وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعـة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الإستراتيجيات الإتصالية لمركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية ودورها في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غرداية

مذكّرة مقدمة لاستكمال متطلّبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالب (ة) :

- ليتيم أمينة
- بن حيدة فاطمة

إشراف الأستاذ:

- غراب سعيدة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
صيتي أبوبكر	جامعة غرداية	رئيسا
غراب سعيدة	جامعة غرداية	مشرفا مقررا
كانون جمال	جامعة غرداية	مناقشا

الموسم الجامعي: 1445-1446هـ/2024-2025م

وزارة التعليم والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والإتصال

بعنوان:

الاستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية ودورها في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والإتصال

تخصص: الاتصال والعلاقات العامة

إعداد الطالب(ة):

- ليتيم أمينة
- بن حيدة فاطمة

إشراف الأستاذ(ة):

- غراب سعيدة

الموسم الجامعي:

1445-1446هـ/2024-2025م

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تتحقق الامنيات الحمد لله الذي ألهمني الصبر ومنحني القوة لأصل الى هده المرحلة.

إلى من غرسا في قلبي حب العلم وكانا لي نبع الحنان وسند الأيام .... إلى امي الحبيبة يا من كنت الحُضن والدعاء والدمعة والفرحة... لك في قلبي إمتنان لا تسعه الكلمات وحب لا يقاس...

وإلى أبي العزيز يا من كنت السند والظل والقُدوة...كنت القوة حين ضعفت والحكمة حين ترددت والدعامة التي استندت إليها في كل لحظة لك كل الاحترام والفخر والامتنان

إلى جدتي وجدي منار الحكمة ودفء الزمن الجميل، دمتما تاجا فوق رؤوسنا.

إلى أخي صلاح السند الحقيقي ورفيق دربي في كل خطوة... شكرا لأنك لم تتخل عني يوما

إلى إخوتي الأحبة عزالدين، مختار، عبلة، كمال، سلاف... أنتم فرحي وقوتي، إلى عطر المحبة أختي الصغرى رانيا شكرا على وقفتك معي، وإلى روح أخي عبد الباسط رحمة الله عليك ما زلت حيا في القلب والدعاء.

إلى عماتي وعمومي، خالتي وأخوالي، زوجاتهم وأبنائهم شكرا لمساندتكم ومحبتكم الصادقة.

إلى صديقتي الأقرب ماجدة رفيقة روحي قبل دربي ومأمني حين ضاق صدري... كنت الحضن الثاني والكتف الذي اتكئ عليه دون خوف واليد التي امسكت بي كلما تعثرت، شكرا لدعمك الصادق الذي لا يعوض والنعمة التي احمد الله عليها.

ولرفيقتي منال ومانة شكرا لمحبتكما ودعمكم الدي لا يقدر بثمن.

وإلى صديقاتي فضية حسناء وسعيدة أصدقاء العمر كل الامتنان لصحبتكن الجميلة.

لكل من كان له في طريقي دعاء او كلمة طيبة أو وقفة صادقة... هذا العمل ثمرة دعمكم ومحبتكم التي لن أنساها ما حييت.

فاطمة

الإهداء

وأخر دعواهم أن الحمد الله رب العالمين

لم تكن الرحلة قصيرة ولا الطريق محفوفا بالتسهيلات لكنني فعلتها

فالحمد الله الذي يسر البدايات وبلغنا النهايات بفضله وكرمه.

أهدي هذا النجاح لنفسي الطموحة أولا إبتدأت بطموح إنتهت بنجاح ثم الى كل من سعى معي الإتمام مسيرتي الجامعية دمتم لي سندا لا عمر له

وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي الى من غرست في قلبي القوة أن أواجه الحياة بابتسامة الى أمي الحبيبة كلمة الشكر لا تكفيك وكل ما أنجزته هو ثمرة حبك ودعائك

إلى روح والدي الطاهرة رحمه الله رحلت عن الدنيا وبقيت في قلبي أستودعك الله في كل لحظة فخر أعيشها اللهم إجعل هذا العمل صدقة جارية له

إلى إخوتي الأعزاء: نورