، وقد اخترنا نسبة 57% (عدد أفراد العينة $\times 100$ / المجتمع الأصلي للبحث)، ليصل بذلك عدد المفردات التي وزعت عليهم الاستمارة 80 مفردة من المجتمع الأصلي للبحث المقدّر بـ: 141، وتم استرجاع 80 استمارة.

سادساً - أدوات جمع البيانات

تلعب أدوات جمع البيانات دوراً حيوياً في أي دراسة أو بحث علمي، وذلك أن نجاح البحث يعتمد إلى حد كبير على مدى نجاح الباحث في وصوله إلى المعلومات المطلوبة، وإثبات مدى صحتها ودقتها.

- 1- مسعود حسين النائب: البحث العلمي قواعده-إجراءاته-مناهجه، المكتب العربي للمعارف، القاهرة-مصر، 2018، ص 165.
- 2- جوني دانيال: أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، ترجمة طارق عطية عبد الرحمن، معهد الإدارة العامة، الرياض-السعودية، 2010، ص 138.
- 3- العربي بلقاسم فرحاتي: البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2012، ص 280.

وعليه، فإن الباحث مطالب باختيار تقنيات وأدوات جمع البيانات خاصة بالظاهرة المراد دراستها. حيث تعرف على أنها "الطرق المختلفة لجمع البراهين الخاصة بالبحث التي يحتاجها أي باحث في الدراسة العلمية والسعي من خلالها للتعرف على الموضوع من الجانب الميداني".⁽¹⁾

وقد اعتمدنا في دراستنا على الأدوات التالية: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة وسوف نعرضها كالآتي:

1- الملاحظة

تم استنادنا في هذه الدراسة إلى استخدام الملاحظة كأداة أولية لفهم المجتمع محل الدراسة والظروف السائدة فيه. وتعد الملاحظة وسيلة فعالة لفهم الظواهر وتحليل سلوك الأفراد كما تعزز قدرة البحث على التفاعل مع البيئة أو الظاهرة المدروسة.

وتعرف الملاحظة على أنها "المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما بطريقة مهنية أو علمية. وهي تستخدم في البحث الأساسي، أو في البحث التطبيقي".⁽²⁾

وفي هذا السياق، فإن الملاحظة من أكثر الأدوات التي تساعد على رصد التغيرات السلوكية لأفراد مجتمع الدراسة، وقد اعتمدنا على هذه الوسيلة بعدما قمنا بتحديد مجموعة من الخطوات الأساسية التي تمهد للملاحظة، ويعتمد الباحث في هذه العملية على حواسه لفهم الظاهرة المدروسة ويقوم بتسجيل الملاحظات سواء كانت كلامية أو سلوكية بغية تحقيق أفضل النتائج للحصول على أدق المعلومات.

2- المقابلة

تؤدي المقابلة دورا كبيرا في نجاح الدراسة الميدانية، حيث تعتبر من الوسائل الأساسية في الدراسة لما توفره من بيانات حول الموضوع ودعما له.

وتعرف المقابلة على أنها "عملية اجتماعية تحدث بين شخصين، الباحث والمبحوث، أو المقابل الذي يستلم المعلومات ويجمعها ويصنفها، والمبحوث الذي يعطي المعلومات إلى الباحث بعد إجابته على الاسئلة الموجهة إليه من قبل المقابل".⁽³⁾

ومن خلال ما سبق، فإن المقابلة تعتبر أحد أهم أدوات البحث في جمع البيانات، وفي دراستنا قمنا بإجراء مقابلة مع رئيس قسم علوم التسيير الذي أعطانا الوقت الكافي للإجابة على مختلف التساؤلات التي

1- فوزيه غريبة، نعيم دهمش: أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 7، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، دس، ص 51.

2- محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار جوهر للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2015، ص 344.

3- عمار بوحوش: منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين-ألمانيا، 2019، ص 70.

كانت تراودنا. وعليه، قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة التي تفيد بحثنا، فقد كانت معظم الإجابات مثمرة بالمعلومات التي ساعدتنا على إتمام دراستنا، إضافة إلى أننا استعنا بها في تحليل الجداول والوصول إلى نتائج الدراسة.

3- الاستمارة

تعد الاستمارة التقنية المنهجية المباشرة هي البحث تساعد في الحصول على المعلومات المناسبة واللازمة لموضوع الدراسة هي التي تسمح أيضا بجمع المعلومات وإجراء الدراسة في أقرب وقت وتكاليف أقل، والتي من خلالها يتمكن الباحث من الاتصال بعدد كبير من مفردات المجتمع المدروس. وتعرف الاستمارة على أنها "أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث تحتوي على عدد من الأسئلة المفتوحة أو المغلقة أو النصف مغلقة".⁽¹⁾

كما تعرف بأنها "الوسيلة التي تستعمل لجمع بيانات أولية وميدانية حول مشكلة أو ظاهرة اجتماعية ما. وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة يقوم المجيب بالإجابة عنها، وهي أداة أكثر استخداما في الحصول على البيانات من المبحوثين مباشرة ومعرفة آرائهم واتجاهاتهم".⁽²⁾

ولقد اعتمدنا في دراستنا على الاستمارة كأداة أنسب لطبيعة موضوعنا، والتي تساعدنا في الإحاطة به والإلمام بأبعاده، وتم صياغتها بالاعتماد على الجانب النظري والفرضيات وكذا بعض الدراسات المشابهة لموضوعنا، إلى جانب الدراسة الاستطلاعية والمقابلات التي تمت مع رئيس قسم علوم التسيير. وكان الهدف منها محاولة التعرف على مساهمة الثقافة المقاولاتية في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي، حيث اشتملت على أربع محاور وكانت كالاتي:

- **المحور الأول:** يتضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في الجنس، السن، التخصص.
- **المحور الثاني:** يتضمن الطرق التي اعتمدتها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي ومنها ما هو مغلق وما هو مفتوح.
- **المحور الثالث:** يتضمن مدى مساهمة الجامعة في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي وتضم أسئلة مفتوحة ومغلقة.
- **المحور الرابع:** خاص بالمعوقات التي تعترض تحقيق الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي وتضم أسئلة مغلقة وأسئلة مفتوحة.

1- طاهر حسو الزبياري: أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، 2011، ص 142.

2- مهدي محمد القصاص: تصميم البحث الاجتماعي، دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع، العراق، 2014، ص 273.

خلاصة

وفي ختام هذا الفصل تم تطرق إلى أهم الخطوات المنهجية التي اعتمدتها الدراسة، حيث تناولنا فيه الدراسة الاستطلاعية التي تمثل فحص أولي لموضوع البحث وتساعد في فهم المشكلة بشكل أعمق، كما تناولنا مجالات الدراسة (المكاني، الزمان، البشري)، حيث تم تحديد الموقع الجغرافي الذي تمثله الدراسة والفترة الزمنية التي استغرقتها، كما تم التأكيد على أهمية العينة المناسبة لضمان تمثيل النتائج بشكل دقيق. وفي هذا السياق، اعتمدنا في دراستنا على المنهج الذي يتناسب مع طبيعة موضوعنا، والأدوات التي تم من خلالها جمع المعلومات والبيانات التي تمكننا من فهم الأبعاد الأساسية لموضوع بحثنا، فمن خلالها يصل الباحث إلى مبتغاه ويحقق أهدافه بصورة منتظمة وبأسلوب علمي، وبالتالي الوصول إلى نتائج ميدانية دقيقة وواضحة.

الفصل الخامس

عرض وتحليل ومناقشة البيانات الميدانية

تمهيد

أولاً- عرض وتحليل البيانات الميدانية

ثانياً- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات الجزئية

ثالثاً- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة

رابعاً- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء المقاربة النظرية

خامساً- النتائج العامة للدراسة

سادساً- توصيات الدراسة

خلاصة

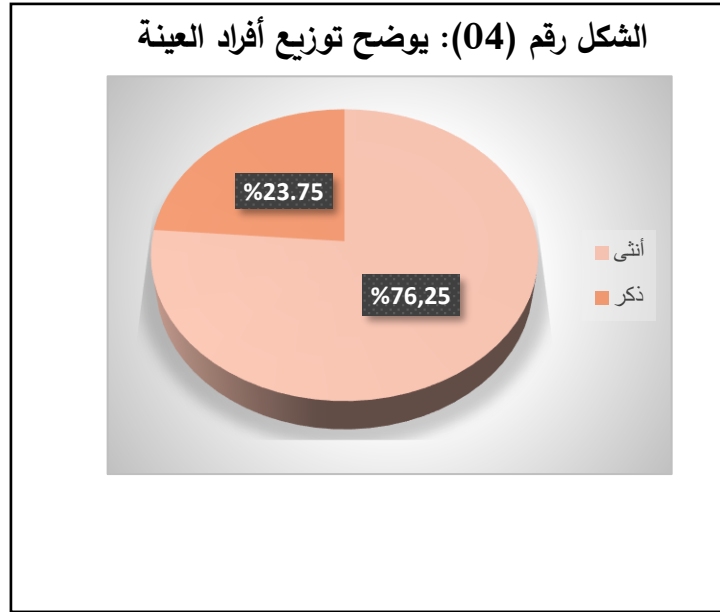
تمهيد

بعد عملية تحديد الإجراءات المنهجية اللازمة للدراسة، تأتي مرحلة عرض وتحليل وتفسير البيانات ومناقشة النتائج والتي بدورها تعتبر من أهم مراحل البحث العلمي، إذ تمثل هذه الخطوة التي يتم فيها تحليل البيانات لتفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة وعرضها في جداول إحصائية نوضح فيها تكرارات الإجابات والنسب المئوية.

ثم نقوم بمناقشة النتائج بناء على الفرضيات التي تم وضعها في بداية الدراسة لإثبات صحتها أو نفيها. وصولاً في ذلك إلى مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة والمقاربات النظرية المفسرة لموضوعنا واستخلاص النتائج العامة، وهذا ما يمثل حلقة وصل بين تأثيرات بحثنا وتوجيهات البحوث المستقبلية.

أولاً- عرض وتحليل البيانات الميدانية

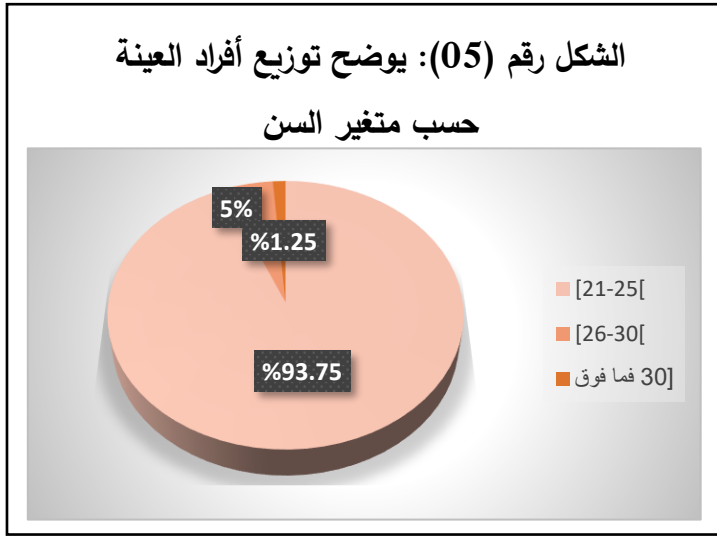
الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



الإجابات	التكرار	النسبة
أنثى	61	76,25%
ذكر	19	23,75%
المجموع	80	100%

يتضح من الجدول رقم (04) أن أغلبية أفراد العينة من الإناث حيث قدرت نسبتهم بـ 76,25% حيث نجد نسبة الذكور تقدر بـ 23,75%، ويرجع هذا الفارق في التوزيع إلى عوامل اجتماعية واقتصادية وثقافية، تتمثل في أن معظم الطالبات حريصات على إتمام مسارهن الدراسي والتعليم داخل الجامعة لنيل شهادات ومراتب عليا، فالمرأة غالبا ما تلجأ إلى المجال المقاولاتي كوسيلة لتحقيق التمكين الاقتصادي والاجتماعي مما يمنحها استقلالية مالية وتوازن بين الحياة المهنية والأسرية، خاصة في المجتمعات الحديثة التي بدأت تهتم أكثر بالمقاولاتية كوسيلة للاندماج وتحقيق الذات، مما يجعلها قادرة على تحمل المسؤولية والمخاطرة وتنمية روح الإبداع والابتكار لديها، عكس الذكور معظمهم يتجهون نحو الأسلاك الأمنية بعيدا عن إنشاء مشاريع خاصة كونهم يسعون إلى الحصول على مناصب مالية في سن مبكر لبناء مستقبلهم، ما جعل فئة الإناث أكثر اهتماما بالمقاولاتية من فئة الذكور.

الجدول رقم (05) يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



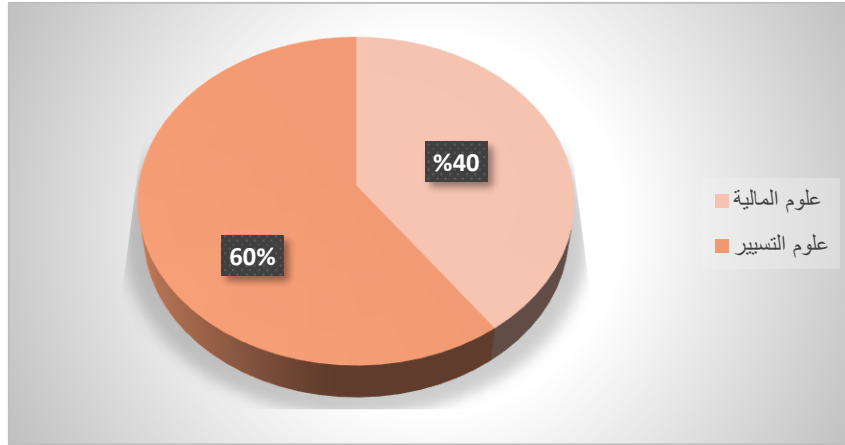
السن	التكرار	النسبة
125-21]	75	93,75%
130-26]	4	5%
30 فما فوق	1	1,25%
المجموع	80	100%

يتضح من الجدول رقم (05) أن الفئة العمرية الأكثر حضوراً في دراستنا هي فئة الشباب من [21-25] والمقدرة بـ 93,75%، وذلك لأنهم يميلون إلى إظهار اهتمام أكبر بالمقاولاتية خاصة أنهم مقبلين على التخرج، حيث يبدأ التفكير في هذه المرحلة العمرية بإنشاء مشاريع خاصة، أما بالنسبة إلى الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين [30-26] والتي قدرت بـ 5% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسبة السابقة، وهذا يدل على أنهم في مراحل متقدمة من التعليم العالي أو ممن استأنفوا الدراسة بعد تجربة مهنية، أما بالنسبة للفئة الأخيرة من 30 فما فوق المقدرة بـ 1,25% وهي أقل نسبة مقارنة بالنسب الأخرى، وهذا ما يشير إلى أن هذه الفئة قد تفضل غالباً مسارات أخرى بدلاً من المشاريع المقاولاتية، بحكم أن تجسيد المشاريع في الواقع يحتاج إلى وقت وجهد.

الجدول رقم (06) يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

التخصص	الإجابات	التكرار	النسبة
علوم المالية	مالية مؤسسة	21	32%
	محاسبة وتدقيق	9	
علوم التسيير	إدارة أعمال	25	60%
	إدارة مالية	16	
	ريادة أعمال	9	
المجموع	80		100%

الشكل رقم (06) يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص



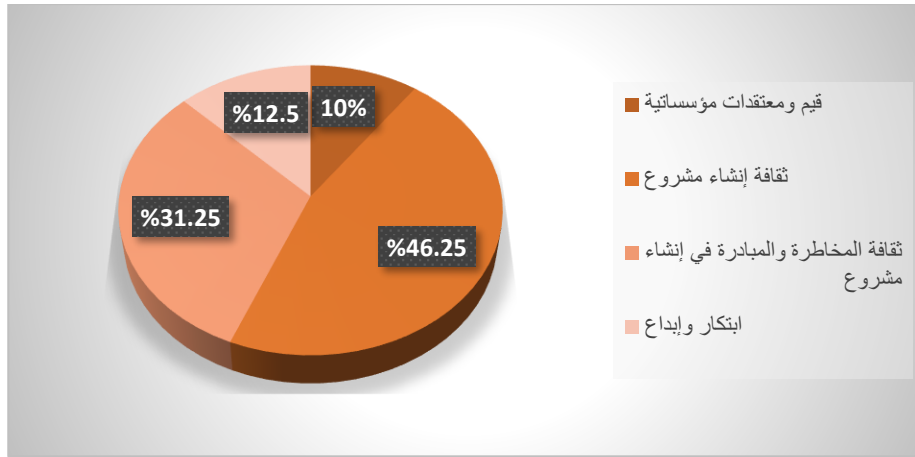
يتضح من الجدول رقم (06) أن نسبة 60% من أفراد العينة هم طلبة علوم التسيير بمختلف فروعهم، حيث تشير النسبة الأعلى لطلبة إدارة الأعمال المقدرة بـ 31,25%، وهذا راجع للاهتمام القوي بإنشاء وإدارة المشاريع الصغيرة والمتوسطة وقد يكون هذا التخصص مركزا لتشجيع الابتكار والتعرف على كيفية تطوير الأعمال في القطاع الاقتصادي، يليها تخصص علوم مالية بمختلف فروعهم والمقدر بنسبة 40%، حيث تمثل النسبة الأعلى لطلبة مالية المؤسسة والمقدرة بـ 26,25%، وهي الفئة التي لها علاقة بعملية التمويل وتحليل الأداء المالي للمؤسسات، وهذا ما يمكنهم من إعداد دراسات لفهم البيئة الاقتصادية للمؤسسات الناشئة والبحث عن مصادر تمويل المشاريع، تليها نسبة 20% وهم طلبة إدارة مالية نظرا لارتباطهم الوثيق بالجوانب المالية لفهم وإنشاء وتسيير المشاريع، فالمعرفة المالية تعد من الركائز الضرورية لأي مبادرة مقاولاتية ناجحة، إذ تمكن الطلبة من فهم كيفية إعداد الميزانيات وتقدير المخاطر المالية، أما الفئة الأخيرة فهم طلبة محاسبة وتدقيق وريادة أعمال حيث قدرت بـ 11,25% وهي نسبة منخفضة مقارنة بالنسب الأخرى وهذا راجع للتركيز على الجوانب النظرية أكثر من الجوانب التطبيقية، وضعف الارتباط بين المناهج الأكاديمية والواقع الميداني، مما يؤدي إلى فجوة بين المفاهيم النظرية والتطبيقية، كما أن أغلب الطلبة في هذين التخصصين ينظرون إلى المقالة كمجال محفوف بالمخاطر في ظل غياب الدعم المؤسسي الواضح، وهذا ما يقلل من فرص نحو المشاريع المقاولاتية.

2. بيانات تتعلق بالطرق التي تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي

الجدول رقم (07) يوضح آراء الطلبة حول مفهوم الثقافة المقاولاتية

النسبة	التكرار	الإجابات
10%	8	قيم ومعتقدات مؤسسية
46,25%	37	ثقافة إنشاء مشروع
31,25%	25	ثقافة المخاطرة والمبادرة في إنشاء مشروع
12,5%	10	ابتكار وإبداع
100%	80	المجموع

الشكل رقم (07) يوضح آراء الطلبة حول مفهوم الثقافة المقاولاتية



نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن أغلب أفراد العينة بنسبة 46,25% أشاروا إلى أن الثقافة المقاولاتية هي ثقافة إنشاء مشروع، وذلك راجع إلى أن معظم التخصصات تقتصر إلى مقاربة شاملة تبرز أن الثقافة المقاولاتية تتجاوز فكرة تأسيس مشروع، لتشمل قيم الإبداع والمبادرة وحل المشكلات، تليها نسبة 31,25% وهم الطلبة الذين اعتبروا أن الثقافة المقاولاتية هي ثقافة المخاطرة في إنشاء مشروع، فاختيارهم لهذا البعد يظهر إدراكاً أولياً للركائز الجوهرية المقاولاتية مثل الجرأة في اتخاذ القرار والقدرة على الخروج من نمطية المسارات التقليدية نحو خلق فرص جديدة، خاصة في ظل بيئات اقتصادية تتطلب فاعلين قادرين على الابتكار والتطوير والإبداع في حين نجد نسبة 12,5% أجابوا بأن الثقافة المقاولاتية هي عبارة عن ابتكار وإبداع، وهذا ما يعكس تطوراً في الوعي المفاهيمي لديهم تجاه هذا المجال، لأن الإبداع هو المحرك الأساسي لأي نشاط مقاولاتي نافع ومستدام، أما الابتكار فهو وسيلة للتطوير والتغيير، أما النسبة الأخيرة المقدره بـ 10% وهم الطلبة الذين أجابوا بأن الثقافة المقاولاتية عبارة عن قيم ومعتقدات مؤسسية ما يبرز ضعف الجانب العملي والشخصي الذي تمثله روح المبادرة الفردية والقدرة على تحويل الأفكار إلى مشاريع

واقعية، كما قد يعكس هذا الطرح التوجه نحو البحث عن وظائف دائمة داخل المنظمات الحكومية بدل من التوجه نحو خلق فرص ومشاريع خاصة، مما يحد من انخراطهم الفعلي في التجربة المقاولاتية ويجعلهم يرون المقاولاتية كمسؤولية مؤسسية أكثر من كونها سلوكاً فردياً قابلاً للتطبيق.

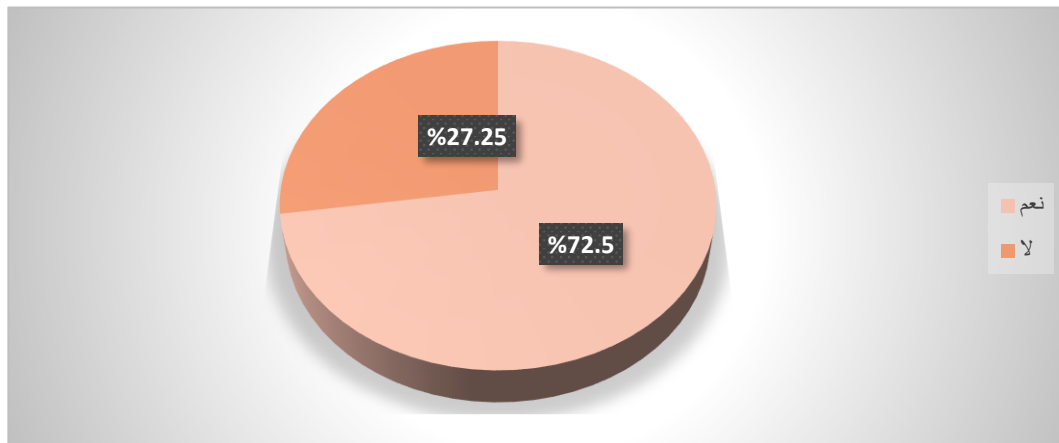
وبناء على ما قد سبق، يمكن القول بأن الثقافة المقاولاتية مفهوماً شاملاً يتجاوز كيفية إنشاء مشروع، بل تمثل منظومة فكرية وسلوكية متكاملة تهدف إلى غرس روح المبادرة وتنمية حس الإبداع والتفكير والعمل خاصة في صفوف الشباب والطلبة، وفي هذا السياق يصبح تعزيز الثقافة المقاولاتية داخل المؤسسات التعليمية ضرورة حتمية لمواكبة التحديات الراهنة، كما أن تعميم هذه الثقافة يساهم في الابتعاد عن الاتكالية التي تركز على انتظار الدولة أو المؤسسات لتوفير مناصب شغل، بل تفتح المجال أمام نماذج جديدة من النجاح المهني، مبنية على المخاطرة المحسوبة والاعتماد على الذات، غير أن غياب رؤية واضحة لتكريس هذه الثقافة داخل الفضاء الجامعي، سواء عبر البرامج الدراسية أو الأنشطة التطبيقية يؤدي إلى استمرار الفجوة بين التكوين الأكاديمي ومتطلبات الواقع الاقتصادي.

وعليه، فإن الثقافة المقاولاتية ليست مجرد توجه اجتماعي وثقافي واقتصادي، بل هي مشروع مجتمعي شامل يتطلب تضافر الجهود بين الفاعلين الاقتصاديين والاجتماعيين لترسيخها كركيزة أساسية في تكوين جيل مقاولاتي قادر على الابتكار والمساهمة الفعالة في تنمية مجتمعه.

الجدول رقم (08) يتعلق بمدى توفير مقررات دراسية حول الثقافة المقاولاتية

النسبة	التكرار			الإجابات
%27,5	22	10	معرفة معنى المقاولاتية وكيفية إنشاء مؤسسة ناشئة	نعم
		12	كيفية إنشاء مشروع	
%72,5	58			لا
%100	80			المجموع

الشكل رقم (08) يتعلق بمدى توفير مقررات دراسية حول الثقافة المقاولاتية



نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن معظم أفراد العينة الذين أجابوا بلا قدرت نسبتهم بـ 72,5% حيث تعكس هذه الإجابة قلة توفير المقررات الدراسية التي تقدمها الجامعة حول الثقافة المقاولاتية، وذلك راجع إلى ضعف ربط النظام التعليمي بسوق العمل ومتطلبات التنمية الاقتصادية، فغياب هذا النوع من المقررات والبرامج الدراسية يحرم الطلبة من تنمية روح المبادرة والابتكار، ويبقيهم في إطار التعليم النظري الذي لا يشجع على إنشاء مشاريع أو التفكير في حلول اقتصادية ذاتية، مما يقلل من فرص خلق مناصب شغل وزيادة الاعتماد على الوظائف العمومية، وهو ما لا يتماشى مع التحولات الاقتصادية الحالية التي تعتمد بشكل كبير على المقاولاتية كمحرك للنمو، ومن أمثلة ذلك غياب مفاهيم ريادة الأعمال في الجامعات فالكثير من الطلبة ليس لديهم إدراك لكيفية إنشاء مشاريعهم الخاصة والتمويل والتسويق لها، مما يجعلهم غير مستعدين لسوق العمل الحر، في حين أن الإجابة بنعم قدرت بـ 27,5% وتشير هذه النسبة إلى أن هناك نسبة منخفضة من الطلبة الذين استفادوا من المقررات الدراسية حول معرفة معنى المقاولاتية وكيفية إنشاء مؤسسة ناشئة، باعتبارها أداة حيوية لتمكين الطلبة من فهم دقيق لمفهوم المقاولاتية وتطبيقاتها العلمية فمن خلال هذه المقررات تتشكل معارف أساسية بما فيها روح المبادرة والابتكار وتحمل المخاطر في تغيير نظرتهم إلى سوق العمل، وهناك من استفاد من هذه المقررات بدءاً من بلورة فكرة المشروع، مروراً بإعداد خطة عمل ودراسة السوق وصولاً إلى كيفية الحصول على التمويل والتعرف على الإجراءات القانونية، وهذا ما يعزز الثقة بالنفس لدى الطلبة الجامعيين ويدفعهم إلى العمل المقاولاتي، وهذا ما يتوافق مع دراسة بالراشد نبيل بعنوان تمثيلات الطلبة المقبلين على التخرج للمقاولاتية في ظل تكوينهم الجامعي -دراسة ميدانية بجامعة محمد خضير، بسكرة-.

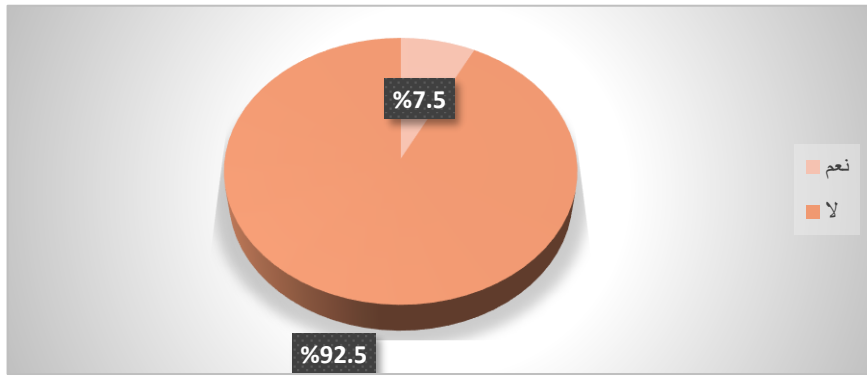
وفي الأخير نستنتج أن غياب المقررات الدراسية المخصصة للثقافة المقاولاتية داخل النظام الجامعي، يعد من أبرز النقائص التي تحد من فعالية التعليم العالي على إنشاء مشاريعهم الخاصة، حيث يؤدي هذا النقص إلى حرمان الطلبة من تكوين أكاديمي ممنهج قائم على المبادرة الفردية لإنشاء المشاريع وتسييرها، ويكسبهم مهارات التفكير المقاولاتي مثل الابتكار، اتخاذ القرار، إدارة المخاطر.... الخ، بالإضافة إلى التركيز على التكوين النظري في مجالات تقليدية دون ربطها بالواقع الاقتصادي والاجتماعي، وهذا ما يجعل الطالب يربط نجاحه بالوظيفة فقط ويغيب عنه البدائل الممكنة التي قد يحقق من خلالها استقلاله المهني وذاته الإبداعية.

وعليه فإن إدراج الثقافة المقاولاتية في المناهج الجامعية بالشكل المنظم لم يعد خيارا ثانويا، بل ضرورة ملحة تفرضها تحديات اقتصادية وحاجة المجتمعات إلى شباب مبادر خلاق ومنتج للثروة لا مستهلك لها فقط.

الجدول رقم (09): يوضح ما إذا تم التواصل مع دار المقاولاتية

الإجابات	التكرار			النسبة
نعم	6	4	معرفة أكثر كيفية عمل مؤسسة ناشئة	7,5%
		2	الانضمام إلى مجموعة دار المقاولاتية	
لا	74			92,5%
المجموع	80			100%

الشكل رقم (09): يوضح ما إذا تم التواصل مع دار المقاولاتية



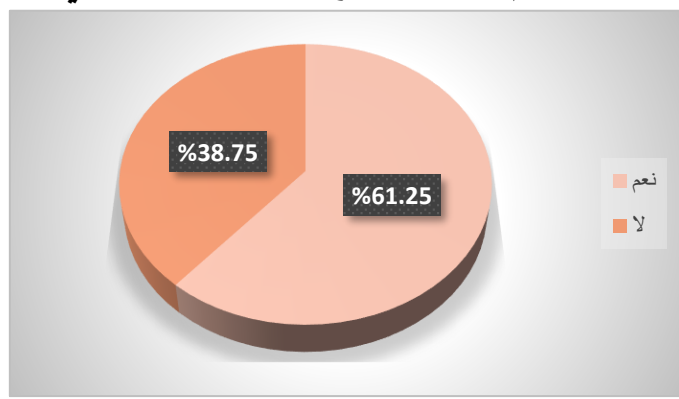
يتبين لنا من الجدول رقم (09) أن أفراد العينة الذين أجابوا بلا قدرت نسبتهم بـ 92,5%، حيث تشير هذه النسبة إلى عدم فعالية دار المقاولاتية في دعم المشاريع الناشئة، إذ قد يجهل العديد من الطلبة الخدمات التي تقدمها مثل التكوين، المرافقة، والاستشارة في إعداد المشاريع، كما أن بعض الطلبة قد لا يرون المقاولاتية كخيار مهني واقعي مقارنة بالوظيفة التقليدية، بالإضافة إلى العوائق الإدارية وصعوبة الوصول إلى المعلومة وغياب حملات تحسيسية داخل الوسط الجامعي، وضعف المبادرات التحفيزية والأنشطة الفعالة كالمسابقات والورشات العملية التي من شأنها أن تستقطب فئة الشباب الجامعي، ومن جهة أخرى قد يشكل الخوف من الفشل أو غياب التمويل عائقا نفسيا يمنع الطلب من المبادرة، حتى مع وجود المؤسسات الداعمة، لذا فإن تجاوز مثل هذه العراقيل يتطلب إستراتيجية تواصل فعالة، وإدماج دار المقاولاتية في الحياة الجامعية بشكل أكبر، وتنمية الحس المقاولاتي لدى الطلبة منذ السنوات الأولى للتعليم العالي، في حين تقابلها نسبة 7,5% من أفراد العينة الذين أجابوا بنعم حول تواصلهم مع دار المقاولاتية وذلك من خلال معرفة كيفية إنشاء مؤسسة ناشئة، إذ يشكل الفضول المعرفي حافز مقاولاتي واضحا للتقرب من هذه الهيئة،

كما سعى بعض الطلبة إلى الاستفادة من النماذج التطبيقية وتعزيز تواصلهم وانخراطهم في البيئة المقاولاتية، حيث يعتبر هذا الانخراط وسيلة مهمة للتقرب من عالم ريادة الأعمال، فالانضمام إلى هذه المؤسسة المرافقة تمكن الطلبة من الاطلاع المستمر على الأنشطة والبرامج التكوينية وبلورة أفكارهم إلى مشاريع ومناقشتها وحصولهم على استشارات مباشرة من مختصين، كما يسهل الالتحاق إلى الدار المقاولاتية تكوين علاقات مع الطلبة أو حتى إيجاد فريق عمل لإنجاز مشروعهم الخاص، وهذا ما يتوافق مع دراسة الباحثة **قايدي أمينة**، بعنوان "تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين".

انطلاقاً مما سبق، نستنتج أن ضعف تواصل الطلبة مع دار المقاولاتية داخل الجامعة من الإشكاليات الجوهرية التي تعكس فجوة واضحة بين الطلبة والآليات المؤسساتية المخصصة لدعمهم في مساهمهم المقاولاتي، حيث يلاحظ أن عددا كبيرا من الطلبة يجهلون وجود هذه المؤسسة أصلاً، أو لا يدركون طبيعة الخدمات التي تقدمها سواء من حيث التكوين أو التوجيه أو المرافقة في إعداد المشاريع، ويعود هذا الانفصال في الغالب إلى غياب الإستراتيجيات الفعالة للتواصل الداخلي بين إدارة دار المقاولاتية وباقي مكونات الجامعة، مما يؤدي إلى محدودية الوعي بأهميتها وضعف الإقبال عليها، والتركيز فقط على الأنشطة التعريفية بها في مناسبات موسمية دون دمجها بشكل مستمر في الحياة الجامعية، مما يساهم في استمرار هذا العزوف ويفقد هذه الهيئة دورها الحيوي كجسر بين الطالب والمجال المقاولاتي، والأكثر من ذلك أن هذا الضعف في التواصل يقلل فرص الطلبة في تطوير أفكارهم ومشاريعهم داخل فضاء مؤهل لذلك، ويجعلهم يواجهون صعوبات الانطلاق دون مرافقة أو توجيه، لذلك فإن تجاوز مثل هذه المشكلات يستدعي إعادة النظر في طرق الترويج لدار المقاولاتية داخل الجامعات، من خلال حملات تواصلية دائمة وإدماجها في الأنشطة البيداغوجية، وتكوين فئة من الطلبة للتعريف بخدماتها حتى تتحول إلى فاعل رئيسي في حياة الطالب الجامعي لا مجرد هيكل إداري معزول داخل المؤسسة الجامعية.

الجدول رقم (10) يبين ما إذا كانت الجامعة تقدم الدعم لطلابها للولوج إلى المجال المقاولاتي

الشكل رقم (10): يبين ما إذا كانت الجامعة تقدم الدعم لطلابها للولوج إلى المجال المقاولاتي



الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	49	61,25%
لا	31	38,75%
المجموع	80	100%

يوضح لنا الجدول رقم (10) أن نسبة 61,25% من أفراد العينة أجابوا بنعم على أن الجامعة تقدم الدعم لطلابها للولوج في المجال المقاولاتي، وذلك من خلال توفر بعض البرامج الأكاديمية التي تدمج مفاهيم المقاولاتية ضمن المقررات الدراسية، بالإضافة إلى تنظيم ورشات ودورات تدريبية تهدف إلى تنمية روح المبادرة وإنشاء حاضنات أعمال ومراكز دعم المقاول، التي توفر مرافقة تقنية وقانونية تساعد الطلبة على تحويل أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتنفيذ، لا سيما عند توفير جوائز تمويلية أو فرص مشاركة مع مستثمرين وخبراء وتدبير الموارد المالية والبشرية، كما تعتبر المسابقات الجامعية الخاصة بأفضل المشاريع والمبادرات المقاولاتية منصة فعالة لتحفيز الطلبة على الابتكار والتفكير الإبداعي وتعزيز الثقة في قدراتهم، هذه الجهود تساهم في خلق جيل جديد من الشباب المقاول، المزود بالمعرفة والمهارات وروح المبادرة، أما النسبة المتبقية والمقدرة بـ 38,75% لم تقدم لهم الجامعة الدعم في المجال المقاولاتي، وهذا راجع إلى محدودية إدماج الثقافة المقاولاتية ضمن التكوينات الأساسية، حيث تعتبر مجرد نشاطات اختيارية وهذا ما يقلل من انتشارها بين الطلبة، كما أن العديد من الجامعات تقتصر إلى بنية تحتية متخصصة مثل حاضنات الأعمال أو مراكز الابتكار، مما يحد من إمكانية تحويل الأفكار إلى مشاريع واقعية، بالإضافة إلى ذلك يعاني الطلبة من التوجيه والمرافقة بسبب قلة الكفاءات المؤهلة في هذا المجال، أو غياب شبكات دعم فعالة تربط الجامعة بعالم المقاول، ومن جهة أخرى فإن غياب التمويل والدعم المالي الكافي يشكل عائقا كبيرا أمام الطلبة الراغبين في تأسيس مشاريعهم الخاصة، بالإضافة إلى ذلك فإن أغلب الجامعات تركز على الجانب الأكاديمي مع إهمال واضح لتنمية المهارات الإبداعية والابتكارية التي أصبحت اليوم من الضروريات في سوق العمل، ويرتبط هذا الضعف أيضا بندرة الموارد المالية والبشرية اللازمة لإنشاء حاضنات أعمال جامعية، فضلا عن غياب الكفاءات القادرة على تأطير الطلبة ومرافقتهم في تحويل أفكارهم إلى مشاريع حقيقية، وهذا ما يفقد الطلبة فرص التعلم من التجارب الواقعية أو الحصول على دعم مادي ولوجيستي لمشاريعهم، بالإضافة إلى غياب الثقافة المقاولاتية داخل الفضاء الجامعي سواء لدى الطلبة أو الأساتذة، كما أن غياب الحوافز المالية والتسهيلات القانونية أمام الطلبة لإنشاء مقاولاتهم داخل الجامعة مثلا كالإعفاءات الضريبية، تسهيلات في فتح المقاول، توفير دعم تقني وقانوني ما يجعل من المقاولاتية خيارا صعبا وواقعا بعيدا.

وبشكل عام يمكن القول أن هناك مجموعة من المؤشرات التي تعكس وجود توجه فعلي نحو تشجيع روح المبادرة والابتكار داخل الفضاء الجامعي، ففي السنوات الأخيرة بدأت العديد من الجامعات تترك أهمية إدماج المقاولاتية ضمن مناهجها الأساسية إلى جانب التكوين والبحث العلمي، وذلك استجابة لتحولات سوق العمل وضرورة إعداد خريجين قادرين على خلق فرص عمل، ومن أبرز مظاهر هذا الدعم إدماج وحدات

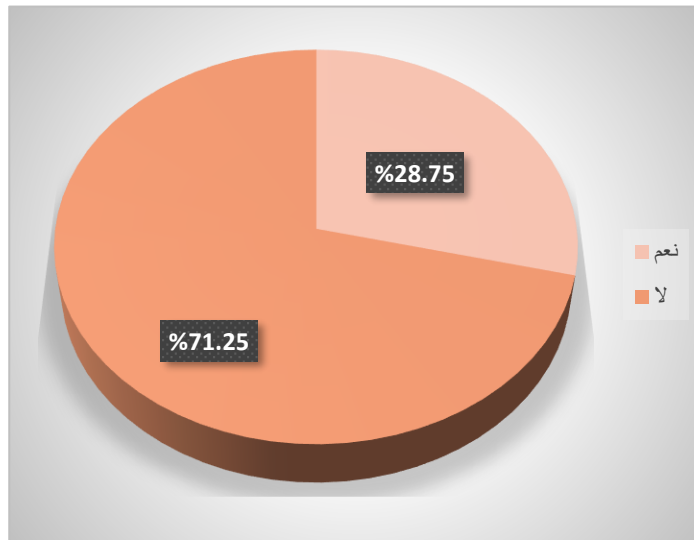
دراسية تتعلق بالمقاولاتية في البرامج الأكاديمية، سواء كمقررات مستقلة أو كمحاور داخلية ضمن وحدات التكوين، وهذا ما يسمح للطلبة من اكتساب المعارف الأولية حول إنشاء مشروع مقاولاتي.

الجدول رقم (11): يبين مدى الاطلاع الطلبة على القوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء المقاولاتية

الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	لدي معرفة مسبقة بقوانين وتشريعات إنشاء المقاولاتية	7
	المعارف التي تلقيتها في الجامعة جعلتنا على دراية بالقوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء المقاولاتية	16
		23
		%28,75
لا	57	%71,25
المجموع	80	%100

الشكل رقم (11): يبين مدى الاطلاع الطلبة على القوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء

المقاولاتية



يتضح لنا من خلال الجدول (11) أن أغلب أفراد العينة بنسبة 71,25% أشاروا إلى أن معظم الطلبة يعانون من ضعف كبير في الاطلاع على القوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء المقاولاتية، وهو ما يشكل عائقا حقيقيا أمام اندماجهم في المجال المقاولاتي، هذا القصور يعكس غياب التكوين القانوني المتخصص في البرامج التعليمية، حيث تفتقر العديد من المؤسسات إلى مواد دراسية خاصة تشرح الجوانب القانونية للمقاولاتية، كما أن أغلب الطلبة يكتفون بالمعلومات السطحية المتداولة دون التحقق من مصادر رسمية أو وثائق قانونية، مما يؤدي إلى تكوين تصورات خاطئة عن الإجراءات والامتيازات والتشريعات المتاحة، ويرجع هذا الضعف أيضا إلى غياب التوجيه والمراقبة للمشاريع سواء من طرف الأساتذة أو المؤسسات المختصة، كما أن غياب التنسيق بين هذه المؤسسات والجهات المعنية بمجال المقاولاتية (مثل

المركز الجهوي للاستثمار، الوكالات الحكومية... إلخ) يزيد من فجوة عدم التوجيه ويضعف من فرص التوعية القانونية، إضافة إلى افتقار الحياة الجامعية في أغلب الأحيان إلى أنشطة ميدانية تعرّف الطلبة بالإطار القانوني والفرص التنموية المتاحة، اللقاءات مع خبراء في مجال القانون. كل هذه العوامل تخلق آثارا سلبية تحد من بناء جيل طلابي مؤهل قانونيا وقادرا على استغلال الآليات التشريعية لتأسيس مشاريع ناجحة ومستدامة، في حين نجد أن نسبة 28,75% من أفراد العينة صرحوا بأن لديهم معرفة مسبقة بقوانين وتشريعات إنشاء المقولة، حيث تعد عنصرا أساسيا يساهم في نجاح المشروع منذ بدايته، وتمكن صاحب المقولة من اختيار الشكل القانوني المناسب وفهم الإجراءات الإدارية والامتثال للضوابط والتنظيمات، كما تساعد هذه المعرفة على تجنب الأخطاء القانونية التي تعرقل المشروع أو تعرضه للمساءلة، وتكتسب هذه المعارف من خلال الاطلاع على القوانين الوطنية مثل القانون التجاري وسجلات الضرائب، أو من خلال الاستفادة من خدمات مراكز الاستثمار مع مختصين قانونيين، وهناك من أجاب بأن المعارف التي تلقاها في الجامعة ساهمت بشكل كبير في تعزيز فهمهم للقوانين والتشريعات المرتبطة بإنشاء المقولة، حيث مكنتهم من الالمام بالإطار القانوني المنظم في المجال المقاولاتي، كما مكنتهم من التعرف على مختلف التدابير والتشريعات المشجعة على ريادة الأعمال مثل الامتيازات القانونية والدعم الموجه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتسهيلات المقدمة من مراكز الاستثمار، هذا التكوين القانوني ساهم في تأسيس مشاريع مقاولاتية بشكل قانوني ومنظم.

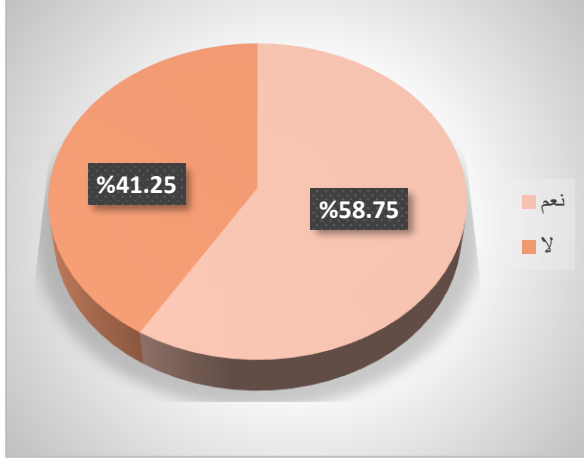
وعليه، نستنتج من خلال تحليل مدى اطلاع الطلبة على القوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء المقولة أن هناك جانب إيجابي يتمثل في تمكّن عدد من الطلبة خاصة ممن تلقوا تكوينا جامعا في المجالات الاقتصادية أو القانونية، من اكتساب معرفة أساسية تؤهلهم لفهم الإطار القانوني والمؤسساتي لإنشاء المقاولات، وهذا ما يعزز روح المبادرة والقدرة على الانخراط في المشاريع بشكل منظم. غير أن الجانب السلبي يظهر في محدودية هذا الاطلاع لدى بعض الطلبة، إما بسبب نقص في التكوين العلمي والتطبيقي، أو ضعف الربط بين المعارف النظرية وسوق العمل، مما قد يؤدي إلى غموض أو تردد في اتخاذ خطوة تأسيس المقولة وتجاهل بعض الإجراءات القانونية الأساسية.

الجدول رقم (12) يوضح ما إذا كانت التظاهرات العلمية التي تقدمها الجامعة تحت على إنشاء مشاريع

مقاولاتية

الشكل رقم (12): يوضح ما إذا كانت التظاهرات العلمية التي

تقدمها الجامعة تحت على إنشاء مشاريع مقاولاتية



الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	47	58,75%
لا	33	41,25%
المجموع	80	100%

يوضح الجدول رقم (12) أن نسبة الإجابات التي أشارت إلى وجود تظاهرات علمية تقدمها الجامعة للحث على إنشاء مشاريع مقاولاتية بلغت 58,75%، هذا ما يمثل فضاءا هاما لتبادل المعارف والخبرات، فعندما تتمحور هذه التظاهرات حول مواضيع ترتبط بسوق العمل وتحفيز الطلبة على تقديم حلول واقعية لمشكلات اقتصادية أو اجتماعية، فإنها تسهم في غرس روح المبادرة والمقاولاتية، ومن أمثلة على ذلك نجد أسبوع المقاولاتية الجامعي الذي تنظمه العديد من الجامعات بالتنسيق مع وزارات التعليم العالي أو الوكالات الوطنية لدعم تشغيل الشباب، والذي يتضمن ورشات، محاضرات، ومسابقات لأفكار المشاريع مع مشاركة المستثمرين وحاضنة الأعمال، بالإضافة إلى صالونات الابتكار مثل صالون المقاولاتية والابتكار والمنديات العلمية والتكنولوجية التي تركز على البحث العلمي، والتي تقدم ورشات تطبيقية تبرز كيفية تحويل الابتكار إلى منتجات تجارية، كمنتدى البحث في كلية العلوم والتكنولوجيا، كذلك الأيام الدكتورالية التي يتم فيها عرض مشاريع تتضمن أنشطة مخصصة لتوجيه الباحثين نحو تحويل نتائج أبحاثهم إلى مشاريع قابلة للتسويق خاصة في مجالات التكنولوجيا، وهذا ما يفتح أمامهم آفاقا للتحويل من مجرد متلقين للمعرفة إلى رواد أعمال قادرين على خلق الثروة وفرص العمل، في حين نجد نسبة 41,25% أجابوا بلا وهذا راجع إلى أن العديد من التظاهرات التي تقدمها الجامعة لا تحقق الآثار المرجوة في تحفيز إنشاء مشاريع مقاولاتية، وذلك لغياب التوجيه والمرافقة المستمرة، حيث تقتصر بعض التظاهرات على تقديم معلومات نظرية دون توفير دعم عملي مستمر، مما يجعل الطلبة يفتقرون إلى الإرشاد اللازم لتحويل أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتنفيذ بالإضافة إلى نقص في التنسيق بين الجامعات ومؤسسات الدعم والتمويل، مما يصعب على الطلبة

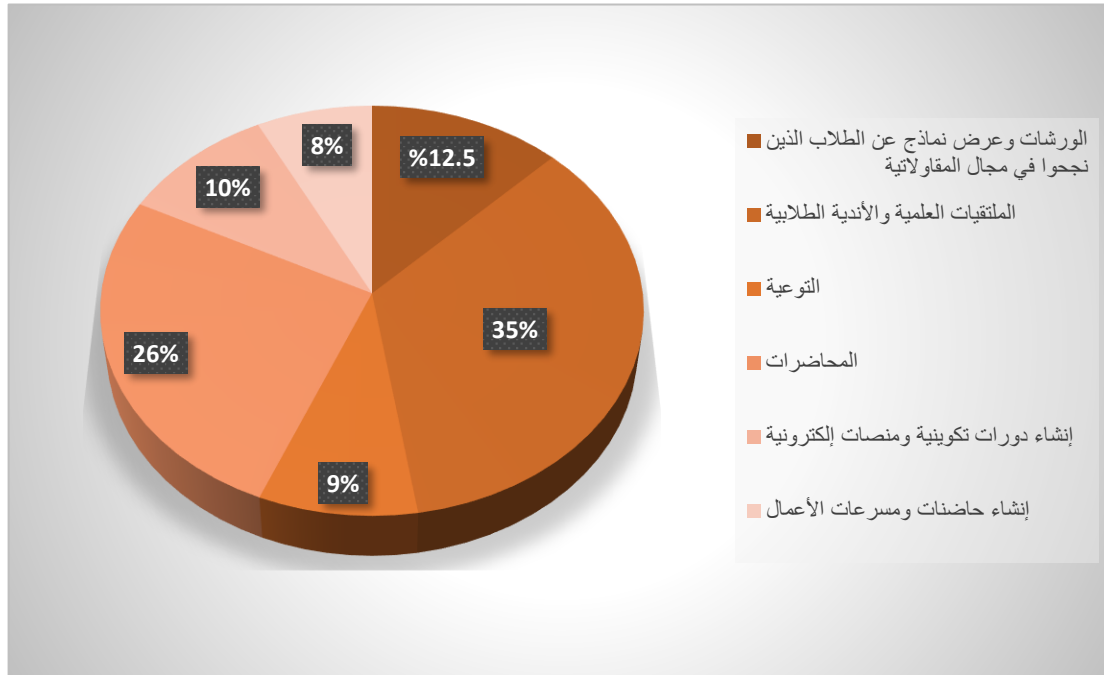
الوصول إلى الموارد اللازمة لإنشاء مشاريعهم، وعدم توافق البرامج مع احتياجات السوق قد لا يتماشى والتظاهرات العلمية التي تقام في الجامعة.

وفي الأخير نستنتج أن التظاهرات العلمية التي تنظمها الجامعة تعد مبادرات هادفة تعزز روح المبادرة والمقاولاتية لدى الطلبة وذلك من خلال تحفيزهم على الابتكار والتفكير الإبداعي، لكن في أغلب الحالات تبقى في حدود الجانب النظري والتحسيبي دون أن تترجم إلى مشاريع ملموسة على أرض الواقع، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل، أبرزها غياب المرافقة المتواصلة ونقص في التكوين العملي وضعف التنسيق مع محيط الأعمال وصعوبات الوصول إلى الدعم المالي والتنظيمي، وبالتالي يتضح أن الجامعة تحث على إنشاء المقولة من خلال المحاضرات والندوات التعليمية، لكنها تفشل في توفير الشروط الفعلية التي تجعل من هذا التشجيع مسارا حقيقيا نحو إنشاء مشاريع مقاولاتية ناجحة، فالفجوة بين التوعية والتنفيذ تجعل من تأثير هذه التظاهرات محدودا وغير كاف لتحقيق أهداف التنمية المقاولاتية، إذ تبقى مقيدة بإطار نظري دون تجسيد في الواقع العلمي مما يستدعي ذلك إلى إعادة النظر في منهجية تنظيمها وربطها بشكل مباشر بمنظومة دعم المشاريع الناشئة داخل الجامعة وخارجها.

الجدول رقم (13) يوضح الطرق التي تستخدمها الجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية

النسبة	التكرار	الإجابات
12,5%	10	الورشات وعرض نماذج عن الطلاب الذين نجحوا في مجال المقاولاتية
35%	28	الملتقيات العلمية والأندية الطلابية
8,75%	7	التوعية
26,25%	21	المحاضرات
10%	8	إنشاء دورات تكوينية ومنصات إلكترونية
7,5%	6	إنشاء حاضنات ومسرعات الأعمال
100%	80	المجموع

الشكل رقم (13) يوضح الطرق التي تستخدمها الجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية

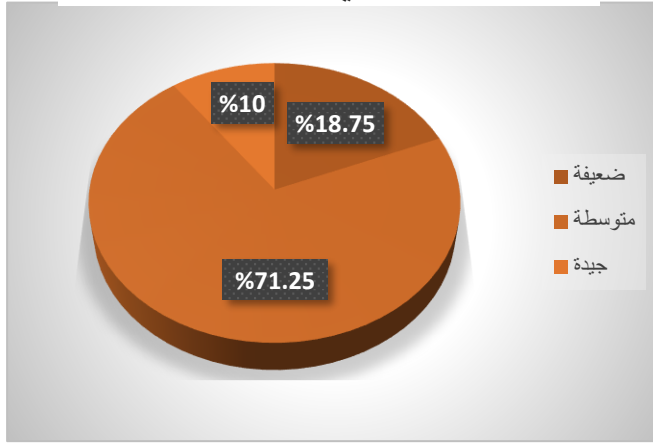


يتضح من خلال الجدول رقم (13) أن الجامعات تستخدم عدة طرق لنشر الثقافة المقاولاتية، وحسب إجابة الباحثين أكبر نسبة كانت حول الملتقيات العلمية والأندية الطلابية وقدرت بـ 35%، حيث تسعى الجامعة إلى خلق فضاءات فكرية تعرض فيها التجارب المقاولاتية الناجحة وتناقش مفاهيمها، وذلك عبر مختصين مقاولين وممثلين عن مؤسسات الدعم والتمويل، هذه اللقاءات تهدف إلى تحفيز الطلبة على التفكير المقاولاتي، وربط المعرفة النظرية بالواقع الاقتصادي، وفي المقابل تلعب الأندية الطلابية دورا تكميليا من خلال تنظيم ورشات عمل مسابقات أفكار المشاريع ودورات تكوينية، كما تركز على تطوير المهارات المقاولاتية كإعداد خطط الأعمال، التسويق، القيادة... إلخ، وتوفر هذه الأندية بيئة غير رسمية تتيح للطلبة تبادل الأفكار والتعاون في مشاريع مشتركة، تليها نسبة 26,25% الذين أجابوا بأن المحاضرات التي تقدمها الجامعة تساهم في تعريف الطلبة بمفاهيم المقاولاتية والتمويل والابتكار، وهذا ما يساعد على بناء قاعدة معرفية نظرية حول عالم المقاول، كما تنظم بعض الجامعات محاضرات للتعريف بالهيئات الداعمة كالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، أو الوكالة الوطنية للمقاولاتية، حيث يتم شرح آليات الدعم والتحويل، كذلك تنظيم محاضرات تحسسية تستدعي شخصيات من عالم الأعمال (مقاولون، مستثمرون، خبراء اقتصاديون) لإلقاء محاضرات تحفز الطلبة على التفكير في إنشاء مشاريع خاصة، هذه اللقاءات تهدف إلى إلهام الطلبة بنماذج ناجحة، في حين نجد نسبة 12,5% من الباحثين الذين أجابوا بأن الجامعة تقدم ورشات ونماذج عن الطلاب الذين نجحوا في مجال المقاولاتية، فالورشات تساهم في توجيه الطلبة وتعريفهم بمفاهيم أساسية وآليات إعداد خطط العمل، وطرق التمويل والدعم مما يمنحهم قاعدة معرفية حول مختلف أجهزة الدعم

(ANSEJ-ANGEM)، أما عرض نماذج الطلبة الناجحين فهو وسيلة فعالة لإلهام وتحفيز بقية الطلبة، إذ تظهر لهم إمكانية النجاح رغم التحديات وتقرب التجربة من واقعهم، ومع ذلك فإن الاختصار على نماذج محدودة دون تنوع أو عرض الجوانب الصعبة من المسار المقاوлатي قد يؤدي إلى تقديم صورة مثالية لا تعكس الواقع بكل أبعاده، تليها نسبة 10% من أفراد العينة الذين صرحوا بأن إنشاء دورات تكوينية ومنصات إلكترونية تساعد الطلبة في التعرف على المجال المقاولاتي، حيث تمثل كل منهما أداة مكملة للأخرى في تحقيق أهداف معينة، فالدورات التكوينية تنظم غالباً في إطار ورشات أو لقاءات حضورية تهدف إلى تعريف الطلبة بمفاهيم المقاولاتية، وتدريبهم على إعداد خطط الأعمال، وتنمية مهارات القيادة والتسيير. مما يساهم في تحفيز روح المبادرة وإدارة المخاطر، كما توفر فرص للتفاعل بين الطلبة والمكونين سواء كانوا خبراء أو مستثمرين، أما المنصات الإلكترونية تمثل في امتداد رقمياً لهذه الجهود، حيث تتيح للطلبة الوصول إلى محتويات تعليمية متنوعة في أي وقت مثل الدروس المصورة، المقاوالات، ودليل إنشاء المشاريع، كما تتيح عرض قصص نجاح ومسابقات ومصادر تمويل، ومع ذلك فإن هذه المنصات تعاني من ضعف التفاعل العملي، وعدم قدر على استغلالها بسبب الفجوة الرقمية، فضلاً عن غياب التأطير الفردي الذي يرافق الطالب خطوة بخطوة، تليها نسبة 8,75% من أفراد العينة الذين أجابوا بأن الآليات التوعوية تهدف إلى غرس روح المبادرة وتعزيز التفكير المقاولاتي، ومن أبرز هذه الآليات تنظيم ندوات ومحاضرات تستضيف فيها الجامعة خبراء ومقاولين ناجحين لتقاسم تجاربهم الواقعية، مما يساهم في رفع وعي الطلبة حول أهمية المقاولاتية كخيار مهني ووسيلة لتحقيق الذات. كما تعتمد الجامعة على إشراك الطلبة في أنشطة ومنافسات مقاولاتية تحفزهم على تحويل أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتنفيذ، وتنمي لديهم مهارات التفكير النقدي وحل المشكلات، وتعزز هذه الجهود بحملات توعية رقمية على منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية للجامعة، وذلك بهدف الوصول إلى أكبر عدد من الطلبة وتحفيزهم على التفاعل مع هذا التوجه خاصة من خلال زيارات ميدانية أو برامج تدريبية، وفي الأخير نجد نسبة 7,50% وهي نسبة قليلة جداً مقارنة بالنسب الأخرى، وكانت حول إنشاء حاضنات ومسرعات الأعمال كإحدى الوسائل الأساسية لنشر الثقافة المقاولاتية بين الطلبة، حيث تمثل هذه الفضاءات بيئة حقيقية تحتضن الأفكار والمشاريع الناشئة وتساعد في تحويلها إلى مؤسسات ناشئة، وتكمن أهمية هذه الحاضنات في توفير الخدمات متعددة مثل التوجيه والإرشاد من قبل الخبراء ومختصين بالإضافة إلى تطوير مهاراتهم في الإدارة الموارد والتسويق، كما تساهم في ربط الطلبة بشبكات واسعة من المستثمرين والشركاء الاقتصاديين، مما يعزز فرص النجاح والاستدامة للمشاريع المحتضنة.

الجدول رقم (14) يوضح مدى فعالية الطرق التي تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية

الشكل رقم (14): يوضح مدى فعالية الطرق التي تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية



الإجابات	التكرار	النسبة
ضعيفة	15	18,75%
متوسطة	57	71,25%
جيدة	8	10%
المجموع	80	100%

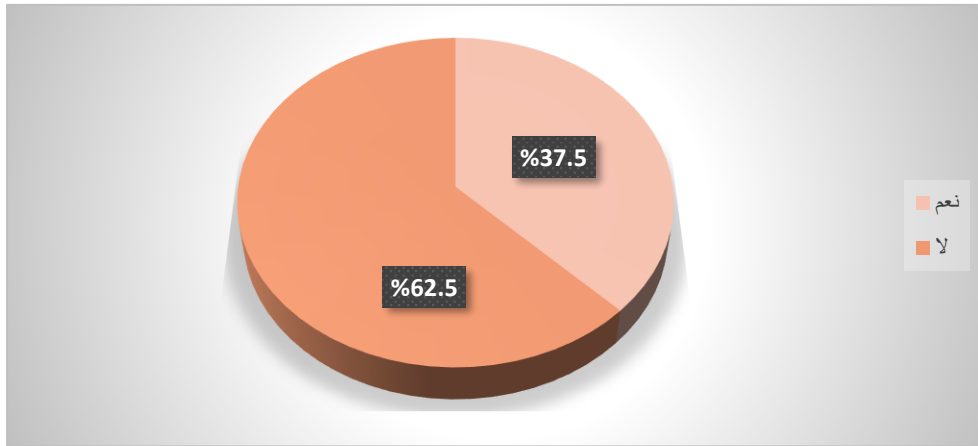
يوضح الجدول رقم (14) أن نسبة 71,25% من أفراد العينة أجابوا بأن الطرق التي تستخدمها الجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية غالبا ما تبقى في المستوى المتوسط، حيث تفتقر البرامج المعتمدة إلى التكامل والانسجام مع حاجيات سوق العمل ومتطلبات المقاولاتية داخل الجامعة، مما جعل التكوينات والورشات مقتصرة على نقل المفاهيم النظرية دون منح الطالب فرصة للتجريب العملي أو الاحتكاك بالمجال المقاولاتي، كما أن الحاضنات الجامعية رغم أهميتها لا تستوعب سوى نسبة محدودة من الطلبة وغالبا ما تحتاج إلى تمويل كاف أو إلى مواكبة متخصصة تضمن استمرارية المشاريع بعد تخرج أصحابها، ومن جهة أخرى لا توجد آليات واضحة لتحفيز الطلبة على الانخراط في الأنشطة المقاولاتية، سواء عبر حوافز مادية أو عبر إدماج مقررات بيداغوجية أكاديمية، كما يعاني الإطار البشري المكلف بالتأطير من نقص في الخبرات العملية وهذا ما يعكس جودة المحتوى المقدم، ويلاحظ أيضا ضعف في التعاون مع المحيط السوسيو اقتصادي حيث يعاني من محدودية الموارد وقلة التأطير العملي، تليها نسبة 18,75% صرحوا بضعف فعالية الطرق التي تعتمدها العديد من الجامعات في نشر الثقافة المقاولاتية، وهو ما يتجلى في قلة المبادرات الطلابية، وغياب المشاريع الناشئة ذات قيمة تنبثق من الفضاء الجامعي، وهذا راجع أساسا إلى اعتماد الجامعات على أساليب تلقينية تقليدية تركز على الجوانب النظرية لمفاهيم المقاولاتية، دون تمكين الطلبة من فرص عملية، كما أن غياب التنسيق والتكامل مع مؤسسات الاقتصاد المحلي مثل المقاولات الناشئة، حاضنة الأعمال والمستثمرين يسهم في عزل الجامعة عن محيطها الحيوي ويقلص فرص الطلبة في اكتساب المهارات الواقعية اللازمة لإنشاء مشاريعهم الخاصة، ومن جهة أخرى فإن نشر الثقافة المقاولاتية غالبا ما

ينظر إليه كمبادرة أو نشاط غير مدمج في المناهج الأكاديمية ويجعل الاستفادة منه مقتصرة على فئة محدودة من الطلبة، خاصة أولئك المنتمين إلى تخصصات الاقتصاد أو التسيير، بالإضافة إلى غياب رؤية إستراتيجية واضحة داخل بعض المؤسسات الجامعية لتبني ثقافة المقاولاتية، وذلك من خلال تنظيم مختلف التخصصات، في حين نجد نسبة 10% وهي نسبة قليلة مقارنة مع النسب الأخرى وتمثل أفراد العينة الذين أجابوا بأن الجامعة لها طرق جيدة وفعالة في نشر الثقافة المقاولاتية، وذلك من خلال تنظيم الجامعات لورشات عمل وندوات ومسابقات لمشاريع ناشئة تتيح للطلبة فرصة تطبيق أفكارهم وتحويلها إلى نماذج أولية واقعية، وهو ما يعزز من مهاراتهم العملية ويحفزهم على المبادرة، كما تلعب الحاضنات الجامعية دوراً في توفير الدعم التقني والإرشاد المهني للطلبة المقاولين وتحويل أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتنفيذ، رغم هذه الجهود هذه الطرق تختلف حسب مدى تفاعل الطلبة وجودة التكوين وتوافر التمويل والدعم بعد التخرج. وبناء على ما سبق نستنتج أن الطرق التي تعتمدها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية تعد خطوة إيجابية وفعالة نسبياً، خاصة من حيث توفير التكوين النظري وتنظيم أنشطة تطبيقية ودعم المبادرات المقاولاتية داخل الأوساط الجامعية، ومع ذلك فهي تحتاج إلى تعزيز أكبر من خلال توسيع فرص التدريب العملي، وتوفير آليات دعم مستدامة بعد التخرج، وبالتالي فإن فعالية هذه الطرق تبقى مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالواقع الاقتصادي وسوق العمل.

الجدول رقم (15) يوضح دور دار المقاولاتية وحاضنة الأعمال الجامعية في نشر الثقافة المقاولاتية

الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	تعزيز الملتقيات والندوات المحفزة على المقاولاتية	11
	دور فعال ومميز	5
	إنشاء فكرة المقاولاتية في البيئة الجامعية	14
لا	50	62,5%
المجموع	80	100%

الشكل رقم (15): يوضح دور دار المقاولاتية وحاضنة الأعمال الجامعية في نشر الثقافة المقاولاتية



يوضح الجدول رقم (15) أن أفراد العينة الذين أجابوا بلا حول دور دار المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية في نشاط الثقافة المقاولاتية بلغت نسبتها 37,50%، وهذا راجع إلى أن الواقع يكشف عن مجموعة من التحديات والسلبيات التي تعيق فعاليتها، فعلى الرغم من إنشاء هذه الهياكل داخل الجامعات بهدف مرافقة الطلبة وتوفير بيئة محفزة للابتكار، إلا أنها غالباً ما تعاني من ضعف في الموارد البشرية المؤهلة ونقص في الكفاءات القادرة على تأطير الطلبة بشكل فعال، هذا ما يؤدي إلى فشل أغلبها في التحول إلى مؤسسات حقيقية، من جهة أخرى تعاني بعض حاضنات الأعمال من البيروقراطية وضعف التنسيق مع الفاعلين الاقتصاديين، هذا ما يقلل من فرص التمويل وبالتالي فإن هذه الهياكل بالرغم من أهدافها الكثيرة والمميزة تظل في الكثير من الأحيان غير فعالة بشكل مطلوب، إذ لم يتم تطويرها وفق إستراتيجية أكثر مهنية وشمولية تربط الجامعة بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي بشكل فعلي، في حين نجد نسبة 37,5% من المبحوثين أجابوا بأن الإدارة المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية دور في نشر الثقافة المقاولاتية وذلك من خلال تعزيز الملتقيات والندوات المحفزة على المقاولاتية والتي تعد من أهم الأدوات التحفيزية للطلبة، فدار المقاولاتية تعمل كحلقة وصل بين الجامعة والمحيط الاقتصادي، حيث تسعى إلى توجيه الطلبة نحو التفكير المقاولاتي عبر التوعية والتكوين والمرافقة، ومن أبرز الوسائل التي تعتمد عليها في هذا السياق هي ندوات وورشات العمل التي تستضيف خبراء ومقاولين ناجحين، وهذا ما يتيح للطلبة فرصة الاستفادة من التجارب الميدانية ونماذج النجاح الواقعية، أم حاضنات الأعمال فتتمثل فضاءاً عملياً لتحويل الأفكار إلى مشاريع وتقوم بتوفير التأطير والدعم الثقافي والمالي اللازم خلال المراحل الأولى للمشروع، حيث تتيح هذه الحاضنات فرصة تواصل مباشر بين الطلبة والمستثمرين أو الفاعلين الاقتصاديين. وعليه، فإن دور دار المقاولاتية والحاضنات الجامعية في نشر الثقافة المقاولاتية من خلال الندوات والملتقيات يعد بالغ الأهمية حيث يوفر للطلبة فضاءات فكرية وتطبيقية تساعدهم على الانتقال من مرحلة الفكرة إلى مرحلة الإنجاز،

ومن جهة أخرى تلعب دار المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية دورا فعالا ومميزا في نشر الثقافة المقاولية داخل الوسط الجامعي، حيث تمثلان جسر يربط بين الفكرة والمشروع الحقيقي، كما تعمل دار المقاولاتية على تحفيز روح المبادرة لدى الطلبة من خلال تنظيم لقاءات، ورشات تكوينية، أيام تحسيسية، ومرافقة شخصية، في غرس مفاهيم المقاولاتية لديهم وتعزيز ثقتهم بقدراتهم على الابتكار وخلق المشاريع الخاصة، وتوفر فضاء للحوار بين الطلبة والمقاولين والخبراء في بناء رؤيا واقعية عن متطلبات السوق، كما تلعب حاضنة الأعمال الجامعية دورا محوريا في نشر الثقافة المقاولاتية داخل البيئة الجامعية حيث تمثلان حلقتين أساسيتين في خلق بيئة محفزة على الإبداع والابتكار، كما تعمل دار المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية كجسر بين الطالب وعالم المقاولات من خلال تنظيم دورات تكوينية، ورشات عمل، محاضرات توعوية وملتقيات تجمع الطلبة وأصحاب المشاريع. وعليه، فإن إنشاء فكرة المقاولاتية في البيئة الجامعية من خلال هاتين المؤسستين لا يقتصر على

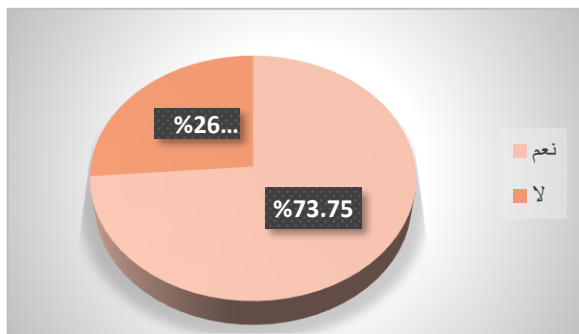
تقديم محتوى معرفي فقط، بل يشمل غرس ثقافة مهنية كخيار اقتصادي واجتماعي، وتشجيع الطلبة على الابتكار والإبداع بدلا من الاتكال على الوظيفة التقليدية، ومع ذلك فإن نجاح هذا الدور يظل مرهونا بمدى تفعيل هذه الهياكل وانخراط الطلبة فيها وتكاملها مع النظام البيداغوجي والمؤسسات الاقتصادية المحيطة بالجامعة.

انطلاقا مما سبق، يمكن استخلاص الإدارة المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية تلعب دورا أساسيا في ترسيخ الثقافة المقاولاتية داخل الجامعة، من خلال توفير التكوين والتوعية والدعم العملي للطلبة من أجل تحويل أفكارهم إلى مشاريع واقعية، غير أن تحقيق هذا الهدف يتطلب تفعيل أكبر لهذه الهياكل، وتعزيز التنسيق في المحيط الاقتصادي وضمان الانخراط الفعلي من الطلبة والمؤطرين، وهذا ما يجعل من الجامعة فضاء حقيقيا لخلق المقاولين ورواد الأعمال المستقبليين.

الجدول رقم (16): يوضح ما إذا كانت الجامعة تعمل على اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها

الشكل رقم (16): يوضح ما إذا كانت الجامعة تعمل

على اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها



الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	59	73,75%
لا	21	26,25%
المجموع	80	100%

يبين الجدول رقم (16) نسبة الإجابات التي أشارت إلى أن الجامعة تعمل على اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها قدرت بـ 73,75% وهذا راجع إلى أن الجامعات الحديثة تولي أهمية كبيرة لاكتشاف وتطوير المبدعين والمبتكرين انطلاقاً من إيمانها بأن الإبداع هو ركيزة أساسية في تنمية الاقتصاد المعرفي وتعزيز روح المبادرة، لهذا تعتمد معظم الجامعات على مجموعة من الآليات المتكاملة التي تهدف إلى تحفيز الطلبة المبتكرين والمبدعين وتنمية القدرات الفردية داخل البيئة الجامعية، حيث تبدأ هذه العملية من خلال إدماج أساليب تعليمية حديثة تشجع على التفكير النقدي لحل المشكلات، هذا ما يتيح الفرصة أمام الطلبة لإبراز مهاراتهم وتميزهم الفكري، كما تنظم الجامعات مسابقات علمية تكنولوجية وثقافية إلى جانب نوادي طلابية وورشات تطبيقية، بالإضافة إلى ذلك تلعب مراكز البحث ودار المقاولات دوراً مكملًا من خلال تتبع الطلبة الموهوبين ومرافقتهم في تطوير أفكارهم إلى مشاريع ملموسة، مما يساعد على كشف المبتكرين في مجالات متعددة، كما أن بعض الجامعات تعتمد آليات التقييم المستمر والتوجيه الفردي، حيث يتم التعرف على الطلبة ذوي القدرات الخاصة من خلال مشاركتهم ومداخلتهم أو مشاريعهم الأكاديمية، ورغم هذه الجهود يبقى تحدي اكتشاف الطاقات الإبداعية قائماً، نظراً لعدد الطلبة الكبير أو ضعف التنسيق أحياناً، مما يستوجب تطوير آليات أكثر دقة وشمولاً تضمن عدم ضياع هذه القدرات داخل المنظومة الجامعية، في حين نجد نسبة 26,25% وهي نسبة قليلة من أفراد العينة الذين أجابوا بأن الجامعة لا تعمل على اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها، وهذا راجع إلى انعدام الكفاءات أو الأفكار الجديدة داخل الحرم الجامعي، حيث يعتمد النظام التعليمي في الكثير من الجامعات على مناهج تقليدية تركز على الحفظ والاسترجاع بدلاً من تنمية القدرات العقلية كالإبداع والتحليل والتركيب، هذا النمط من التعليم لا يمنح للطلبة فضاءاً للتعبير عن أفكارهم أو اختيار قدراتهم في بيئة مرنة تسمح بالخطأ والتجريب، وهذا ما يعتبر عنصراً أساسياً في العملية الإبداعية، بالإضافة إلى أن الجامعات تعاني من غياب آليات مؤسساتية موجهة لاكتشاف الموهبة ورعايتها وغياب وجود فرق مختصة لاكتشاف الطلبة ذوي القدرات المتميزة، ولا يتم تخصيص ميزانيات كافية لدعم برامج الابتكار داخل الأقسام والمخابر، كما أن العلاقة بين الأساتذة والطلبة غالباً ما تكون محدودة بأطر أكاديمية صارمة لا تسمح بتقييم شامل للشخصية الإبداعية أو القدرة الابتكارية، ومن جهة أخرى يعاني الطالب المبدع نفسه من الإحباط بسبب ضعف التحفيز سواء من حيث التقدير المعنوي أو من حيث المكافآت الفعلية، كالمشاركة في مسابقات احتضان الأفكار أو حتى التشجيع على تطوير مشاريع ضمن الحرم الجامعي، هذا ما يجعل من الصعب على الطلبة تجسيد مشاريعهم أو تطوير مهاراتهم. وعليه، فإن غياب الدور الفعال للجامعة في اكتشاف المبدعين والمبتكرين لا يعكس نقصاً في الموارد البشرية الطلابية، بل هو نتيجة ضعف في الرؤية الاستراتيجية وقصور في ترجمة الإبداع إلى مشروع أكاديمي

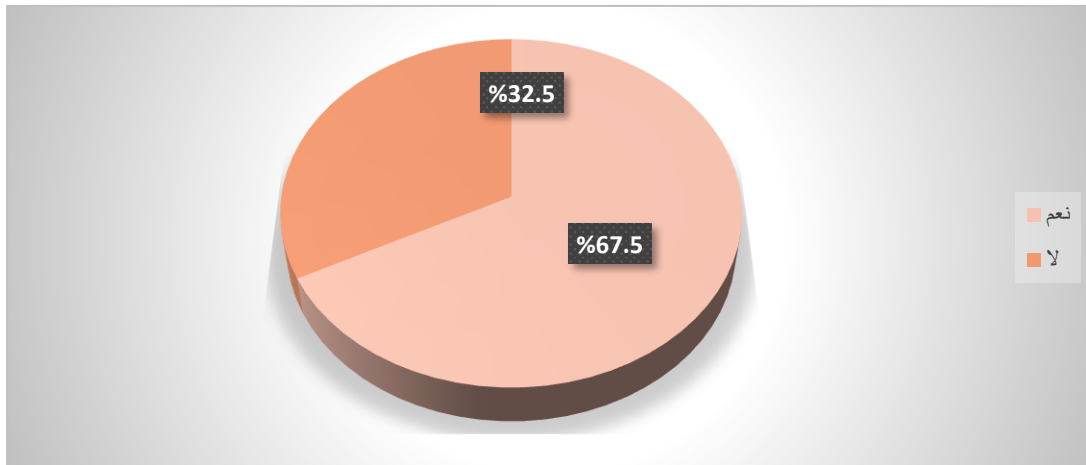
ومؤسساتي متكامل، ويظل التحدي الأساسي هو الانتقال من جامعة تعليمية تقليدية إلى جامعة ابتكارية تؤمن بأن المبدع ليس فقط منتجا علميا بل هو ركيزة للتعبير والتطوير داخل المجتمع ككل.

وعليه، نستنتج أن قصور الجامعة في اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها يعود إلى غياب إستراتيجية واضحة، واعتمادها على مناهج وأساليب تقليدية لا تحفز الإبداع ولا توفر بيئة مناسبة لاكتشاف المواهب، كما أن ضعف الآليات المؤسسية وقلة الحوافز وغياب التكامل مع المحيط الاقتصادي والاجتماعي، كلها عوامل تساهم في تهميش القدرات وإحباطها. ولذلك فإن تطوير دور الجامعة في هذا المجال يتطلب إصلاحا شاملا يركز على تعزيز ثقافة الابتكار، وتوفير الدعم المادي والمعنوي، وتبني آليات فعالة لرعاية المواهب منذ المراحل الأولى من التكوين.

جدول رقم (17): يوضح ما إذا قدمت الجامعة تكريم للطلبة المبتكرين

الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	دعم مادي للبدء في مشاريع ريادية	31
	تحفيز معنوي وشهادات تقديرية من طرف الإدارة	19
	منحة جامعية	4
لا	26	%32,5
المجموع	80	%100

الشكل رقم (17): يوضح ما إذا قدمت الجامعة تكريم للطلبة المبتكرين



يبين الجدول رقم (17) أن 67,5% من أفراد العينة أجابوا بنعم على أن الجامعة قامت بتقديم تكريمات للطلبة المبتكرين، بهدف تشجيع الإبداع والتميز بينهم، وتحفيزهم على تطوير أفكار وحلول جديدة تواكب متطلبات العصر الحالي وتساهم في خدمة المجتمع، ويعد هذا التكريم وسيلة فعالة لبناء بيئة جامعية محفزة على الابتكار والبحث العلمي، كما يعزز من قيمة الجامعة على جميع المستويات الاجتماعية

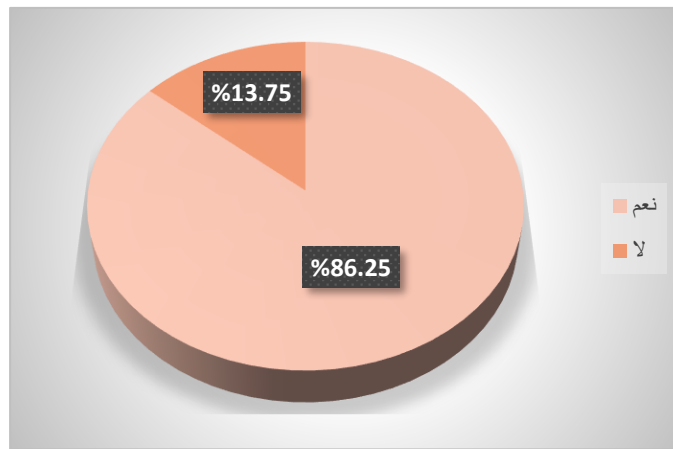
والاقتصادية والثقافية... إلخ، وذلك بإبراز إنجازات طلابها خاصة المقبلين على التخرج. بالإضافة إلى ذلك فإن تكريم الطلبة المبتكرين يبعث روح المخاطرة والمنافسة والحماس بين الطلبة ويشكل دافعا لهم للسعي نحو التميز، مما يسهم في إعداد طلبة قادرين على إنشاء مشاريع مقاولاتية تحد من سيادة ثقافة الاعتماد الكلي على الدولة والاسهام الفعال في التنمية الشاملة وبناء مستقبل واعد. حيث يتمثل نوع التكريم للطلبة المبتكرين خاصة في تقديم الجامعة دعما ماديا لطلابها للبدء في مشاريع مقاولاتية، والتي تعد النسبة الأكبر من الإجابة التي تتمركز حولها أفراد عينة دراستنا والتي تقدر بـ 78,75%، وذلك لكونها تسعى من خلال هذا الدعم إلى تمكين الطلبة من ترجمة أفكارهم الإبداعية إلى مشاريع فعلية قابلة للتنفيذ، مما يسهم في تعزيز ثقافة المبادرة الذاتية للطلبة الجامعيين والمشاركة الفعالة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما يعتبر الدعم المادي الذي توفره الجامعة في مجال المقاولاتية آلية تدخل مؤسساتية تهدف إلى إعادة تشكيل أدوار الفاعلين الاجتماعيين داخل الحقل الأكاديمي، فهذا الدعم لا يقتصر فقط على تمويل المشاريع بل يشكل أداة لإعادة إنتاج رأس المال الاجتماعي من خلال إمكانيات الاندماج المهني، والذي بدوره يحد من ظاهرة البطالة في المجتمع مما يعزز من فرص نجاحهم المهني في المستقبل. ثم تليها الإجابات التي تتجلى في كون الجامعات تقدم تحفيز معنوي وشهادات تقديرية من طرف إدارتها المقدره نسبتها بـ 23,75% والذي يعد شكلا من أشكال التكريم الرمزي الذي يعكس مدى اهتمام المؤسسة الجامعية بتشجيع الطلبة المبتكرين ودعمهم، فهو لا يقتصر فقط على الاعتراف بجهودهم وتميزهم بل يسهم في تعزيز ثقتهم بأنفسهم، والذي يشكل حافزا قويا لمواصلة الابتكار والتفوق كما يشعرون بتقدير المجتمع الجامعي لما يقدمون من أفكار ومشاريع مبتكرة، ومن جهة أخرى يعد هذا النوع من التكريم وسيلة فعالة لتحفيز باقي الطلبة على تبني روح المبادرة والابتكار مما يساهم في خلق بيئة جامعية محفزة ومفعلة بالإنجازات، وأيضا من صور هذا التكريم تقديم الجامعة منح للطلبة المبتكرين في بعض الأحيان والتي تمثل النسبة الأقل من إجابات عينة الدراسة والتي تتمثل في نسبة 32,5%، وهذا راجع إلى أن هذه المنحة غالبا ما تقدم للطلبة المبتكرين بصفة قليلة ومحدودة بسبب الموارد المالية المحدودة واعتماد الجامعات على معايير تنافسية صارمة لاختيار الطلبة المستحقين، حيث تمنح هذه المنح عادة للطلبة الذين يثبتون تميزا استثنائيا في مجالات الابتكار أو البحث العلمي رغم أن هذه المبادرات من طرف الجامعة تشجع على الإبداع والتطوير في مجال المشاريع المقاولاتية أو البحوث العلمية، إلا أن قلة عدد المنح قد تحد من فرص العديد من الطلبة المبدعين والمبتكرين في الحصول على الدعم اللازم لمواصلة مشاريعهم وأفكارهم المبتكرة. أما بالنسبة للمبجوثين الذين أجابوا بأن الجامعة لا تقدم تكريما للطلبة المبتكرين فهم يمثلون نسبة 32,5% من إجمالي أفراد العينة، وهي نسبة قليلة مقارنة بالمبجوثين الذين أجابوا بأن الجامعة تقدم تكريم لطلبتها المبتكرين وأن له أنواع، وهذا في وجهة نظرهم يرجع إلى أن

الجامعة تركز غالبا على التفوق الأكاديمي التقليدي المرتبط بالدرجات، ومثال ذلك تكريم أوائل الدفعات في أغلب التخصصات كل سنة، بينما تهمل الابتكارات والأفكار الجديدة مما يشعر بعض الطلبة أن غياب الحوافز والتكريمات يقلل من حماسهم للمبادرة والابتكار ويشعرهم بعدم الانتماء الكامل للفضاء الجامعي، مما قد يفضي إلى عزوفهم عن المشاركة الفعالة في الحياة الجامعية.

جدول رقم (18): يبين ما إذا تم تقديم التشجيع من طرف الأساتذة للطلبة على تقديم مشاريع ابتكارية

الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	القيام بمحاضرات وسرد قصص واقعية ناجحة في هذا المجال	43 53,75%
	تنشيط لقاءات خاصة للبحث على الإبداع والابتكار	20 25%
	تشجيع فكرة العمل الخاص وإبراز أهميته	6 7,5%
لا	11	13,75%
المجموع	80	100%

الشكل رقم (18): يبين ما إذا تم تقديم التشجيع من طرف الأساتذة للطلبة على تقديم مشاريع ابتكارية



يتضح من الجدول رقم (18) أن نسبة 86,25% من المبحوثين تصرح بأن الأساتذة يقدمون تشجيع لهم للقيام بمشاريع ابتكارية، هذه العملية لها دورا محوريا في تعزيز رأس المال المعرفي داخل الفضاء الجامعي، حيث يعد هذا التشجيع آلية فعالة لتقديم مشاريع ابتكارية من طرف الطلبة وتحفيز الحراك الاجتماعي القائم على الكفاءة وتعزيز الإبداع والابتكار في الوسط الجامعي فعندما يحفز الأساتذة طلابهم على التفكير الابتكاري لإنشاء مشاريع مقاولاتية وتطبيق المعارف النظرية في مشاريع واقعية، فإنه يساهم في بناء جيل قادر على إيجاد حلول للمشكلات المعاصرة ويمتلك تفكير نقدي، كما أن هذا التشجيع يعزز ثقة الطالب بنفسه ويدفعه للمشاركة في المسابقات والفعاليات العلمية مما يفتح أمامه آفاقا مهنية وعملية واسعة،

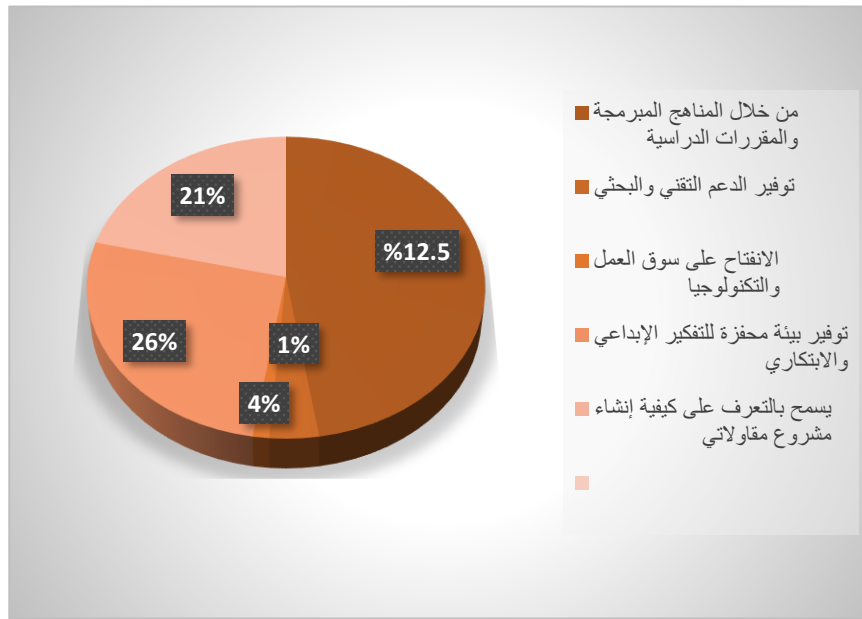
وحسب ما أقر به المبحوثين الذين كانت إجاباتهم موزعة على مجموعة من الآراء إلا أن أغليتهم أكدوا بأن الأساتذة يقومون بمحاضرات وسرد قصص واقعية ناجحة في مجال المشاريع الناشئة المبتكرة على اعتبار أن هذه الوسيلة فعالة في تحفيز الطلبة الجامعيين من خلال ربط النظريات العلمية بتجارب عملية ملموسة، فالقصص الواقعية تخلق جسرا بين المعرفة النظرية والتطبيق الواقعي العملي مما يساعد الطلبة على فهم التحديات الحقيقية التي قد تواجههم في مجال المشاريع المقاولاتية ويعزز من قدرتهم على اتخاذ قرارات المبنية على تجارب ناجحة، فعلى سبيل المثال عندما يروي الأستاذ قصة شاب جزائري بدأ مشروعا صغيرا وتمكن من تطويره رغم الفشل والرفض الذي تعرض له عدة مرات، فإن ذلك يغرس في نفوس الطلبة فكرة أن النجاح ممكن رغم التحديات التي يتعرضون لها ويظهر قيمة الإصرار والتعلم من الخطأ، مما يعزز الثقة بالنفس وروح المبادرة لدى الطلبة الجامعيين، ثم تليها الإجابة المتمركزة حول القيام بتنشيط لقاءات خاصة للبحث على الإبداع والابتكار فهذه اللقاءات تخلق جوا من الثقة والتواصل الإيجابي بحيث يشعر الطالب بقيمته مما يدفعه للتفكير بحرية وطرح أفكار جديدة، ومن جهة أخرى تساعد هذه اللقاءات الأستاذ على فهم احتياجات الطلبة وظروفهم الاجتماعية والثقافية مما يمكنه من توجيههم بشكل أفضل، في هذا الإطار يتحول الأستاذ من شخص يقدم الدروس فقط إلى مرشد يساعد الطلبة على تطوير قدراتهم وتحفيزهم على البحث والمبادرة، وهو ما يعد من المرتكزات الأساسية لتكوين جيل مبتكر وقادر على الاستجابة لتحديات مجتمع المعرفة، ثم تليها تشجيع فكرة العمل الخاص وإبراز أهميته بنسبة 7,5% والذي يشكل مسارا أساسيا في إعادة بناء العلاقة بين المعرفة الأكاديمية وسوق العمل ويساعدهم على التفكير في مستقبلهم بطريقة جديدة بعيدة عن انتظار الوظائف التقليدية، هذا يعني أن الطالب الجامعي لا يبقى مجرد متلقي للمعرفة بل يصبح فاعل في المجتمع يخلق فرصة بنفسه ويساهم في التنمية، فالعمل الخاص يعزز من روح المبادرة والاستقلالية ويقوي علاقة الطالب بالواقع الاقتصادي والاجتماعي الذي يعيش فيه بهذا الشكل يكون الأستاذ موجها ليس فقط في الدراسة بل طلب ليكون قادرين على التفاعل مع تحولات الاقتصاد المعرفي وتغيرات سوق العمل، أما باقي أفراد العينة صرحوا بأنه لا يوجد تشجيع من طرف الأساتذة للطلبة على تقديم مشاريع ابتكارية والذين يمثلون نسبة قليلة قدرت بـ 13,75% من إجمالي عينة الدراسة، وذلك قد يعود إلى أسباب من أبرزها ضغط البرامج الدراسية وكثافة المناهج مما يحد من الوقت المتاح للأساتذة لدعم الأنشطة الإبداعية خارج الإطار الأكاديمي التقليدي إضافة إلى ذلك عدم حضور الطلبة المحاضرات واللقاءات اعتقادا منهم بأن الحضور لا يضيف لهم جديدا ولن يؤثر على مستقبلهم المهني، ويمكن تفسير أيضا غياب التشجيع على الابتكار في الفضاء الجامعي أن هذه الأخيرة تركز ثقافة التلقين بدل التحفيز على الابتكار والإبداع

ما يجعل العلاقة بين الطالب والأستاذ علاقة سلطوية أكثر منها ، مما يفرز نوعا من اللامبالاة لدى الطلبة اتجاه المشاريع الابتكارية.

جدول رقم (19): يوضح دور التعليم الجامعي في تنمية الابتكار لدى الطالب

الحالات	التكرار	النسبة
من خلال المناهج المبرمجة والمقررات الدراسية	38	47,5%
توفير الدعم التقني والبحثي	3	3,75%
الانفتاح على سوق العمل والتكنولوجيا	1	1,25%
توفير بيئة محفزة للتفكير الإبداعي والابتكاري	21	26,25%
يسمح بالتعرف على كيفية إنشاء مشروع مقاولاتي	17	21,25%
المجموع	80	100%

شكل رقم (19): يوضح دور التعليم الجامعي في تنمية الابتكار لدى الطالب



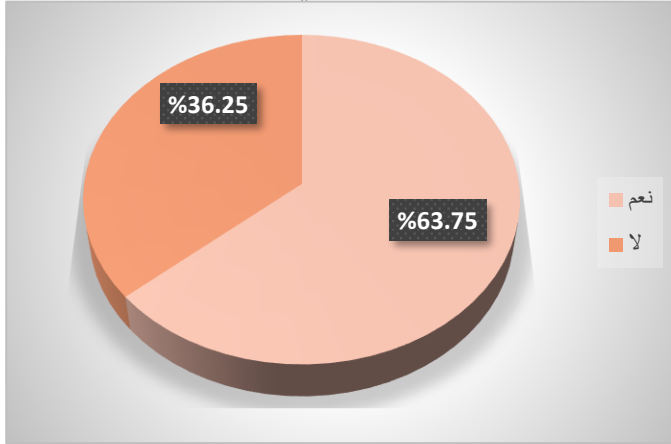
نلاحظ من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول رقم (19) أن نسبة 47,5% من أفراد العينة أجابوا بأن دور التعليم الجامعي في تنمية الابتكار لدى الطالب يتمثل أساسا في المناهج المبرمجة والمقررات الدراسية التي بدورها تركز على تنمية المهارات الفكرية والعلمية، فعندما تتضمن المقررات أنشطة تطبيقية ومشاريع بحثية وأساليب تدريس تفاعلية فإنها تحفز التفكير النقدي والإبداعي لدى الطالب وتساعد على الربط بين المعرفة النظرية والتطبيق العلمي، مما يخلق بيئة محفزة لتوليد الأفكار الجديدة كما أن إدراج المقاولاتية ضمن المناهج يساعد في إعداد الطلاب ليكونوا مبتكرين وقادرين على حل المشكلات بطرق علمية حديثة وبالتالي المساهمة في بناء مجتمع معرفي متطور وهذا ما يتناقض مع نتائج دراسة الباحثة

قايدي أمينة المعنونة بتطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، هو أن الطلبة الذين يتلقون مقاييس حول كيفية إنشاء وتسيير المؤسسات لا يشعرون أنهم متمكنين أكثر من إنشاء مشاريع ابتكارية.

بينما نسبة 26,25% من المبحوثين يعتقدون أن دور التعليم الجامعي يتمثل في توفير بيئة محفزة للتفكير الإبداعي والابتكاري، وهذا من خلال خلق فضاء تفاعلي يعزز من تطوير الفكر النقدي والاستقلالية المعرفية لدى الطالب، فهو لا يقتصر فقط على نقل المعرفة الأكاديمية بل يتعدى ذلك إلى تعزيز التفاعل الاجتماعي مما يساهم في تنمية مهارات التفكير التحليلي والقدرة على حل المشكلات المعقدة من خلال التنوع الثقافي والفكري الذي يعكسه الفضاء الجامعي، الذي يوسع آفاقهم ويحفزهم على التفكير بطريقة أكثر شمولية، من خلال توفير بيئات تعليمية تشجع على البحث العلمي والتفكير المقاولاتي وتطوير الشخصية والاندماج في المجتمع بشكل فعال، ثم تليها نسبة 21,25% من المبحوثين الذين كانت إجاباتهم متمركزة حول أن التعليم الجامعي يسمح بالتعرف على كيفية إنشاء مشروع مقاولاتي وذلك من خلال المقاييس التي يتم تدريسها كمقاييس المقاولاتية في طور الماستر لجميع التخصصات وكذا إبرازها كتخصص منفصل بذاته في ميدان علوم التسيير، وبالتالي يتمكن الطالب من خلاله تعلم كيفية وضع خطة عمل فعالة، تحليل السوق، وكذلك الهيئات المرافقة للمشاريع المقاولاتية كحاضنات الأعمال ودار المقاولاتية والتي بدورها توفر ورش عمل ودورات تدريبية تعزز من مهارات التفكير الإستراتيجي وحل المشكلات، ومن ثم يصبح الطالب مؤهلاً لتطوير مشروعه الخاص بدءاً من الفكرة ووصولاً إلى التنفيذ الفعلي، ثم تليها الإجابة المتمثلة في توفير الدعم التقني والبحثي بنسبة 3,75%، أي أن التعليم الجامعي له دور في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي من خلال توفير الدعم التقني والبحث حيث توفر الجامعة بيئة تعليمية متقدمة تتيح للطلاب في المجال التكنولوجي والمعارف العلمية بنسبة منخفضة جداً وهذا قد يرجع إلى قلة الدعم المالي والتمويل الكافي مما يؤدي إلى محدودية الموارد المتاحة لدعم الأنشطة البحثية والتقنية الذي يؤدي إلى ضعف التركيز على دعم المشاريع التقنية والبحثية، وأخيراً تأتي نسبة 1,25% من إجابات المبحوثين وهي نسبة ضعيفة جداً تؤكد أن دور التعليم الجامعي في تنمية الابتكار لدى الطالب يتمثل في الانفتاح على سوق العمل والتكنولوجيا وهذا من خلال تزويده بالمعرفة والمهارات اللازمة التي تمكنه من التفاعل بفعالية مع سوق العمل والتكنولوجيا الحديثة، وهذا الأخير لا يكون تأثيره كبيراً دائماً، ففي كثير من الأحيان يقتصر التعليم الجامعي على تقديم المعرفة النظرية دون التركيز على دمج التكنولوجيا الحديثة، الأمر الذي يعيق الطلاب الجامعيين على تحويل الأفكار النظرية إلى مشاريع عملية تواكب التطورات الحديثة.

جدول رقم (20): يوضح مدى تنظيم الجامعة مسابقة لذوي الأفكار الابتكارية من طلابها

الجدول رقم (20): يوضح مدى تنظيم الجامعة مسابقة
لذوي الأفكار الابتكارية من طلابها



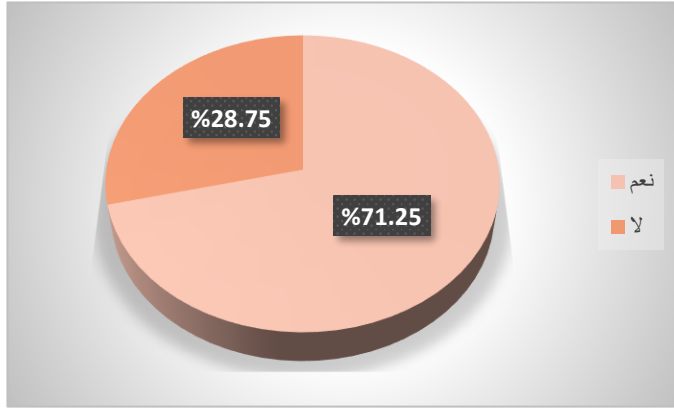
الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	51	63,75%
لا	29	36,25%
المجموع	80	100%

تشير معطيات الجدول رقم (20) أن نسبة 63,75% التي تمثل أغلبية أفراد عينة الدراسة إلى أن الجامعة تنظم مسابقة لذوي الأفكار الابتكارية من طلابها، على اعتبارها خطوة بالغة الأهمية حيث يسهم في تحفيز روح الإبداع والابتكار لدى الطلبة الجامعيين وتشجيعهم على تحويل أفكارهم إلى مشاريع واقعية تخدم المجتمع وتواكب متطلبات سوق العمل، فمثل هذه المبادرات تعكس تحول دور الجامعة من مجرد ناقل للمعرفة إلى فاعل اجتماعي يسهم في تشكيل هوية الطالب كمواطن مبتكر وفاعل في النسيج المجتمعي والاقتصادي، فضلا على أنها تعزز ثقة الطالب الجامعي بنفسه وتفتح أمامه آفاقا جديدة للتطور التعليمي والمهني. ومن خلال دعم هذه المبادرات تسهم الجامعة في إعداد جيل من المبدعين والمبتكرين وتتيح مسارات جديدة للتنمية الاجتماعية عبر الابتكار، ومثال ذلك إقامة برامج ومسابقات دولية تهدف إلى دعم الشباب المبدعين علميا حيث يعاد تشكيل صورة الطالب العربي بوصفه فاعلا ومنتجا للمعرفة وليس مجرد مستقبلا لها، في حين أن نسبة 36,25% من أفراد العينة يقرون بأن الجامعة لا تقوم بتنظيم مسابقات لذوي الأفكار الابتكارية من طلابها ربما بسبب نقص الموارد المالية أو البشرية اللازمة لتخطيط وتنفيذ هذه الفعاليات، كذلك قد تقتصر إلى ثقافة الابتكار أو إلى إدراك أهمية هذه الأنشطة في تنمية مهارات الطلبة بالإضافة إلى هيمنة البنية التنظيمية التقليدية التي تركز على التحصيل الدراسي المعياري وتهمل الأبعاد الإبداعية في التكوين الجامعي، وغياب هذه المبادرات قد يعكس ضعف التفاعل بين الجامعة والمجتمع. أما أن الثقافة البيروقراطية التي تسود في بعض المؤسسات الجامعية قد تعيق المرونة اللازمة لتنظيم هذه الفعاليات، مما يحد من تطور رأس المال الثقافي والإبداعي لدى الطلبة الجامعيين.

جدول رقم (21): يبين قدرة الطالب الجامعي على إنشاء مشروع مقاولاتي

الشكل رقم (21): يبين قدرة الطالب الجامعي على إنشاء

مشروع مقاولاتي



الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	57	71,25%
لا	23	28,75%
المجموع	80	100%

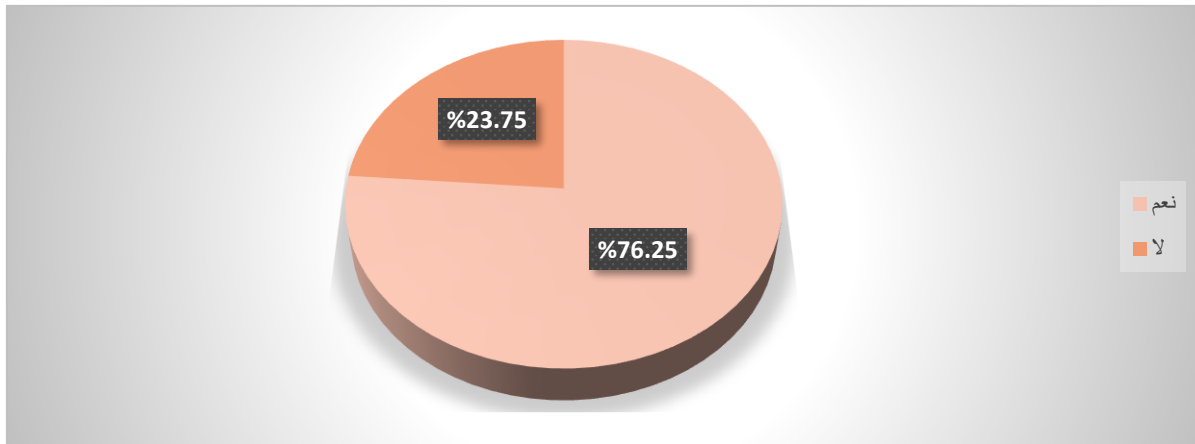
من خلال الجدول رقم (21) تبين أن أغلب المبحوثين وبنسبة 71,25% أكدوا أنهم لديهم القدرة على إنشاء مشروع مقاولاتي، إكتسابهم لمعارف أكاديمية مرتبطة بالمقاولاتية خلال مسارهم الدراسي، مما زاد وعيهم بمفاهيم التخطيط والتسيير كما أن انتشار الثقافة المقاولاتية في الإعلام والمؤسسات الجامعية أدت إلى بروز نموذج جديد يشجع الاستقلالية والإبداع خلال العمل الحر، وتوفر مصادر متعددة للمعلومات والدعم مثل الحاضنات الأعمال ودار المقاولاتية، وهذا ما يعزز من ثقة الطلبة الجامعيين في أنفسهم ويجعلهم يشعرون بأنهم مؤهلون لخوض تجربة مقاولاتية وتحقيق النجاح فيها، وبالتالي أصبح ينظر للمشروع المقاولاتي كوسيلة للاندماج الاجتماعي وتحقيق الطموحات الشخصية وتحقيق الاستقلالية المالية، وقد أدرك العديد من الطلبة هذه الأهمية ومن ثم تحفيزهم على التفكير المقاولاتي كفرصة حقيقية لتجسيد طموحاتهم وتحقيق تأثير إيجابي في محيطهم الاجتماعي، بينما نجد نسبة 28,75% من المبحوثين لا يعتقدون أنهم قادرين على إنشاء مشروع مقاولاتي، بحيث يفتقر معظمهم إلى التكوين العملي الضروري لفهم كيفية إعداد مشروع مقاولاتي وغياب الرأسمال الكافي الذي يمثل أحد أهم المعوقات التي تشعر الطالب بأنه غير قادر على إنشاء مشروعه الخاص إذ يصعب عليهم توفير الموارد المالية والحصول على دعم تمويلي من المؤسسات المرافقة، ويضاف إلى ذلك الخوف من الفشل وهو الشعور الشائع لدى أغلبية الطلبة إلى الذين يفتقرون إلى بيئة تحفز على تقبل الفشل، كما أن الضغط الدراسي وضيق الوقت هو ما يجعل من الصعب التوفيق بين الدراسة وبناء مشروع خاص. هذا ما يدفع العديد من الطلبة إلى الاكتفاء بوضعهم الراهن بدل المجازفة والمخاطرة من أجل النجاح والتميز، مما يعزز شعورهم بعدم القدرة على إنشاء أي مشاريع.

وعليه، نجد أن النسبة الأكبر تعكس قدرة الطلبة الجامعيين على إنشاء مشروع مقاولاتي وإدراكهم لأهميته مما يعزز في الثقة بالنفس والاستقلالية وروح المبادرة والمخاطرة ويدعم ثقافة الاعتماد على الذات والمشاركة الفعالة في التنمية.

جدول رقم(22): يوضح ما إذا كان هناك هيئات استشارية بالجامعة تحتضن الطلبة الراغبين بإنشاء مشاريع مقاولاتية

الإجابات	التكرار			النسبة
نعم	إجراء مسابقة لأهم الابتكارات			22
	خلق جو ومحيط مناسب يساعد الطالب على الابتكار			13
	الإشراف على الطلبة المبتكرين			26
لا	19			23,75%
المجموع	80			100%

الشكل رقم(22): يوضح ما إذا كان هناك هيئات استشارية بالجامعة تحتضن الطلبة الراغبين بإنشاء مشاريع مقاولاتية

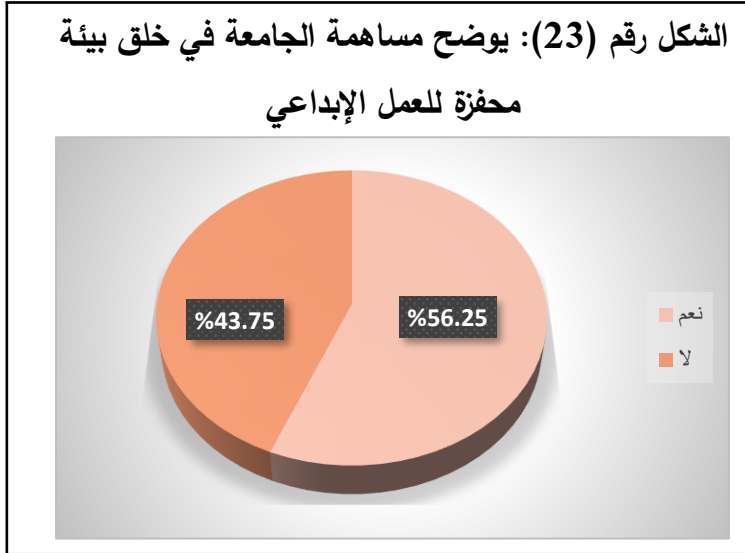


يتضح من البيانات المدونة في الجدول رقم (22) أن هناك نسبة كبيرة من المبحوثين المقدرة بـ 76,25% ترى وجود هيئات استشارية بالجامعة تحتضن الطلبة الراغبين بإنشاء مشاريع مقاولاتية لدعمهم وتزويدهم بالخبرات لما لها من دور في تحفيز روح المبادرة والابتكار فهي توفر فضاء حاضنا للأفكار وترافقهم في مسارهم المقاولاتي من مرحلة الفكرة حتى مرحلة إطلاق المشروع، وهو ما يجعل الجامعة بيئة شاملة لتنمية المقاولاتية عبر جميع الأطوار التعليمية، حيث كانت الإجابات عن مهام هذه الهيئات متمركزة حول الإشراف على الطلبة المبتكرين بنسبة كبيرة 32,5% لأن دورهم الرئيسي هو الإشراف على هؤلاء

الطلبة وتطوير قدراتهم وتحقيق مشاريعهم بناء على أسس علمية ومنهجية صحيحة، فهذه الهيئات بما تملكه من خبرات ومعرفة متخصصة تساهم في توجيه الطلبة نحو اختيار حلول إبداعية قابلة للتنفيذ وتساعد على تجاوز التحديات التقنية والإدارية التي قد تواجههم خلال عملية الابتكار، كما تتيح لهم الوصول إلى شبكات من الدعم والتمويل وفرص التعاون مع مؤسسات مرافقه ودعم المشاريع المقاولاتية الأخرى، متواجدة على مستوى كل الجامعات كحاضنات الأعمال ودار المقاولاتية فيعملان كوسيط اجتماعي يدمج المبتكر في شبكة من العلاقات المهنية والاقتصادية، ومن هذا المنظور يمكن اعتبار الإشراف على الطلبة المبتكرين كممارسة اجتماعية تعيد تشكيل هوية الطالب الجامعي من متعلم إلى فاعل مهم في المجتمع، وبالتالي تنمي لديه الوعي بالثقافة المقاولاتية كقيمة مجتمعية وهذا ما يتم القيام به في حاضنة الأعمال حيث تحتضن الفكرة من بدايتها إلى غايه تحويلها إلى مشروع ناجح عبر عملية الإشراف التي تقوم بها، ثم تليها مهمة إجراء مسابقة لأهم الابتكارات والمقدرة بنسبة 27,5% حيث يتم إجراؤها عبر تنظيم فعالية تهدف إلى اكتشاف وتشجيع الأفكار المبتكرة لدى الطلبة والباحثين وتساهم في تعزيز روح الإبداع والابتكار داخل الجامعة مما يساعد على اكتشاف المواهب كونها تربط بين الجامعة ومحيطها الاقتصادي، كما تفتح آفاق أمام المشاركين للحصول على الدعم التقني، وتعتبر وسيلة لتعزيز التعاون بين مختلف التخصصات حيث يمكن أن تشكل فرق عمل متعددة الاختصاصات، مما يزيد من فرص نجاح المشاريع المقاولاتية وتمكين الطلبة من بناء علاقات مع مستثمرين الأمر الذي يعزز فرص خلق مؤسسات ناشئة تدعم التنمية، وأخيرا تليها مهمة خلق جو ومحيط مناسب يساعد الطالب على الابتكار بنسبة 16,25% من خلال توفير بيئة محفزة ومتكاملة تجمع بين التوجيه والدعم العملي حيث تنتقل الجامعة من كونها مؤسسة تعليمية تقليدية إلى فضاء اجتماعي للإبداع والمبادرة، فهذه الهيئات لا تكتفي بنقل المعارف، بل تعيد إنتاجها في سياق تفاعلي يجمع بين الطلبة وهذه الهيئات مما يساهم في خلق محيط مناسب للابتكار ومشجع عليه، حيث يشارك فيها الطالب بشكل فعال ويتفاعل مع الأساتذة والخبراء وزملائهم الذين لديهم نفس الطموح، فمن خلال التجربة والنقاش والتعاون يزيد من ثقتهم ويحفزهم على الإبداع وحرية التعبير وتبادل الأفكار وهو ما يساعد على تنمية التفكير النقدي والقدرة على حل المشكلات. هذا الجو يجعل الطالب يشعر بالانتماء والدعم ويساعد على تنمية الابتكار، أما بالنسبة للمبجوثين الذين أجابوا بأنه لا توجد هيئات استشارية بالجامعة تحتضن الطلاب الراغبين بإنشاء مشاريع مقاولاتية لدعمهم وتزويدهم بالخبرات يمثلون نسبة 32,5% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بباقي أفراد عينة دراستنا وهذا راجع إلى ضعف الوعي بوجود مثل الهيئات المرافقة للمشاريع الرياضية وعدم فعالية التواصل بينها وبين الطلبة، فغالبا ما تظل هذه الهيئات كحاضنات الأعمال وغيرها مجهولة أو بعيدة عن الشباب الجامعي أو لعدم فاعليتها في الواقع العملي، فهي لا تلي تطلعات الطلبة من

حيث التوجيه والمراقبة الفعلية وهناك طلبة يواجهون صعوبات في الوصول إلى هذه الهيئات بسبب غياب التواصل الفعال أو نقص المعلوماتية، مما يجعلهم يشعرون بعدم وجود دعم حقيقي لتحويل أفكارهم إلى مشاريع ناشئة قابلة للتنفيذ.

جدول رقم (23): يوضح مساهمة الجامعة في خلق بيئة محفزة للعمل الإبداعي



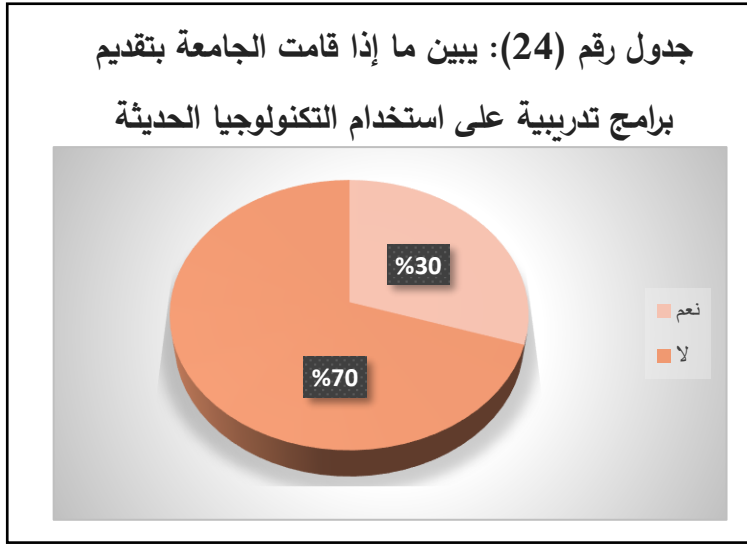
الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	45	56,25%
لا	35	43,75%
المجموع	80	100%

يبين الجدول رقم (23): أن 56,25% من أفراد العينة أجابوا بنعم على أن الجامعة تعمل على خلق بيئة محفزة للعمل الإبداعي من خلال تعزيز الرأسمال الثقافي والاجتماعي لدى الطلبة إذ تعد المؤسسة الجامعية فضاء اجتماعيا تنتج فيه المعرفة وتهئ المجال لتشكيل هويات إبداعية من خلال التشجيع على التفكير النقدي والمشاركة في أنشطة جماعية تنمي روح التعاون، فعلى سبيل المثال تتيح النوادي الطلابية والمراكز البحثية فرص للتفاعل بين الطلبة من خلفيات اجتماعية وثقافية مختلفة مما يخلق ما يسمى "بشبكات الدعم الإبداعي" التي تعزز تبادل المعرفة وبناء مناخ يشجع على الابتكار يخالف الأنماط التقليدية في التفكير، بالإضافة إلى ذلك فإن تنظيم مسابقات وملتقيات علمية حول المقاولاتية والمشاريع الناشئة يساهم في خلق بيئة مشجعة للعمل الإبداعي ويعزز روح المبادرة والمخاطرة وتحفيز الطلبة على تقديم أفكار ابتكارية جديدة، في حين أن نسبة 43,75% يقرون بأن الجامعة لا تعمل على خلق بيئة محفزة على العمل الإبداعي وذلك لأن نظام التدريس السائد يعتمد بشكل كبير على الحفظ والتلقين بدلا من تنمية التفكير النقدي والابتكاري.

كما أن الفرص العملية والمشاريع التطبيقية التي تحفز على الإبداع تكون قليلة وغالبا ما تقتصر المبادرات الطلابية للدعم المادي والمعنوي من الإدارة الجامعية، إضافة إلى ضعف الربط بين المناهج الأكاديمية واحتياجات سوق العمل ما يقلل من قدرة الطالب الجامعي على تطوير حلول ابتكارية للتحديات

التي يواجهونها وغياب الحوافز والتقدير للمبادرات الجديدة يؤدي إلى تراجع دافعية الطلبة نحو الابتكار، ويضاف إلى ذلك الثقافة الجامعية السائدة التي قد تفتقر إلى روح التجريب والمخاطرة يجعل الجامعي منفصل عن التحديات الواقعية التي قد تكون منطلقاً للأفكار الإبداعية، كل هذه العوامل تساهم في خلق بيئة جامعية غير محفزة على الإبداع والتطوير.

جدول رقم (24): يبين ما إذا قامت الجامعة بتقديم برامج تدريبية على استخدام التكنولوجيا الحديثة



الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	24	30%
لا	56	70%
المجموع	80	100%

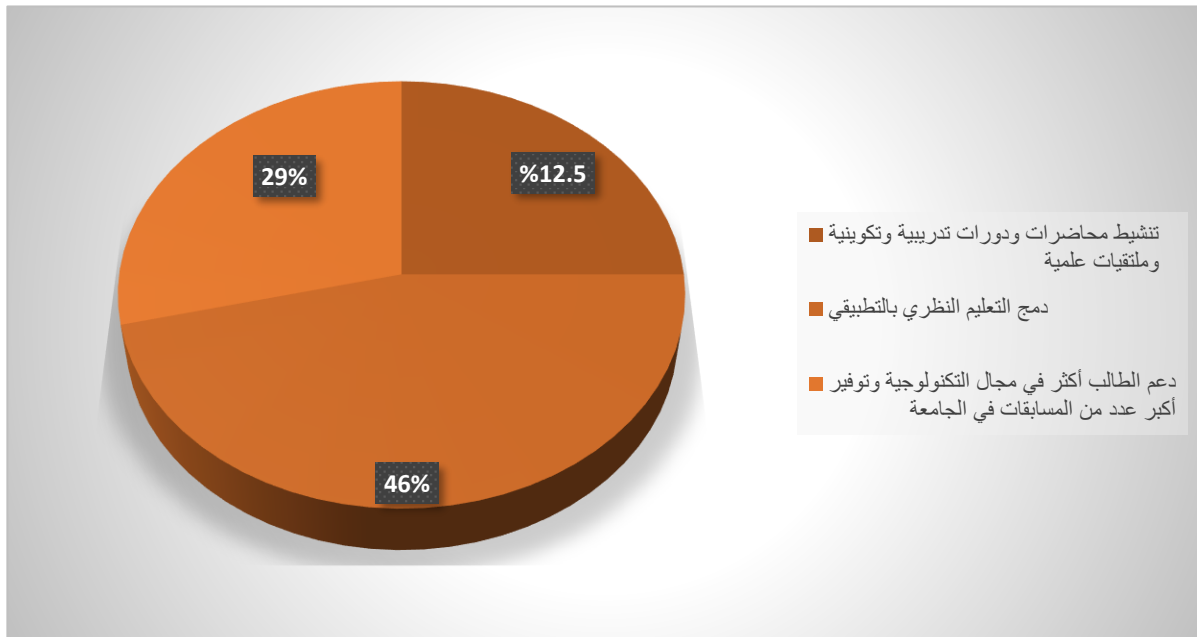
يبين الجدول رقم (24) أن نسبة 70% من الطلبة يؤكدون على أن الجامعة لا تقدم برامج تدريبية على استخدام التكنولوجيا الحديثة التي تسمح بالتواصل مع أصحاب المشاريع الابتكارية بالخارج والذين يمثلون أغلبية عينة الدراسة وهذا قد يكون بسبب ضعف الاهتمام بتطوير المهارات الرقمية ضمن المقررات الدراسية وغياب المبادرات العلمية التي تربط بين الجانب التعليمي النظري وأصحاب المشاريع الابتكارية العالمية أو المحلية الذين يمثلون استفادة كبيرة بالنسبة للطلبة الذين يريدون إنشاء مشاريع مقاولاتية، بحيث يشعرون الطلبة بأن المناهج الدراسية تحتاج إلى تحديث مستمر يواكب التطور التكنولوجي السريع، وكذا لا توفر لهم الجامعة أدوات أو منصات تفاعلية تتيح لهم الاندماج في مجتمعات الابتكار الدولية أو العالمية، فوجود مثل هذه المنصات الرقمية والتدريب على كيفية استخدامها يساهم في ربط الطلبة بالتجارب العالمية ويمنحهم الفرصة للتفاعل مع خبراء ورواد أعمال من ثقافات مختلفة، مما يعزز فهمهم للتحديات الواقعية ويحفزهم على تطوير أفكار مبتكرة وتفتح المجال أمام فرص التدريب والتوظيف والتعاون البحثي الأمر الذي يهيئ الطلبة للاندماج بفعالية في الاقتصاد المعرفي العالمي، وبالتالي ضعف برامج التدريب على استخدام التكنولوجيا الحديثة يؤثر سلباً على التمكين الرقمي والابتكار وعدم القدرة على المنافسة وتطوير مشاريع ناشئة على المستوى العالمي وهذا بسبب عدم قدرة الجامعة على توفير هذه البرامج المتقدمة أما باقي أفراد العينة هم الذين يمثلون نسبة 30% من إجمالي عينة الدراسة أقروا بأن الجامعة تعمل على تقديم برامج

تدريبية على استخدام التكنولوجيا الحديثة التي تسمح بالتواصل مع أصحاب المشاريع الابتكارية بالخارج وهذه الإجابات تعكس تصورات الطلبة حول دور الجامعة التي تحاول مواكبة التطور عن طريق استخدام المنصات الرقمية وتدريب الطلبة عليها فهي لا تكتفي بتعليم الدروس النظرية فقط بهم من المحيط المهني خاصة في مجال الابتكار وتطوير المشاريع الناشئة وذلك من خلال التواصل بينهم وبين المقاولين بالخارج مما يعزز في رأسمالهم الاجتماعي والمعرفي، إلا أن قدرة الجامعة محدودة في تدريب الطلبة على استخدام التكنولوجيا الحديثة فهناك مجموعة من التحديات تقف عائقاً أمام مواكبتها للتطورات في مجال الرقمنة الحديثة، وبالتالي هذه الإجابات تعبر عن طموح ورغبة الطلبة في أن تكون الجامعة وسيلة تسهل اندماجهم في سوق عمل جديد يتميز بوجود الفاعلين المبتكرين الذين يقودون مشاريع رياضية ذات بعد عالمي.

الجدول رقم (25): يبين وجهة نظر الطالب الجامعي لتنمية الابتكار لديه

النسبة	التكرار	الإجابات
25%	20	تنشيط محاضرات ودورات تدريبية وتكوينية وملتقيات علمية
46,25%	37	دمج التعليم النظري بالتطبيقي
28,75%	23	دعم الطالب أكثر في مجال التكنولوجيا وتوفير أكبر عدد من المسابقات في الجامعة
100%	80	المجموع

الشكل رقم (25): يبين وجهة نظر الطالب الجامعي لتنمية الابتكار لديه

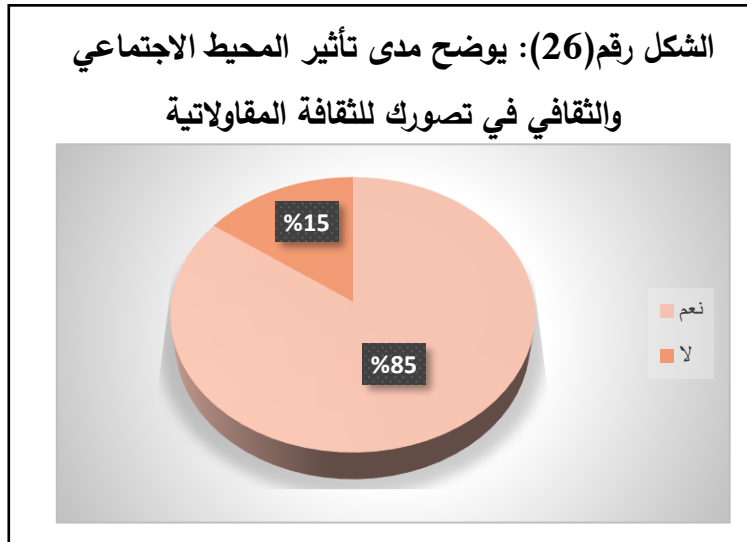


يتضح من الجدول رقم (25) أن نسبة 46,25% من أفراد العينة أجابوا بأن الطالب الجامعي ينظر لتنمية الابتكار لديه من خلال دمج التعليم النظري بالتدقيق كعامل حاسم في تطوير قدراته الإبداعية والعملية، إذ يدرك أن المعرفة النظرية وحدها لا تكفي لمواجهة تحديات الواقع المتغير وسوق العمل المتطور، بل يجب أن تقترن هذه المعرفة بتجارب عملية وتطبيقات واقعية تعزز من قدرته على حل المشكلات وابتكار حلول جديدة فالدمج بين ما يتعلمه في القاعات الدراسية من مفاهيم ونظريات، وما يختبره من مواقف عملية في المختبرات أو المشاريع أو التدريب الميداني مما يخلق بيئة تعلم تكاملية تحفزه على التفكير النقدي والتجربي، وتشعره بأن ما يدرسه له صدى واقعي ونتائج ملموسة، كما يعزز هذا الدمج من دافعيته للتعلم الذاتي المستمر، ويجعله أكثر استعدادا في مجاله وذلك من خلال تطوير أفكار جديدة أو تحسين الأساليب القائمة، ومن أمثلة ذلك مشروعات التخرج التي تعد مثالا عمليا على الدمج بين النظري والتطبيقي، حيث يطبق الطالب المفاهيم التي تعلمها خلال دراساته في مشروع عملي يظهر قدرته على التفكير الابتكاري وإيجاد حلول لمشكلات واقعية، بالإضافة إلى ذلك نجد المختبرات وورش العمل لأنه عندما يتاح للطالب تنفيذ التجارب أو استخدام أدوات تقنية ضمن بيئة تعليمية موجهة، حيث يطور مهاراته التحليلية والتفكيرية التي تمكنه من الربط بين المفهوم النظري ونتائجه العملية، وهذا ما يعزز قابليته للابتكار، وعليه، فإن الطالب يرى في هذا التداخل بين النظري والتطبيقي ليس فقط وسيلة لفهم أفضل بل بوابة أساسية لبناء شخصية مبتكرة قادرة على المساهمة بفعالية في التنمية المجتمعية والعلمية، في حين نجد أن نسبة 28,75% من إجابات المبحوثين أشاروا إلى أن دعم الطالب أكثر في مجال التكنولوجيا وتوفير أكبر عدد من المسابقات في الجامعة، وذلك من خلال توفير الأدوات اللازمة لتوسيع آفاقه المعرفية والتقنية، فمع التقدم التكنولوجي المتسارع أصبح دعم الطالب في مجال التكنولوجيا ضرورة ملحة وليس مجرد خيار، عندما يشعر الطالب بأن لديه الإمكانيات اللازمة مثل أجهزة الحاسوب الحديثة، والدورات التدريبية التقنية المتخصصة، فإنه يكون أكثر استعدادا لتوليد أفكار مبتكرة وتحويلها إلى مشاريع واقعية، بالإضافة إلى ذلك يرى الطالب أن تنظيم عدد أكبر من المسابقات داخل الجامعة يساهم بشكل فعال في تنمية حصة التحدي والمنافسة الإيجابية حيث توفر هذه المسابقات مساحة للتجريب، واختبار القدرات والتعرف على أفكار الآخرين مما يعزز من خبراته ويشجعه على تطوير ابتكاراته الخاصة، كما أن هذه الأنشطة تبني ثقة الطالب بنفسه وتشجعه على التفاعل مع المجتمع الأكاديمي والمهني وتفتح له آفاق جديدة نحو المقاولاتية أو الانخراط في مشاريع بحثية وتكنولوجية ذات قيمة، في هذا السياق نجد أن دعم الطالب في المجال التكنولوجي وتنظيم المسابقات بشكل منتظم يشكلان ركيزتين أساسيتين في نظر الطالب الجامعي لتنمية الابتكار، أما نسبة 25% فتمثل وجهة نظر الطلبة الذي صرحوا بأن تنشيط محاضرات ودورات تكوينية وتدريبية وملتقيات علمية تنمي الابتكار

لديهم، وذلك من خلال تفعيل أنشطة محفزة تخلق بيئة تعليمية نشطة تشجع الطالب على التفكير النقدي وحل المشكلات بطرق غير تقليدية من خلال المحاضرات المنشطة، حيث يتم تجاوز النمط التقليدي إلى أسلوب يعتمد على الحوار والمشاركة فمع فتح المجال أمام الإبداع، أما الدورات التدريبية والتكوينية فهي تكسب الطالب مهارات عملية وتجريبية تمكنه من تطبيق معارف نظرية بطريقة مبتكرة، كما تتيح الملتقيات العلمية فرص الاحتكاك بتجارب باحثين ومخترعين، وعليه فإن تفعيل هذه الآليات يعد استثمارا مباشرا في تطوير قدرات الطالب الابتكارية، مما يؤهله للمساهمة الفعالة في البحث العلمي والتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

3. بيانات تتعلق بالمعوقات التي تعترض تحقيق الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي:

جدول رقم(26): يوضح مدى تأثير المحيط الاجتماعي والثقافي في تصورك للثقافة المقاولاتية



الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	68	85%
لا	12	15%
المجموع	80	100%

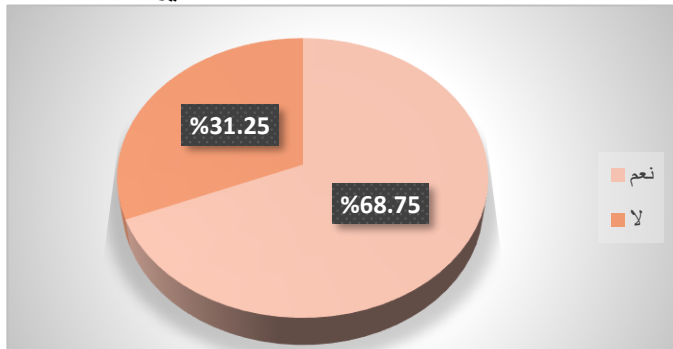
يتبين من خلال الجدول رقم (26) أن نسبة 85% من أفراد العينة أجابوا بأن المحيط الاجتماعي والثقافي يؤثر على تصورهم للثقافة المقاولاتية وهذا ما أبدت به فئة كبيرة من أفراد العينة، لأن الثقافة المقاولاتية لا تتشكل بمعزل عن السياق الاجتماعي بل تتأثر بعوامل عديدة تنتمي إلى البنية الاجتماعية والثقافية المحيطة بالفرد، فالأسرة كمؤسسة اجتماعية أولى تلعب دورا محوريا في غرس قيم الاستقلالية وتحمل المسؤولية والمبادرة والمخاطرة منذ الطفولة، وبالتالي تؤثر ثقافة المحيط الاجتماعي والثقافي في تمثل الفرد لفكرة المقاول، ففي بعض المجتمعات ينظر إلى المقاول كمغامر ومبدع، بينما في مجتمعات أخرى قد ينظر إليه كفرد له طموح غير واقعي أو مثالي، لذلك فإن الثقافة المقاولاتية ليست مجرد خصائص فردية بل هي نتاج تفاعل معقد بين الفرد ومحيطه الاجتماعي والثقافي، ومن ثم فالقيم المجتمعية ونماذج النجاح المحلية والدعم العائلي والمؤسسات يؤثران على مدى استعداد لدخول في مجال ريادة الأعمال، فعلى سبيل

المثال في الولايات المتحدة ينظر إلى المقابلة كخيار مهني مشروع ومرغوب فيه، في المقابل في مجتمعات تفضل الاستقرار الوظيفي وتشجع العمل في القطاع العام قد ينظر إلى المقاولاتية كخيار محفوف بالمخاطر فهي لا تشجع على المبادرة وتجاوز الخوف من الفشل أي لا تزال تحد من اندماج البعض في هذا المجال، وهذا ما يتناسب مع نتائج دراسة الباحث حسين حميد محسن المعنونة بتأثير برامج ريادة الأعمال على طلبة كلية الإدارة والاقتصاد أي أن المتغيرات المتعلقة بالسمات الشخصية، الأعراف الاجتماعية والثقافية والأصدقاء والأقارب والزملاء لها تأثير كبير على نية المقابلة وتصور الطلبة لها والنجاح فيها، في حين أن نسبة 15% من الطلبة يقرون بأن المحيط الاجتماعي والثقافي لا يؤثر على تصورهم للثقافة المقاولاتية وهذا قد يكون راجع إلى أنهم يرون بأن تصورهم للثقافة المقاولاتية يتشكل أساسا خلال التعليم الذي يتلقونه في الجامعة، بالإضافة إلى المعارف النظرية وليس من خلال تجاربهم الاجتماعية أو الخلفية الثقافية التي ينتمون إليها، هؤلاء الطلبة قد يعتبرون أنفسهم مستقلين فكريا بعيدا عن محيطهم الاجتماعي والثقافي الذي نشأوا فيه وقادرين على تبني مفاهيم جديدة مثل روح المبادرة والمخاطرة والابتكار التي تساعدهم على الدخول في عالم المقاولاتية والنجاح فيها.

جدول رقم (27): يوضح ما إذا كان للطلاب الجامعي مخاوف من المخاطرة تحد من توجهه نحو

المشاريع المقاولاتية

الشكل رقم (27): يوضح ما إذا كان للطلاب الجامعي مخاوف من المخاطرة تحد من توجهه نحو المشاريع المقاولاتية



الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	55	68,75%
لا	25	31,25%
المجموع	80	100%

نلاحظ من الجدول رقم (27) أن أفراد العينة الذين أجابوا بنعم قدرت نسبتهم بـ 68,75% حيث تشير هذه النسبة إلى أن الطلبة الجامعيين لديهم خوف من المخاطرة يحد من توجههم نحو المشاريع المقاولاتية. ويعود ذلك إلى جملة من الأسباب النفسية والاجتماعية والاقتصادية... إلخ، حيث يفتقر معظم الطلبة إلى الثقة في قدراتهم على إدارة مشروعهم الخاص والخوف من فشلهم وعدم القدرة على المبادرة وتحمل الصعوبات

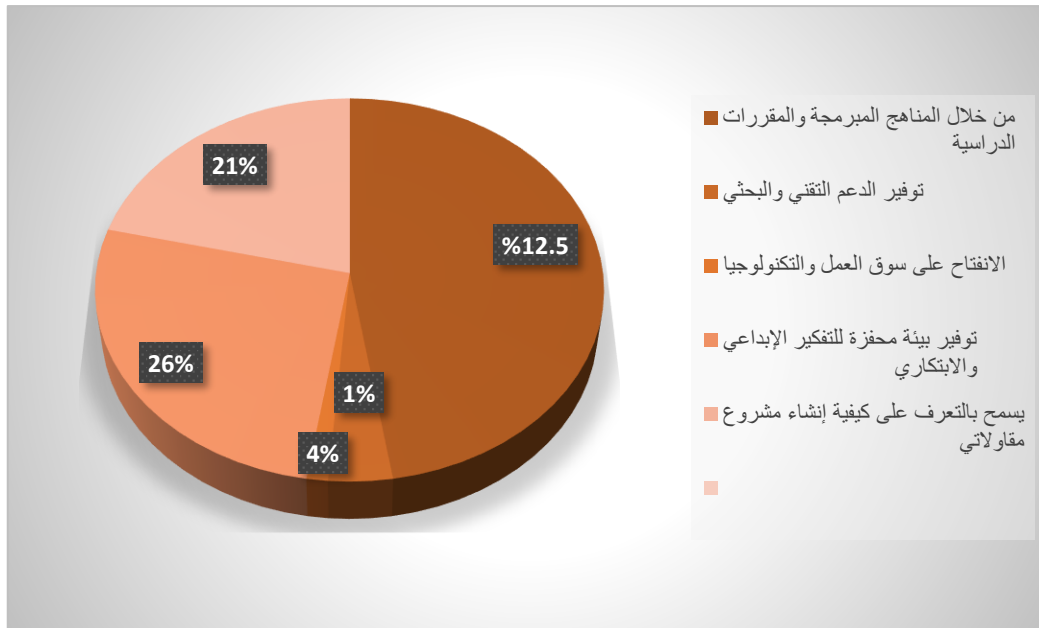
والمعوقات التي تعترضهم، وكذا الضغط المجتمعي يولد خوفاً من الفشل أو التعرض للسخرية مما يجعل الطلبة يفضلون المسارات الآمنة مثل البحث عن وظيفة مستقرة بعد التخرج، وهناك أمثلة عن كثير من الشباب الطموحين تخلوا عن مشاريعهم الناشئة بسبب الضغوط المجتمعية التي يتعرضون لها، إضافة إلى بعض الطلبة يواجهون صعوبات في الحصول على تمويل أو دعم مادي، حيث لا توجد تسهيلات واضحة نحو الهيئات المرافقة الموجهة للشباب وسيادة البيروقراطية والإجراءات الروتينية المعقدة حتى في حال وجود حاضنات أعمال أو مسابقات فإن شروط المشاركة قد تكون معقدة أو تتطلب خبرة لا تتوفر عند الطلبة في البداية، مما يجعلهم يتخوفون من المخاطرة في التوجه نحو المشاريع المقاولاتية رغم امتلاكهم للأفكار والإمكانات لذلك من الضروري توفير بيئة تعليمية داعمة وبرامج تمويل مرنة.

ونماذج ناجحة وملهمة تظهر أن الفشل ليس نهاية بل بداية للتعلم والنجاح، وحسب نظرية الشبكة الاجتماعية فإن العلاقات القوية بين الطلبة والبيئة الجامعية تسهم في توفير الموارد غير المالية مثل الدعم العاطفي والمعرفي والتعاون وتبادل الموارد من الخوف من المخاطرة والتوجه نحو إنشاء مشاريع مقاولاتية ناشئة، أما بالنسبة للطلبة الذين أجابوا بأنهم ليس لديهم خوف من المخاطرة فهم يمثلون نسبة 31,25% من إجمالي أفراد العينة وهي نسبة قليلة مقارنة بأغلبية أفراد العينة، فهؤلاء الطلبة غالباً ما يمتلكون شخصية مبادرة وطموحة ولديهم استعداد لتحمل التحديات ومواجهتها بكل ثقة، كما قد يكون لديهم اطلاع على قصص نجاح ملهمة أو استفادوا من تجارب عملية، سواء خلال التدريب أو الانخراط في برامج المقاولات، مما يعزز لديهم الشعور بالقدرة على اتخاذ قرارات دون التخوف من مخاطرها، بالإضافة إلى ذلك فإن توفر بعض الآليات الداعمة مثل الحاضنات الجامعية أو برامج تمويل المشاريع قد يمنحهم الإحساس بالأمان النسبي ويقلل من مخاوفهم المرتبطة بالمخاطرة.

جدول رقم (28): يوضح العراقيل التي تواجهها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية

النسبة	التكرار	الإجابات
40%	32	سيادة ثقافة الاعتماد على الدولة
25%	20	التخصصات التقليدية والضغط الأكاديمي
3,75%	03	ضعف التوعية والتحسيس
11,25%	09	نقص الدعم المادي والمعنوي
17,5%	14	البيروقراطية والإجراءات الروتينية المعقدة
2,5%	02	عدم وضوح التشريعات القانونية التي تخص المؤسسات الأخرى
00	00	أخرى تذكر
100%	80	المجموع

الشكل رقم (28): يوضح العراقيل التي تواجهها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية



يتضح في البيانات المدونة في الجدول رقم (28) أن هناك نسبة كبيرة من المبحوثين مقدرة بـ 40% ترى أن العراقيين التي تضعف في نشر الثقافة المقاولاتية في الجامعة هي سيادة ثقافة الاعتماد الكلي على الدولة، حيث تغرس لدى الطلبة فكرة أن الدولة هي المصدر الأساسي للتشغيل وتوفير فرص العمل، مما يقلل من روح المبادرة والابتكار لديهم، فبدلاً من التفكير في خلق مشاريع خاصة أو تشغيل مؤسسات ناشئة، يفضل الكثيرون انتظار التوظيف في القطاع العام الذي ينظر إليه كضمان للاستقرار والأمان الوظيفي، هذا التصور يضعف من نشر الثقافة المقاولاتية في الجامعة لأنه يقلل من عدد المبادرات الفردية التي يمكن

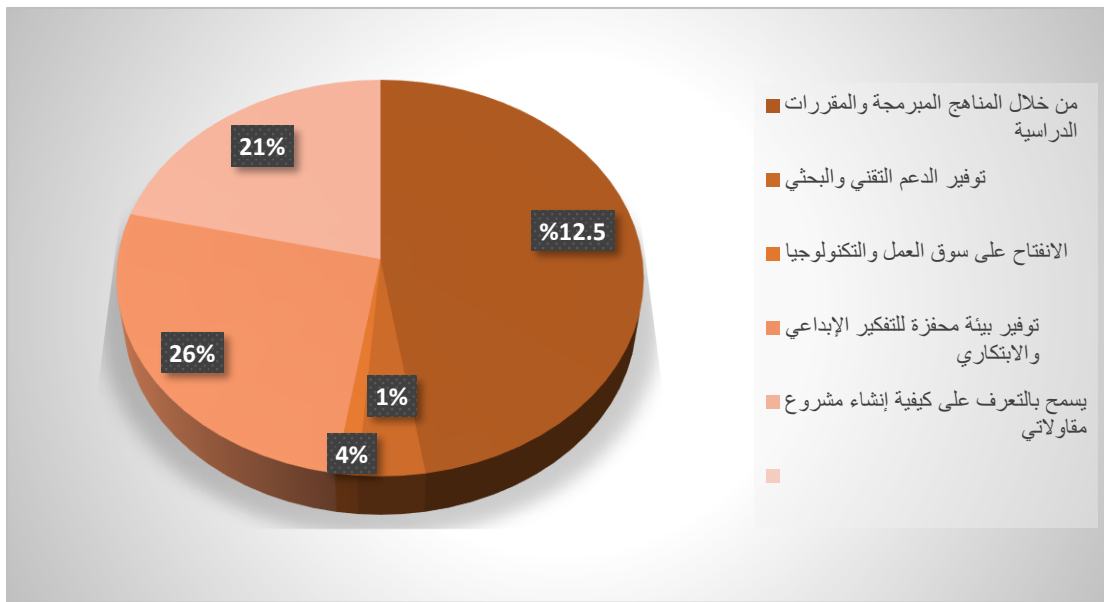
أن توفر فرص شغل جديدة للطلاب ولأفراد آخرين، الأمر الذي يساهم في الحد من انتشار ظاهرة البطالة في المجتمع، ومن ثم فإن تعزيز الثقافة المقاولاتية يقتضي تغيير هذا النمط من التفكير وتحفيز الأفراد على تبني قيم المبادرة، الاستقلالية، والمخاطرة المحسوبة، ثم 25% من أفراد عينة الدراسة أجابوا بأن التخصصات التقليدية والضغط الأكاديمي هي من تساهم في الحد من نشر الثقافة المقاولاتية في الجامعة محل الدراسة، إذ تركز هذه التخصصات غالباً على الجانب النظري والمعرفي دون منح الطالب المساحة الكافية لتطوير مهارات التفكير الإبداعي والابتكار كما أن المناهج الجامعية تميل إلى التلقين والتحصيل بغرض اجتياز الامتحانات مما يخلق ضغطاً أكاديمياً ويقلل من فرص الاندماج في مشاريع تطبيقية أو مبادرات مقاولاتية، وبالتالي يحد من الوقت والطاقة التي يمكن أن يكرسها الطلبة لاستكشاف فرص مقاولاتية أو حضور ملتقيات وأيام دراسية حول كيفية إنشاء مؤسسات ناشئة، مما يسهم في تهميش الثقافة المقاولاتية وتقليل الحوافز الذاتية للطلبة نحو الاستقلالية الاقتصادية والمبادرة الفردية، ثم تليها نسبة 17,5% المتمركزة حول البيروقراطية والإجراءات الروتينية هي التي تضعف نشر الثقافة المقاولاتية، إذ تؤدي إلى تعطيل المبادرات الطلابية والمشاريع المقاولاتية من خلال طول مدة الإجراءات الإدارية وغياب المرونة في التعامل مع الأفكار الجديدة، وبالتالي هذا المناخ الإداري الذي تسود فيه البيروقراطية بصورتها السلبية يقلل من دافعية الطلبة في المشاركة في الأنشطة المقاولاتية أو إنجاز مشاريع ناشئة، ويؤكد للطلبة بأن الجامعة ليست بيئة حاضنة للمبادرة والمقاولاتية، وكذلك إجابة الطلبة حول نقص الدعم المادي والمعنوي كمتغير يساهم في الحد من نشر الثقافة المقاولاتية في الجامعة، إذ يؤدي غياب التمويل والدعم المادي إلى تقليل الفرص المتاحة لتنظيم ورشات عمل للطلبة المبتكرين وكذا الندوات والملتقيات، والتعقيدات التي تطرحها هيئات المشاريع المقاولاتية تجعل الطلبة غير قادرين على إنشاء مشاريع مقاولاتية بسبب غياب الدعم المادي من طرفهم، كما أن نقص التشجيع المعنوي سواء من طرف الأساتذة أو من طرف الإدارة الجامعية، يضعف من تحفيز الطلبة للمبادرة والمخاطرة في التوجه نحو المؤسسات الناشئة ويشعرهم بأن أفكارهم غير مهمة أو غير قابلة للتنفيذ، وكذلك غياب القدوة والمرافقة النفسية والتحفيزية تؤدي إلى غياب الحماس والمبادرة ويفقد الطالب الإحساس بقيمة العمل المقاولاتي كأفضل خيار مهني، ثم تليها الإجابة المتمركزة حول ضعف التوعية والتحسيس بنسبة 3,75% فهي تعتبر نسبة منخفضة جداً مقارنة بباقي أفراد العينة وهذا راجع إلى أنه قد يكون هناك نقص في وعي الطلبة بمفهوم الثقافة المقاولاتية نفسها مما يجعلهم غير مدركين لدور التوعية في ترسيخها، وقد تكون الجامعة في نظرهم لا توفر أنشطة تحسيسية وتوعوية كافية مما يجعلهم لا يشعرون بقيمتها ولا يدركون غيابها وبالتالي لا يختارونها كسبب أساسي.

وعليه، فإن تعزيز برامج التوعية يعد خطوة أساسية لنشر الثقافة المقاولاتية وتحفيز الطلبة ليكونوا فاعلين في التنمية، وأخيرا تليها نسبة 2,5% من الطلبة يفكرون بعدم وضوح التشريعات القانونية التي تخص المؤسسات الناشئة، وهذا يوضح أن أغلب أفراد العينة لديهم معرفة كافية بالتشريعات القانونية التي تخص المؤسسات الناشئة إلا نسبة قليلة جدا، وهذا راجع إلى عدم حضور الندوات أو الورشات الكافية لتوضيح مفهوميها وأهميتها أو قد لا تدرج ضمن البرامج بشكل منهجي، مما يقلل من رغبتهم في تجربة إنشاء مشروع خاص بهم ويبقى الطلبة غير مدركين بما هو متاح لهم ويشعرون بأن هذه القوانين غامضة أو معقدة، رغم أن وجودها في الأصل من أجل تشجيعهم على إنشاء مشاريع مقاولاتية والنجاح فيها.

الجدول رقم (29): يوضح الصعوبات التي تواجه الطالب الجامعي لإنشاء مشروع مقاولاتي

النسبة	التكرار	الإجابات
46,5%	38	نقص التمويل والدعم المادي والمعنوي
27,5%	22	قلة الحصص البيداغوجية المبرمجة للتعريف بالمقاولاتية وكيفية إنشاء مشروع مقاولاتي
20%	16	عراقيل إدارية وتفشي المظاهر السلبية كالرشوة والمحسوبية
5%	04	نقص الإمكانيات التكنولوجية وضعف التأطير والمرافقة
100%	80	المجموع

الشكل رقم (29): يوضح الصعوبات التي تواجه الطالب الجامعي لإنشاء مشروع مقاولاتي



يتضح من البيانات المدونة في الجدول رقم (29) أن هناك نسبة كبيرة من الطلبة مقدرة بـ 47,5% ترى أن الصعوبات التي تواجههم لإنشاء مشروع مقاولاتي هي نقص التمويل والدعم المادي والمعنوي ويعتبرونها كعقبة رئيسية أمام إنشاء مشاريعهم المقاولاتية من خلال تحليل السياق الاجتماعي والاقتصادي الذي يعيشون فيه، فالطلبة كفاءة اجتماعية في طور التكوين يعانون من محدودية الموارد المادية وغياب رأس المال الاجتماعي الذي يسهل دخولهم إلى عالم المقاولات، وعليه فإن العديد من الطلبة لا يتوفرون على الإمكانيات المالية الضرورية لتغطية تكاليف انطلاق المشروع مثل شراء المعدات، استئجار مقر لإقامة المشروع، أو تسويق المنتج... إلخ، هذا النقص يشكل حاجزا حقيقيا حتى أمام الطلبة الذين يمتلكون أفكارا مبتكرة وقابلة للتطبيق، كما أن نقص الدعم من قبل المؤسسات الداعمة كالبنوك أو حاضنات المشاريع تجعل الطلبة مضطرين لتأجيل فكرتهم أو التخلي عنها، وهذا يقلل من فرص تحقيق مشاريعهم المقاولاتية وتحقيق استقلالهم الاقتصادي، وكذلك غياب شبكات الدعم الاجتماعي والتشجيع المعنوي يؤثر سلبا على دافعيتهم نحو إنشاء مشاريعهم الخاصة مما يزيد من ترددهم وخوفهم من الفشل، لأن هذا النوع من الدعم يمثل أساسا الثقة بالنفس وتحفيز المبادرة وتحمل المخاطر، وهي عناصر جوهرية لإنشاء أي مشروع مقاولاتي، فعندما يفتقر الطلبة إلى التشجيع من قبل الأسرة أو الأصدقاء أو المحيط الجامعي قد يشعرون بالإحباط أو الشك في قدراتهم مما يصعب عليهم تنفيذ أفكارهم المبتكرة، بينما تشير نسبة 27,5% أن قلة الحصص البيداغوجية المبرمجة للتعريف بالمقاولاتية وكيفية إنشاء مشروع مقاولاتي بأنها تمثل من أبرز الصعوبات التي تواجه الطلبة الجامعيين، في غياب التكوين الكافي في هذا المجال يترك فراغا معرفيا ومهاريا يجعلهم يفتقرون إلى الأدوات الأساسية التي تمكنهم من تحويل أفكارهم إلى مشاريع ناجحة، فغالبا ما يقتصر التكوين الجامعي على الجوانب النظرية دون التطرق بشكل كافٍ إلى مفاهيم المقاولاتية، وهذا النقص في المحتوى البيداغوجي يجعل الطلبة غير مهئين لمواجهة التحديات الواقعية المرتبطة بإنشاء مشروعه الخاص، كما يعترض اكتسابهم للمهارات العملية الضرورية كالتفكير النقدي وحل المشكلات مما يؤدي إلى عزوفهم من ولوج عالم المقاولاتية رغم امتلاكهم لأفكار قد تكون قابلة للنجاح، ثم تليها نسبة 20% من الطلبة الذين يؤكدون على أن العراقيل الإدارية وتغشي لمظاهر السلبية كالرشوة والمحسوبية تعتبر من الصعوبات التي تواجههم أثناء قيامهم بإنشاء مشروع مقاولاتي، وهذا يعكس ما يواجهونه فعليا عند محاولة الانتقال من فكرة مبتكرة إلى التطبيق العملي لها، الإدارية تشمل طول الإجراءات وتعقيدها وتداخل المسؤوليات بين الإدارات المختلفة وهذه العراقيل تستهلك وقتا وجهدا كبيرين، وقد تؤدي إلى التراجع عن المشروع قبل أن يبدأ، أما ظاهرة المحسوبية والرشوة فهي أكثر خطورة لأنها تفقد الطالب الثقة في مبدأ تكافؤ الفرص، فبدلاً من أن يكون النجاح قائماً على جودة المشروع والفكرة، وبالتالي يرى الطالب أن من لديه

علاقات شخصية أو من يدفع رشوة ويحصل على تسهيلات وتسريع الإجراءات وهذا الواقع يقلل من دافعيتهم للمبادرة والتميز في إنشاء المشاريع الناجحة، وأخيرا تليها نسبة 5% وهي نسبة ضعيفة من الطلبة الذين أجابوا أن نقص الإمكانيات التكنولوجية وضعف التأطير والمرافقة تعتبر من الصعوبات التي تواجههم أثناء إنشائهم لمشروع خاص بهم وهذا راجع إلى أن التكنولوجيا أصبحت عنصرا أساسيا في تطوير وإنجاح المشاريع سواء من حيث البحث عن المعلومات، أو التسويق أو إدارة العمليات، وعندما لا تتوفر للطلبة أدوات وتقنيات حديثة فإن قدرتهم على تطوير أفكارهم وتنفيذها بفعالية تصبح ضعيفة نسبيا، أما ضعف التأطير والمرافقة فيعود إلى غياب الدعم التوجيهي والتقني من متخصصين أو مؤسسات تساعد على تحويل أفكارهم إلى مشاريع واقعية، مما يخلق لديهم شعورا بعدم الجاهزية ويؤثر على ثقتهم في الدخول إلى عالم المقاولاتية وتطوير المشاريع المقاولاتية الخاصة بهم.

ثانيا- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات الجزئية

1- مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الأولى: تستخدم الجامعة طرق فعالة في نشر الثقافة والمقاولاتية لدى الطالب الجامعي.

من خلال البيانات الإحصائية المتحصلة عليها في الفرضية الأولى توصلنا إلى النتائج التالية:

- 10% من أفراد العينة لديهم فكرة حول مفهوم الثقافة المقاولاتية.
- 72.5% من أفراد العينة أجابوا بقلّة توفير مقررات دراسية التي تقدمها الجامعة حول الثقافة المقاولاتية.
- 61.25% من أفراد مجتمع الدراسة أشار إلى أن الجامعة تقدم الدعم لطلابها للولوج إلى المجال المقاولاتي.
- 58.75% من المبحوثين أقرّوا بوجود تظاهرات علمية تقدمها الجامعة للحث على إنشاء مشاريع مقاولاتية.

- 100% من الطلبة أشاروا إلى أن الجامعة تستخدم عدة طرق لنشر الثقافة المقاولاتية.

من خلال النتائج المتحصلة عليها، يمكن القول أن الفرضية الأولى محققة.

2- مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الثانية: تساهم الجامعة في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي.

من خلال البيانات الإحصائية المتحصلة عليها في الفرضية الثانية توصلنا إلى النتائج التالية:

- 73.75% من المبحوثين أفادوا إلى أن الجامعة تعمل على اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها.

- 67.05% من أفراد العينة أجابوا بأن الجامعة قامت بتقديم تكريمات للطلبة المبتكرين بهدف تشجيع الإبداع والتميز بينهما.
 - 86.25% من الطلبة صرحوا بأن الأساتذة يقدمون تشجيعاً لهم للقيام بالمشاريع الابتكارية، وتعزيز رأس المال المعرفي داخل الفضاء الجامعي.
 - 100% من أفراد مجتمع الدراسة أجابوا بأن للتعليم الجامعي دوراً في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي.
 - 63.75% في الطلبة أفادوا بأن الجامعة تقوم بتنظيم مسابقات لذوي الأفكار الابتكارية.
 - 56.25% من المبحوثين أجابوا بأن الجامعة تعمل على خلق بيئة محفزة للعمل الإبداعي من خلال تعزيز رأس المال الثقافي والاجتماعي لدى الطلبة.
 - 70% من أفراد العينة يؤكدون على أن الجامعة لا تقدم برامج تدريبية على استخدام التكنولوجيا الحديثة التي تسمح بالتواصل مع أصحاب المشاريع الابتكارية بالخارج.
 - 100% من الطلبة أجابوا بأن الطالب الجامعي ينظر لتنمية الابتكار لديه من خلال دمج التعليم النظري بالتطبيقي.
- من خلال هذه النتائج، يمكن القول إلى أن الفرضية الثانية قد تحققت إلى حد كبير وهذا لأن الجامعة ساهمت في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي.
- 3- مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الجزئية الثالثة:** هناك عدة معوقات تحول دون تحقيق الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي.
- من خلال البيانات الإحصائية المتحصل عليها في الفرضية الثالثة توصلنا إلى النتائج التالية:
- 85% من أفراد العينة أجابوا بأن المحيط الاجتماعي والثقافي يؤثر على تصورهم للثقافة المقاولاتية.
 - 68.75% من الطلبة صرحوا بأن ليست لديهم مخاوف من المخاطرة التي تحد من توجههم نحو المشاريع المقاولاتية.
 - 100% من أفراد العينة أجابوا بأن هناك مجموعة من العراقيل التي تضعف في نشر الثقافة المقاولاتية داخل الجامعة.
 - نسبة 100% من أفراد العينة أجابوا بأن هناك صعوبات التي تواجههم لإنشاء مشروع مقاولاتي.
- وإجمالاً ومن خلال النتائج المتحصل عليها، يمكن لنا القول بأن الفرضية الثالثة محققة إلى حد كبير.

ثالثاً- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة:

1- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة والتي جاءت بعنوان الثقافة المقاولاتية لدى طلبة الجامعات الجزائرية، للباحثين هارون سميرة وعربي محفوظ من حيث كونها إستراتيجية وطنية تهدف إلى تحويل الجامعة من مجرد مؤسسة تعليمية إلى فضاء يميزه الإبداع والمبادرة، وذلك من خلال الاستحداث دار المقاولاتية وتعاونها مع الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية التي تسعى إلى ترسيخ الثقافة المقاولاتية بين الطلبة، ما يعزز قدرتهم على تحويل أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتنفيذ، هذه المبادرات تشمل إنشاء حاضنات أعمال ومراكز دعم تكنولوجي ومخابر تصنيع، مما يوفر بيئة ملائمة للابتكار وريادة الأعمال، وهذا ما جاء يتوافق مع دراسة هارون سميرة وعربي محفوظ حيث أظهرت أن مستوى تقدير الطلبة للثقافة المقاولاتية مرتفع، مما يبرز فعالية الجامعة ومختلف البرامج الريادية في تحفيز التفكير المقاولاتي، وبالتالي تشكل هذه الجهود دعامة أساسية لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال تشجيع الطلبة على المبادرة والابتكار في مختلف المجالات.

2- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة بعنوان تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، للباحثة قايد أمينة حيث تشير الدراسة إلى أن التعليم المقاولاتي يسهم بشكل كبير في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة مما يؤدي إلى زيادة رغبتهم في إنشاء مشاريعهم الخاصة، على سبيل المثال أظهرت دراسة في جامعة 8 ماي 1945 قالمة أن التكوين الجامعي يؤثر بشكل إيجابي على التوجه المقاولاتي للطلبة خاصة من خلال المحاضرات وندوات دار المقاولاتية، من جهة أخرى تسهم مراكز الجامعة مثل دار المقاولاتية وحاضنة الأعمال في تعزيز روح المقولة لدى الطلبة من خلال تنظيم أنشطة تحسيسية وتكوينية تساهم في تطوير توجههم المقاولاتي، وبالتالي فإن تكامل التعليم المقاولاتي مع الأنشطة التطبيقية والمرافقة العملية يسهم في تعزيز الابتكار لدى الطلبة وتحقيق التحول الاقتصادي والاجتماعي وبالتالي خلق فرص عمل، وتشكل فكرة إنشاء مشروع.

3- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة التي جاءت بعنوان تمثلات الطلبة المقبلين على التخرج للمقاولاتية في ظل تكوينهم الجامعي، للباحث بالراشد نبيل حيث ركزت على فهم التصورات والتمثلات التي تكون لدى الطلبة قبل تخرجهم وتحديد كيفية تأثير التكوين الجامعي على هذه التصورات ومدى ارتباطها بالمحتوى الأكاديمي والتجارب العلمية والعملية، هذه الدراسة لا تركز فقط على تعزيز المقاولاتية بل تسعى إلى تقييم ما إذا كانت البرامج الجامعية الحالية قد نجحت في تشكيل وعي طلاب إيجابي حول المقاولاتية، أو إذا كان الطلاب يعانون من نقص في المعرفة أو الفهم الصحيح لهذا المجال

بسبب غياب التوجيه الكافي داخل المناهج الدراسية، وبالتالي يمكن القول أن الفرق بين الدراسة الحالية والسابقة لا يقتصر فقط على المنهجية أو الأهداف، بل يمتد ليشمل الأبعاد الاجتماعية والثقافية والتربوية التي تؤثر في تشكيل رؤية المقالة لدى الطلبة قبل وأثناء وبعد التخرج.

4- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة والتي جاءت بعنوان مدى استجابة الطلاب لثقافة ريادة الأعمال، دراسة للباحث أحمد علي علام في التركيز المشترك على أهمية تنمية روح المبادرة والمقالة لدى الطلبة الجامعيين باعتبارهم فاعلين أساسيين في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ تؤكد الدراسة على أن نشر الثقافة المقاولاتية داخل البيئة الجامعية يسهم بشكل مباشر في تعزيز قدرات الطلبة على الابتكار والإبداع، وزيادة استعدادهم لتبني مشاريع مقاولاتية وتوفير بيئة مشجعة تحفزهم على تجربة ريادة الأعمال خاصة إذا توفرت لهم الإمكانيات والدعم المناسب من خلال المناهج والأنشطة والدورات التدريبية الموجهة، وهو ما يعكس علاقة تكاملية بين نشر الثقافة المقاولاتية وقياس مدى تقبل الطلبة لها وانخراطهم فيها.

5- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة والذي جاءت بعنوان تأثير برامج ريادة الأعمال على طلبة كلية الإدارة والاقتصاد، للباحث حسنين حميد محسن حيث تلعب برامج ريادة الأعمال التي تقدمها كليات الإدارة والاقتصاد دوراً محورياً في ترجمة هذه الثقافة إلى ممارسات عملية، من خلال توفير بيئة تعليمية محفزة تشمل ورش العمل، المشاريع الريادية، والتدريب على تطوير الأفكار وتحويلها إلى نماذج قابلة للتطبيق، ومن هنا يظهر الاتفاق بين الدراستين، حيث تسهم دراسة الثقافة المقاولاتية في تأسيس قاعدة معرفية وسلوكية تدعم الابتكار بينما تعمل برامج ريادة الأعمال على تنمية المهارات العملية وتوفير الأدوات اللازمة لتطبيق مفاهيم المقاولاتية في الواقع العملي، وهذا ما يعزز من قدرات الطلبة على الابتكار ويدعم مسيرتهم نحو تأسيس مشاريع ناجحة ومستدامة.

6- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة بعنوان المتطلبات التربوية لتفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي في مصر، للباحثين أم هاشم محمود محمد وعبد الناصر راضي محمد وعبد الرحمن أبو المجد رضوان التي هدفت إلى إعداد جيل من الطلاب يمتلكون المهارات الريادية والقدرة على التفكير الإبداعي والناقد، فالثقافة المقاولاتية تعمل على تنمية روح المبادرة وتحمل المسؤولية، وهو ما يتماشى مع التوجهات التربوية الحديثة التي تسعى إلى تطوير مناهج تعليمية تعزز من الابتكار وتحفز الطلبة على تحويل أفكارهم إلى مشاريع واقعية، كما أن كلا الدراستين يتطلبان تهيئة بيئة تعليمية مرنة تعتمد على تعلم التطبيق والمشاريع بدلا من الأساليب التقليدية، إلى جانب تدريب أعضاء هيئة التدريس على

- مفاهيم ريادة الأعمال وتوفير حاضنات أعمال داخل الجامعات، ومن هنا فإن تحقيق هذا التكامل يسهم في تفعيل دور الجامعات لتعزيز الطلبة على الإبداع والابتكار والتميز في إنشاء مشاريعهم الخاصة.
- 7- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة بعنوان إدارة وتمويل حاضنة SET squared بالمملكة المتحدة لتحقيق ريادة الأعمال والابتكار وإمكانية الاستفادة منها في مصر، للباحثة شيماء الصادق محمد عبد الدائم لأنه بينما تركز دراسة الثقافة المقاولاتية على غرس مفاهيم ريادة الأعمال والابتكار في ذهن الطالب الجامعي، وذلك من خلال المناهج التعليمية وورش العمل والمسابقات، فإن حاضنة SET squared تستهدف دعم رواد الأعمال والشركات الناشئة التي وصلت إلى مرحلة التأسيس أو ما بعدها، من خلال توفير التمويل والإرشاد وشبكات المستثمرين ومساحات العمل، ومن هنا يمكن لمصر الاستفادة من نموذج SET squared في تطوير منظومة الحاضنات الجامعية، بحيث يتم الربط بين مرحلة التعليم المقاولاتي في الجامعة ومرحلة الاحتضان العلمي بعد التخرج مما يعزز فرص تحويل الأفكار الابتكارية لدى الطلبة إلى مشاريع ريادية قابلة للنمو والتوسع.
- 8- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة بعنوان الكفاءة في تنظيم المشاريع الريادية والشخصية كدوافع للالتزام بتنظيم المشاريع، للباحثين هي أيي، وهاريس هوبا، مدريد وذلك من خلال تركيزها على دراسة الكفاءة في تنظيم المشاريع الريادية والشخصية على القدرات والمهارات الذاتية للفرد مثل الثقة بالنفس والقدرة على اتخاذ القرار، وحل المشكلات التي تعد دوافع داخلية رئيسية تدفع الشخص للالتزام بتنظيم مشروعه الخاص، وذلك فإن الفرق الجوهرية في الدراستين يكمن في القدرة على مواجهة التحديات وتحقيق الاستمرارية ولذلك فإن التوازن بين البيئة الحاضنة والكفاءة الذاتية هو الأساس الحقيقي لتعزيز روح الريادة والالتزام بتنظيم المشاريع.
- 9- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة التي جاءت بعنوان ماهية ريادة الأعمال، للباحثان ديبديب دياندار، أحمد عزمي حيث تتناول المفهوم الأساسي لريادة الأعمال كعملية تبدأ من اكتشاف الفرص وتمرر لتطوير الأفكار وتحويلها إلى مشاريع اقتصادية قيمة، وتركز على المراحل التي يمر بها الريادي مثل إنشاء المشروع، إدارة الموارد، وتحقيق النمو وبالتالي، فإن دراسة الثقافة المقاولاتية والابتكار تركز على الطالب وتوجيهه نحو ريادة الأعمال.

رابعا- مناقشة نتائج الدراسة على ضوء المقاربات النظرية

1- نظرية الفرص في ريادة الأعمال

تظهر نتائج التحليل أن الثقافة المقاولاتية تقوم على استغلال الفرص والبحث على التغيير لتطوير المشاريع التي ينشؤها الطلبة الجامعيين لكي تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة، حيث يشير معظم المبحوثين إلى قيمة الفرص التي تأتيهم وحسن استغلالها للقيام بمشاريعهم الخاصة، وهذا ما يتماشى تماما مع مبادئ نظرية الفرص في ريادة الأعمال التي تؤكد على أن ريادة الأعمال تنشأ من اكتشاف واستغلال الفرص الجديدة في البيئة المحيطة وهو ما يمكن تعزيزه من خلال تنمية الحس المقاولاتي لدى الطلبة، فعندما يمتلك الطلبة وعيا ثقافيا مقاولاتيا يصبح أكثر قدرة على ملاحظة التحديات وتحويلها إلى فرص ابتكارية.

وبالتالي، يمكننا القول أن هذه النظرية تقوم على أساس أن الطالب الناجح هو من يستطيع أن يتعرف على الفرص المتاحة فيها سواء كانت ظاهرة أو كامنة ثم يعمل على استغلالها بطريقة مبتكرة ومن هذا المنطلق تصبح الثقافة المقاولاتية وسيلة إستراتيجية لتعزيز هذا الوعي من خلال تزويد الطالب بالمعارف والمهارات في السلوكيات التي تؤهله لرؤيته التحديات كفرص ممكنة للنمو والتطوير، فتعزيز الثقافة المقاولاتية في الجامعات يشكل أرضية خصبة لتفعيل نظرية الفرص عمليا.

2- نظرية رأس المال الاجتماعي أو الشبكة الاجتماعية:

تظهر لنا نتائج التحليل أهمية الثقافة المقاولاتية كوسيلة لتعزيز رأس المال الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين لكونها تقوم على مفهومين رئيسيين: العلاقات الاجتماعية والثقة فهي تعتبر أن العلاقة القوية بين الطلبة والبيئة الجامعية يمكن أن تسهم في توفير الدعم المعرفي والمعنوي...إلخ.

وفي هذا السياق يمكن القول أن فهم الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين تقوم على أساس اعتبارها نتاجا للتفاعلات والعلاقات التي ينسجها الطلبة داخل محيطهم الاجتماعي سواء في الجامعة أو خارجها، فالشبكة الاجتماعية التي ينتمي إليها الطلبة -من أصدقاء، زملاء الدراسة، أساتذة، أو شركاء في أنشطة مقاولاتية- لها دورا حاسما في تشكيل رؤيته للمقاولاتية، وتوفير الموارد المعرفية، والدعم النفسي، وحتى الفرص العملية فكلما كانت شبكة الطلبة أكثر تنوعا وتفاعلية زادت احتمالية اكتسابهم لثقافة مقاولاتية تقوم على المبادرة والابتكار وتحمل المخاطر وتقبل الفشل، ومن ثم فالثقافة المقاولاتية لا تبنى من فراغ بل هي انعكاس للبنية الاجتماعية التي ينتمون إليها ويتفاعلون من خلالها.

خامسا - النتائج العامة للدراسة

- بعد القيام بعملية جمع المعلومات المتعلقة بموضوع الثقافة المقاولاتية وتعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي، توصلنا إلى جملة من النتائج نورد فيما يلي:
- ✓ تعزز نتائج الدراسة دور الثقافة المقاولاتية في تحفيز التفكير الإبداعي والابتكاري لدى الطلبة الجامعيين، وذلك بهدف إنجاح فكرة المقاولاتية بين صفوف الطلبة مما يستوجب توفر العديد من العناصر المكملّة على رأسها التكوين والمرافقة الفعالة.
 - ✓ إبراز أهمية دار المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية في تكوين وتدريب على كيفية إنشاء مشروع مقاولاتي هذا ما يؤثر إيجابا على تشكل الوعي المقاولاتي لديهم.
 - ✓ أظهرت الدراسة أن تعزيز الثقافة المقاولاتية يساهم بشكل ملحوظ في تحفيز التفكير الإبداعي والقدرة على الابتكار لدى الطلبة.
 - ✓ أشارت الدراسة أن الطلبة الذين شاركوا في الأنشطة المقاولاتية أو حضروا ورشات في الابتكار أظهروا مستوى أعلى من الاستعداد المقاولاتي والتفكير الابتكاري.
 - ✓ أظهرت نتائج الدراسة أن أغلب الجامعات لا تدمج بشكل كافٍ مفاهيم الثقافة المقاولاتية في المناهج الدراسية مما يضعف من استعداد الطلبة لخوض تجارب مقاولاتية حقيقية.
 - ✓ تشير النتائج أن غالبية الطلبة يرون أن الجامعة لا تلعب الدور المطلوب في تعزيز روح المبادرة والابتكار بسبب ضعف البرامج الخاصة بريادة الأعمال وقلة الشراكات مع المؤسسات الاقتصادية.
 - ✓ بينت الدراسة نسبة كبيرة من الطلبة تعبر عن رغبتها في إنشاء مشاريع ناشئة مستقبلا، لكنهم يفتقرون إلى المعلومات والتوجيه، لأن أغلب الطلبة يفضلون البدء بمشاريع قليلة التكلفة.
 - ✓ تشير الدراسة أن هناك عدة معوقات تحد من انتشار الثقافة المقاولاتية من بينها غياب برامج احتضان ودعم المشاريع داخل الجامعة، وضعف التمويل، الخوف من الفشل، بالإضافة إلى ضعف الثقة في النفس والتردد في تحمل المسؤولية.

سادسا- توصيات الدراسة

- استنادا إلى النتائج التي تم التوصل حول الثقافة المقاولاتية وتعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والاقتراحات لتعزيز هذا المجال وتحقيق أكبر فائدة منه:
- إدماج المقاولاتية في المناهج الجامعية من خلال تضمن حصص بيداغوجية أو وحدات دراسية حول الثقافة المقاولاتية وإدارة المشاريع وتنظيم ندوات ولقاءات مع مقاولين ناجحين لتبادل الخبرات وتحفيز الطلبة.
 - تشجيع الطلبة على التفكير النقدي والإبداعي باعتماد طرائق تدريس تحفز التفكير الابتكاري وحل المشكلات وتمويل مشاريع مبتكرة وربطها باحتياجات المجتمع أو السوق العملي.
 - إقامة شراكات إستراتيجية مع الشركات والمؤسسات الكبرى لدعم المقاولاتية من خلال توفير الموارد والإرشاد وفرص السوق، كما يمكن أيضا تفعيل برامج مشتركة بين الطلبة والمؤسسات الاقتصادية لتبادل الخبرات والمعرفة.
 - نشر الوعي بأهمية الثقافة المقاولاتية منذ السنوات الأولى للدراسة الجامعية من خلال تنظيم أيام تحسيسية ومحاضرات تمهيدية للطلبة الجدد حول مفاهيم ريادة الأعمال وربطها بسياق الطالب ومحيطها الاجتماعي.
 - ضرورة تبني نمط التعلم القائم على المشاريع باعتماد أسلوب التعليم الذي يجعل الطالب يعمل على مشروع واقعي من الفكرة حتى التنفيذ وهذا ما يعزز روح المبادرة.
 - تشجيع إنشاء مؤسسات طلابية صغيرة داخل الجامعة مثل مكاتب صغيرة أو خدمات استشارية بإدارة الطلبة وبإشراف الجامعة لاكتساب الخبرة الواقعية وتعزيز الربط بين التعليم والاحتياجات الاقتصادية والمحلية.
 - تقديم تحفيزات مالية ومعنوية للمشاريع المقاولاتية مثل الجوائز، منح دراسية، أو دعم مالي أولي للمشاريع الواعدة.
 - تشجيع التعاون بين الكليات والتخصصات المختلفة داخل الجامعة مما يتيح للطلبة الاستفادة من مجموعة من المهارات والمعارف المقاولاتية، هذا التعاون يمكن أن يساعد في تطوير المشاريع المبتكرة تجمع بين مجالات مختلفة مثل التكنولوجيا، الهندسة، العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

- تقديم دعم مستمر للطلاب حتى بعد تخرجه من الجامعة حيث يشمل هذا الدعم الوصول إلى موارد حاضرات الأعمال الجامعية والاستفادة من مشاريعهم المقاولاتية، مما يساعد على استدامة ونمو المؤسسات الناشئة.
- إشراك القطاع العام في دعم المقاولات الجامعية من خلال سن قوانين تشجع على تمويل المبادرات الطلابية أو منح امتيازات للمؤسسات التي توظف الطلبة المقاولين مع إنشاء بنك أفكار جامعية يتم في تجميع وتقييم أفكار الطلبة بتوجيههم نحو إنشاء مشاريع ناشئة.

خلاصة

وفي ختام هذا الفصل تم التطرق إلى عرض وتحليل البيانات الميدانية، ومناقشة نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات الفرعية والدراسات السابقة والمقاربات النظرية المفسرة والتحقق من صحتها أو عدم صحتها، مما أراح لنا فهم أعمق لموضوع الثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي، مع تقديم تفسيرات منهجية مبررة مهدت إلى استخلاص استنتاجات واضحة تسهم في تحقيق أهداف الدراسة وتقديم توصيات ونصائح قابلة للتطبيق في الواقع العملي.

خاتمة

وختاماً يتبين لنا أن الثقافة المقاولاتية تمثل عنصراً محورياً في تمكين الطلبة للتحويل إلى فاعلين اقتصاديين قادرين على المبادرة والإبداع وتحويل الأفكار إلى مشاريع واقعية، فالطالب الجامعي اليوم لم يعد مجرد متلقي للمعرفة، بل يساهم في صناعة الفرص والقدرة على إنشاء مشاريع ناشئة، وذلك من خلال تعزيز روح المبادرة والابتكار داخل الجامعة، حيث أظهرت هذه الدراسة أن تشجيع الطلبة على التفكير المقاولاتي وتوفير بيئة محفزة للابتكار يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على قدراته المستقبلية في خلق فرص العمل والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لذلك فإن دعم هذه الثقافة يتطلب التوفيق بين السياسات التعليمية والبرامج التكوينية ومرافقة حاضنات الأعمال إلى جانب ترسيخ الذهنية المقاولاتية في الوعي الطلابي، وبهذا تتحول من فضاء للتلقين التقليدي إلى بيئة حاضنة للأفكار الريادية والمشاريع الناشئة وذلك بما يخدم الطالب والمجتمع على حد سواء.

وانطلاقاً من أن ظاهرة المقاولاتية هي أكثر من مجرد وجود لمقاولين يتماشون مع السياق الاقتصادي، بل هي التحدي الأكبر في الانتقال من الجانب النظري إلى الجانب التطبيقي وهذا لن يتحقق إلا من خلال شراكة فعلية بين الطلبة والمؤسسات الاقتصادية، بما يضمن تكامل الجهود وتوحيد الرؤى نحو تحقيق تنمية مستدامة قائمة على فكر الطالب والمعرفة والابتكار.

وقد سعت دراستنا الموسومة بالثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي بجامعة 8 ماي 1945 قالة، إلى تمكين الطالب الجامعي من اكتساب مهارات ومؤهلات علمية ودورات تعليمية تعمل على تطوير أفكاره بما يتماشى وسوق العمل، مما يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة وتعزيز التنمية الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع.

وما يمكننا قوله في الأخير أن الثقافة المقاولاتية تمثل ركيزة أساسية لأي مشروع مجتمعي يسعى نحو تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة، إذ أنها تتيح للطلبة تجاوز الحدود التقليدية للتعليم وتحثهم على تبني أدوار جديدة كطلبة مبدعين ومبتكرين ومساهمين فاعلين في شتى المجالات، لهذا يستوجب التزاما جماعيا من مختلف الفاعلين لتكريس الثقافة المقاولاتية كمحور أساسي في بنية التعليم العالي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً- القواميس والمعاجم

1. عبد الهادي ثابت: اللسان العربي الصغير، قاموس عربي-عربي، دار الهادية، قسنطينة-الجزائر، 2001.
2. عبد الواحد كرم: معجم المصطلحات القانونية شريعة قانون-عربي، فرنسي، إنجليزي-، دار الكتب القانونية، مصر، 1995.

ثانياً- الكتب

1. أحمد عبادة: الحلول الابتكارية للمشكلات-النظرية والتطبيق-، دار الحكمة للنشر والتوزيع، البحرين، 1992.
2. أسامة خيرى: إدارة الإبداع والابتكارات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2012.
3. بشرى جميل إسماعيل: الإبداع الإعلامي في القضايا العربية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2012.
4. جاسم محمد علي الطحان: الابتكار المتضمنات والمتغيرات، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2016.
5. جوني دانيال: أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، ترجمة طارق عطية عبد الرحمن، معهد الإدارة العامة، الرياض-السعودية، 2010.
6. حسن علي الوزير: الإبداع-دليل لكل رواد الإبداع والابتكار، ألمانيا، 2020.
7. حسين عبد الحميد أحمد رشوان: علم الاجتماع النفسي -المجتمع، الثقافة، الشخصية-، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية-مصر، 2005.
8. حمزة بن الزين: إدارة الإبداع والابتكار في المنظمات الأعمال الحديثة نماذج دولية، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة-الجزائر، 2024.
9. حميد خروف، الربيع جصاص: علم اجتماع الثقافة، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، 2003، ص
10. خالد حامد: علم اجتماع تنظيم العمل، دار الكتاب المعاصر، الجزائر، 2019.
11. رانيا شهاب: الإبداع، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
12. رعد الرصن: إدارة الإبداع والابتكار، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية-سوريا، 2020.

13. رعد الرصن، أيمن دبوب: **نظرية المنظمة والتطوير التنظيمي**، منشورات جامعة دمشق-سوريا، د.س.
14. سعد سلمان المشهداني: **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019.
15. سليم بطرس جلدة، زيد منير عبودي: **إدارة الإبداع والابتكار**، دار كنوز المعرفة، عمان-الأردن، 2006.
16. سمير إبراهيم حسن: **الثقافة والمجتمع**، دار الفكر، دمشق-سوريا، 2007.
17. عاكف لطفي خصاونه: **إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال**، دار حامد للنشر وتوزيع، عمان-الأردن، 2011.
18. عبد الرحمن سيد سليمان: **مناهج البحث**، عالم الكتب، جامعة عين شمس القاهرة-مصر، 2014.
19. عبد الله حسن مسلم: **الإبداع والابتكار الإداري في التنظيم والتنسيق**، دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2010.
20. العربي بلقاسم فرحاتي: **البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2012.
21. علي الحمادي: **صناعة الإبداع**، دار ابن حزم للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، 1999.
22. عمار بوحوش: **منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية**، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين-ألمانيا، 2019.
23. فاطمة صابر مصطفى: **نظام المقاولاتية في الحد من البطالة بين النظرية والتطبيق**، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019.
24. فتحي عبد الرحمن جروان: **الإبداع، مفهومه، معايير، مكوناته**، ط3، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان-الأردن، 2013.
25. فضيل دليو: **تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
26. فوزيه غريبة، نعيم دهمش: **أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية**، ط 7، دار وائل للنشر، عمان، د.س.
27. محمد جلال الغندور: **البحث العلمي بين النظرية والتطبيق**، دار جوهرة للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2015.
28. محمد داود: **إدارة التميز والإبداع الإداري**، ابن النفيس للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2020، ص 11.

29. محمد رؤوف حامد: إدارة المعرفة والإبداع المجتمعي، ط 3، مكتبة الأسرة، القاهرة-مصر، 2006.
30. محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، مكتبة الوسيلة للنشر والتوزيع، صنعاء-اليمن، 2015.
31. محمد محمد قاسم: المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت-لبنان، 1999.
32. محمد منصور أبو جليل، إيهاب كمال هيكل، إبراهيم سعيد عقل: سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية-مدخل متكامل، دار الحامل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2013.
33. محمد يوسف القاضي: السلوك التنظيمي، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
34. مختار بودالي: تفعيل آليات تمويل المؤسسات المصغرة والناشئة في الجزائر، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة-الجزائر، 2022.
35. مسعود حسين التائب: البحث العلمي قواعده-إجراءاته-مناهجه، المكتب العربي للمعارف، القاهرة-مصر، 2018.
36. مصطفى يوسف كافي: الابتكار وريادة الأعمال، مؤسسة الوراق، عمان-الأردن، 2022، ص 143، 144.
37. مهدي محمد القصاص: تصميم البحث الاجتماعي، دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع، العراق، 2014.
38. موريس أنجريس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
39. ميخائيل توشمان، فيليب اندرسون: إدارة الابتكار الاستراتيجي والتغيير، ترجمة محمد رؤوف حامد، المكتبة الأكاديمية، القاهرة-مصر، 2000.
40. ناهد عبد زيد الدليمي: أسس وقواعد البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2016.
41. نايفة قطامي منفصلة نزيه حمدي، يوسف قطامي: تنمية الإبداع والتفكير الإبداعي في المؤسسات التربوية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة-مصر، 2007.
42. نجم عبود نجم: إدارة الابتكار والمفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2003.
43. نهلة إبراهيم: علم الاجتماع الثقافي بين الطرح الكلاسيكي والقضايا الثقافية المعاصرة، مطبعة البحيرة، الإسكندرية-مصر، 2008.

44. هاجر بوزيان الرحماني: **المقاولاتية**، العالم يقرأ للنشر والتوزيع، عين تموشنت-الجزائر، 2022.
45. واحد طاهر حسو الزبياري: **أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، 2011.

ثالثا - المجلات

1. أحمد علي علام: دراسة ميدانية لقياس مدى استجابة الطلاب لثقافة ريادة الأعمال، **مجلة كلية التربية بينها، كليات -بريدة-القصيم** - العدد 142، المملكة العربية السعودية، 2023.
2. أشواق بن قدور، محمد بالخير: **أهمية نشر ثقافة المقالة وإنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة**، **مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية**، العدد 11، المركز الجامعي تمنراست-الجزائر، 2017.
3. بروق بعلي: الطالب الجامعي بين المتطلبات التكوينية وحتمية ممارسة الأنشطة الهامشية، **مجلة العلوم الاجتماعية**، المجلد 07، العدد 01، سطيف-الجزائر، 2021.
4. بطاط نور الدين، بوالزليفة صابر، آليات تدعيم وتنمية الابتكار والإبداع كأداة لاستدامة المشاريع المقاولاتية، **مجلة اقتصاديات المال والأعمال**، المجلد 01، العدد 02، الجزائر، 2017.
5. بوزيدي سعاد، كيفاني شهيدة: **الثقافة المقاولاتية بين النظر والتطبيقي في البيئة الجامعية**، **مجلة الاقتصاد والتنمية**، المجلد 10، العدد 02، تلمسان-الجزائر، 2022.
6. بوفالطة محمد سيف الدين، عزيزي نذير: **مشكلات نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي - دراسة حالة على طلبة قسم علوم التسيير بجامعة قسنطينة 2**. **مجلة التنمية البشرية**، المجلد 06، العدد 04، جامعة قسنطينة 2-الجزائر، 2019.
7. بوفولة نبيلة: **الإبداع في مجال الخدمات مميزاته ومستوياته**، **مجلة دراسات**، العدد 09، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2-الجزائر، 2018.
8. جمعة عبد العزيز: **الرغبة المقاولاتية وبعد الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين مدخل استكشافي**، **مخبر النقود والمؤسسات المالية في المغرب العربي**، المجلد 7، العدد 1، الجزائر، 2021.
9. حبيبة أبو حفص: **التعليم المقاولاتي... طريق لنشر الفكر المقاولاتي**، **مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال**، المجلد 2، العدد 4، جامعة ابن زهر-المغرب، 2019.
10. حسنين حميد محسن: **تأثير برامج ريادة الأعمال على طلبة كلية الإدارة والاقتصاد**، **مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية**، المجلد 11، العدد 04، جامعة بابل، العراق، 2019.
11. راوي نور الدين: **الإبداع والابتكار في المنظمات الحديثة دراسة تجارب عالمية**، **مجلة الابتكار والتسويق**، العدد 01، جامعة سيدي بلعباس-الجزائر، 2014.

12. رادي نور الدين: الإبداع والابتكار في المنظمات الحديثة-دراسة تجارب عالمية-، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 01، جامعة سيدي بلعباس-الجزائر، د.س
13. روابح عبد الرحمان، أسرار الزهرة: الثقافة المقاولاتية كسبيل لإرساء العملية المقاولاتية، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، المجلد 04، العدد 02، الجلفة-الجزائر، 2021.
14. زايد حكيم، عبد الحميد بشير: نشر الفكر المقاولاتي وتنمية روح المقاولاتية لدى طلبة الجامعة -حالة دار المقاولاتية بتبسة والوادي-، مجلة الاقتصاد والفكر المقاولاتي، مجلد 04، العدد 05، تبسة، الوادي، الجزائر، 2021.
15. سامية بريعم، حنان بوشلاغم: دور الجامعة في ترسيخ وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JBF، المجلد 07، العدد 02، جيجل-الجزائر، 2018.
16. صورية بوطرفة، بشير عبد الحميد: دور التعليم المقاولاتي في تنمية روح المقاولاتية -دراسة تطبيقية حول طلبة جامعة العربي تبسي-، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 04، العدد 01، تبسة-الجزائر، 2020.
16. عبد الرحمن بوقفة، مهدي لعوارم: نحو إرساء ثقافة مقاولاتية لدى الشباب الجزائري، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 10، العدد 02، برج بوعرييج-الجزائر، 2023.
17. عبد القادر حنا، سهى مراكب: التوجيه الجامعي وجودة الحياة لدى الطالب الجامعي، مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسيولوجية والتنمية الإدارية، المجلد 04، العدد 02، مسيلة، 2021.
18. عزيزي فاطمة الزهراء، بولكعيبات إدريس، دور مخابر البحث في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة -دراسة ميدانية بكلية العلوم الاجتماعية عنابة-، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 14، العدد 03، قسنطينة-الجزائر، 2021.
19. علي رحال، أمال بعيظ: واقع المقاولاتية في الجزائر -دراسة تحليلية-، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 11، جامعة باتنة-الجزائر، 2016.
20. عواطف عطيل لموالي: مدخل سوسيولوجي حول ثقافة المقاولاتية، مجلة التمييز الفكري للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 01، جامعة الطارف-الجزائر، 2019.
21. عيسى رمانة، عدنان ثوات: واقع الفكر المقاولاتي لدى طلبة الجامعة الجزائرية المقبلين على التخرج بحث مقارن في ظل المتغيرات، مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 6، العدد إثنين، الجزائر، 2022.

22. فضيلة بطورة وآخرون: المقاولاتية والجامعة: مع إشارة لتجارب الدول الناجحة في نشر الفكر المقاولاتي، **مجلة الأبحاث الاقتصادية**، المجلد 15، العدد 1، تبسة-الجزائر، 2020.
 23. فطيمة سايح: دور الدوافع والمهارات المقاولاتية في تعزيز روح المقاولاتية لدى خريجات الجامعات، **مجلة معهد العلوم الاقتصادية**، المجلد 20، العدد 03، غليزان-الجزائر، 2017.
 24. فوزية حقاين، محمد فوزي بودية: الثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز النية المقاولاتية لدى الطالب، **مجلة العلوم الإنسانية**، المجلد 21، العدد 2، تلمسان-الجزائر، 2021.
 25. قرومي عبد الحميد، حنان بن علي: روح المقاولاتية ودورها في تنمية التفكير والإبداع في منظمات الأعمال، **مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال**، المجلد 02، العدد 01، البويرة-الجزائر.
 26. الكر محمد، طليبي خيرة: الابتكار والإبداع في ظل جدلية العلاقة بين الجامعة والصناعة، **مجلة أنسنة للبحوث والدراسات**، المجلد 07، العدد 01، جامعة الجلفة-الجزائر، 2016.
 27. للباحثين أم هاشم محمود وآخرون: المتطلبات التربوية لتفعيل ريادة الأعمال بالتعليم الجامعي في مصر. **مجلة العلوم التربوية**، العدد 09، مصر.
 28. محمد مخانشة، المؤسسات الناشئة في الجزائر-الإطار المفاهيم والقانوني-، **مجلة صوت القانون**، المجلد 08، العدد 01، الجزائر، سطيف، 2021.
 29. هارون سميرة، عرابي محفوظ: الثقافة المقاولاتية لدى طلبة الجامعات الجزائرية، **مجلة دراسات العدد الاقتصادي**، المجلد 15، العدد 02. البويرة-الجزائر، 2024.
 30. وائل محمد جبريل، أحمد محمد العواصي: أثر الدعم التنظيمي على إدارة الابتكار -دراسة ميدانية على عينة من العاملين بشركة البريقة لتسويق النفط بمدينة بنغازي ليبيا-، **مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة**، المجلد 02، العدد 03، بنغازي-ليبيا، 2018.
- رابعاً - الأطروحات والرسائل الجامعية**
1. أمينة قايدي: **تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين**، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة معسكر-الجزائر، السنة الجامعية 2016/2017.
 2. بالراشد نبيل: **تمثلات الطلبة -المقبلين على التخرج- للمقاولاتية في ظل تكوينهم الجامعي (دراسة ميدانية بجامعة محمد خيضر-بسكرة-)**، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع الطور الثالث L.M.D، جامعة قاصدي مرباح ورقلة-الجزائر، السنة الجامعية 2022-2023.
 3. حمزة بن وريد: **التعليم المقاولاتي وتأثيره على تفعيل الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الخريجين بجامعة الشرق الجزائري**، دراسة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم

التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة عبد الحفيظ بو الصوف، ميله-الجزائر، 2022-2023.

4. شيماء الصادق محمد عبد الدايم: إدارة وتمويل حاضنة SETSquared بالمملكة المتحدة لتحقيق ريادة الأعمال والابتكار وإمكانية الاستفادة منها في مصر، أطروحة دكتوراه في التربية، جامعة بني سويف، السنة الجامعية 2021-2022.

5. فاطمة الزهراء عزيزي: إستراتيجية الاتصال بالجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة -دراسة ميدانية في جامعة عنابة-، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3-الجزائر، 2023.

خامسا - المؤتمرات والملتقيات

1. محمد النمامشة وآخرون: الملتقى الوطني الأول حول: المقاولاتية، وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، قالمة-الجزائر، 2014.
2. نعيمة مزرارة، شعبان مليكة: واقع الطالب الجامعي الجزائري، من الأمس إلى اليوم ماذا تحقق؟، فعاليات الملتقى الوطني حول تشخيص واقع الطالب الجامعي، مخبر الوقاية، جامعة الجزائر 02، 2016.

سادسا - المحاضرات

1. أحلام سوداني: دروس في إدارة الإبداع والابتكار لطلبة السنة الثانية ماستر إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قالمة-الجزائر، 2017/2018.
2. زهية كواش: محاضرات في إدارة الإبداع والابتكار، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة-عين الدفلى، 2019/2020.
3. عبد الكريم الطيف: محاضرات في إدارة الإبداع والابتكار، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس-الجزائر، 2017/2018.

- المراجع باللغة الأجنبية

1. Didip Diandra, Ahmad Azmy: Understanding Definition of entrepreneurship, International journal of Mangement Accounting and Economics, Volume 07, issue 05, tamir abeng university-Indonésie, 2020.
2. Mei Ie, Haris Mauoa, Madris: Entrepreneurial combetonce and persenalites As Drivers of entrepreneurial commitment:A study on disgbled Micro-Business owners, International journal of application on economirs and Business (IJAEB), volume 02, Issue 01, universitas tarumanagra-jakarta, 2024.

الملاحقة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة



كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

القسم: علم الاجتماع

استمارة بعنوان

الثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي

-دراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة قالمة

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تنظيم وعمل

إشراف

د. نجيمة قرزط

إعداد الطالبتين

❖ شيماء خلفة

❖ زهرة بدواور

ملاحظة

بهدف إجراء الدراسة نرجو منكم مساعدتنا من خلال الإجابة على التساؤلات المدرجة في الاستمارة بكل موضوعية بوضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة، كما نحيطكم علما أن هذه الاستمارة لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2024-2025

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- السن: [25-21] ☐ [30-26] ☐ 31 فما فوق ☐
2. التخصص:

المحور الثاني: بيانات تتعلق بالطرق التي تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة

المقاولاتية لدى الطالب الجامعي

3. حسب رأيك ما مفهوم الثقافة المقاولاتية؟
- قيم ومعتقدات مؤسسية ☐
 - ثقافة إنشاء مشروع ☐
 - ثقافة المبادرة والمخاطرة في إنشاء مشروع ☐
 - ابتكار وإبداع ☐
4. هل هناك مقررات دراسية حول الثقافة المقاولاتية؟
- نعم ☐ لا ☐
- إذا كانت الإجابة بنعم كيف استفدت منها؟

5. هل تواصلت من قبل مع دار المقاولاتية؟

- نعم ☐ لا ☐
- إذا كانت الإجابة بنعم ما هو سبب هذا التواصل؟

6. هل تقدم الجامعة الدعم لطلابها للولوج في المجال المقاولاتي؟

- نعم ☐ لا ☐

7. هل أنت مطلع على القوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء المقولة؟

☐ نعم ☐ لا

- إذا كانت الإجابة بنعم كيف تحصلت عليها؟

- لدي معرفة مسبقة بقوانين وتشريعات إنشاء المقولة ☐

- المعارف التي تلقيتها في الجامعة جعلتني على دراية بالقوانين والتشريعات المشجعة على إنشاء المقولة ☐

- أخرى تذكر:

8. هل التظاهرات العلمية التي تقدمها الجامعة تحثك على إنشاء مشاريع مقاولاتية؟

☐ نعم ☐ لا

9. ما هي الطرق التي تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية؟

.....
.....

10. ما مدى فعالية الطرق التي تستخدمها الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية حسب رأيك؟

☐ ضعيفة ✓

☐ متوسطة ✓

☐ جيدة ✓

11. هل لدار المقاولاتية وحاضنات الأعمال الجامعية دور في نشر الثقافة المقاولاتية؟

☐ نعم ☐ لا

✓ إذا كانت الإجابة بنعم فيما يتمثل هذا الدور؟

.....
.....

المحور الثالث: بيانات تتعلق بمساهمة الجامعة في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي:

12. هل تعمل الجامعة على اكتشاف المبدعين والمبتكرين من طلابها؟

☐ نعم ☐ لا

13. هل تعمل الجامعة على تكريم الطلبة المبتكرين؟

☐ نعم ☐ لا

الملاحق

✓ إذا كانت الإجابة بنعم ما نوع هذا التكريم؟

14. هل يشجع الأساتذة طلب على تقديم مشاريع ابتكارية؟

نعم ☐ لا ☐

✓ إذا كانت الإجابة بنعم فيما يتمثل هذا التشجيع؟

✓ القيام بمحاضرات وسرد قصص واقعية ناجحة في هذا المجال ☐

✓ تنشيط لقاءات خاصة للحث على الإبداع والابتكار ☐

✓ تشجيع فكرة العمل الخاص وإبراز أهميته ☐

15. هل للتعليم الجامعي دور في تنمية الابتكار لدى الطالب الجامعي؟

16. هل تنظم الجامعة مسابقة لذوي الافكار الابتكارية من طلابها؟

نعم ☐ لا ☐

17. هل تعتقد أنك قادر على إنشاء مشروع مقاولاتي؟

نعم ☐ لا ☐

18. هل توجد هيئات استشارية بالجامعة تحتضن الطلبة الراغبين بإنشاء مشاريع مقاولاتية لدعمهم

وتزويدهم بالخبرات؟

نعم ☐ لا ☐

✓ إذا كانت الإجابة بنعم فيما تتمثل مهام هذه الهيئات؟

✓ إجراء مسابقة لأهم الابتكارات ☐

✓ خلق جو ومحيط مناسب يساعد الطالب على الابتكار ☐

✓ الإشراف على الطلبة المبتكرين ☐

19. هل تعمل الجامعة على خلق بيئة محفزة للعمل الإبداعي؟

نعم ☐ لا ☐

20. هل تقدم الجامعة برامج تدريبية على استخدام التكنولوجيا الحديثة التي تسمح بالتواصل مع

أصحاب المشاريع الابتكارية بالخارج؟

نعم ☐ لا ☐

21. ما هي الاقتراحات التي تراها مناسبة لتنمية الابتكار للطالب؟

.....

.....

المحور الرابع: بيانات تتعلق بالمعوقات التي تعترض تحقيق الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي:

22. هل يؤثر المحيط الاجتماعي والثقافي في تصورك للثقافة المقاولاتية؟

☐ نعم ☐ لا

23. هل لديك خوف من المخاطرة يحد من توجهك نحو المشاريع المقاولاتية؟

☐ نعم ☐ لا

24. ما هي العراقيل التي تضعف نشر الثقافة المقاولاتية في الجامعة؟

☐

✓ سادت ثقافة الاعتماد على الدولة

☐

✓ التخصصات التقليدية والضغط الأكاديمي

☐

✓ ضعف التوعية والتحسيس

☐

✓ نقص الدعم المادي والمعنوي

☐

✓ البيروقراطية والإجراءات الروتينية المعقدة

☐

✓ عدم وضوح التشريعات القانونية التي تخص المؤسسات الناشئة

✓ أخرى تذكر:

25. ما هي الصعوبات التي تواجه الطالب الجامعي لإنشاء مشروع مقاولاتي؟

.....

.....

.....

.....

شكراً على تعاونكم

دليل المقابلة

1. متى نشأ قسم علوم التسيير؟

.....

.....

.....

2. ما هي التخصصات الموجودة في قسم علوم التسيير على مستوى الماستر؟

.....

.....

.....

3. كم عدد طلبة سنة أولى ماستر قسم علوم التسيير في مختلف تخصصاته؟

.....

.....

.....

4. حسب رأيك هل هناك اهتمام بموضوع الثقافة داخل قسمكم؟

.....

.....

.....

5. حسب رأيك هل البرامج والمناهج المتبعة من طرف الجامعة كافية للتعرف على مدى انتشار

الثقافة المقاولاتية؟

.....

.....

.....

6. حسب رأيك هل عدد الحصص البيداغوجية المبرمجة من طرف قسمكم كافية لإعداد طالب

جامعي له ثقافة مقاولاتية وقادر على إنشاء مشروع مقاولاتي؟

.....

.....

.....

7. ما هي الاقتراحات التي تراها مناسبة لتعزيز الثقافة المقاولاتية في قسمكم؟

.....

.....

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

تهدف دراستنا الموسومة بـ: "الثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز الابتكار لدى الطالب الجامعي"، إلى تسليط الضوء على أهم الأبعاد المرتبطة بالثقافة المقاولاتية والكشف عن مؤشرات داخل الوسط الجامعي، باعتبارها عنصراً أساسياً لتشجيع الابتكار والمبادرة الفردية لدى الطلبة، وعليه تم استخدام المنهج الوصفي باعتباره المنهج الملائم لطبيعة الموضوع المدروس. أما فيما يخص العينة فقد تم اعتمادنا على العينة القصدية

التي تضمنت 80 طالب وطالبة من أصل المجتمع الكلي المقدر بـ 141 مجو، في حين تمحورت تقنيات جمع البيانات في الاستمارة كأداة رئيسية للبحث، بالإضافة إلى الملاحظة والمقابلة.

وبعد عرض وتحليل البيانات الميدانية ومناقشتها توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ الثقافة المقاولاتية لها دور كبير في تحفيز التفكير الإبداعي والابتكاري لدى الطلبة الجامعيين وتعريفهم بكيفية إنشاء مشاريع ناشئة.

✓ هناك عده طرق تستخدمها الجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية بين طلابها، حيث تمثل الملتقيات العلمية

والندوات والأيام الدراسية، كأساس للتعريف بالمقاولاتية وتحفيز الطلبة نحو الولوج إلى عالم المقاولاتية.

✓ تساهم الجامعة في تنمية العمل الإبداعي والابتكاري لدى طلابها، وذلك بتوفير بيئة محفزة ومشجعة

على إنشاء مشاريع ريادية والحد من ظاهرة البطالة في المجتمع.

✓ للثقافة المقاولاتية عدة معوقات يحد من انتشارها بين الطلبة منها ما هو اقتصادي واجتماعي وثقافي

وإداري... إلخ، والتي تشكل عائق أمام التوجه نحو المشاريع الناشئة.

الكلمات المفتاحية: الثقافة المقاولاتية، المقاولاتية، الإبداع، الابتكار، المؤسسات الناشئة.

Abstract

Our study, titled: "Entrepreneurial Culture and its role in fostering innovation in university students " aims to shed light on the most important dimensions associated with entrepreneurial culture and reveal its indicators within the university environment, as a key element to encourage innovation and individual initiative among students, so the descriptive method was used as the appropriate method for the nature of the studied topic. As for the sample, we relied on a purposive sample that included 80 students out of a total of 141 respondents, while data collection techniques centred on the questionnaire as the main research tool, in addition to observation and interview.

After presenting, analyzing, and discussing the field data, the study arrived at the following conclusions:

- Entrepreneurial culture plays a significant role in stimulating creative and innovative thinking among university students and introducing them to the process of establishing start-up projects.
- The university employs various methods to disseminate entrepreneurial culture among its students, with scientific forums, seminars, and study days serving as primary platforms for introducing entrepreneurship and encouraging students to enter the entrepreneurial world.
- The university contributes to fostering creative and innovative work among its students by providing an environment that motivates and supports the creation of entrepreneurial projects and helps reduce the unemployment rate in society.
- Entrepreneurial culture faces several obstacles that limit its spread among students, including economic, social, cultural, and administrative barriers, which hinder the move toward start-up projects.

Keywords: Entrepreneurial culture, entrepreneurship, creativity, innovation, start-ups.

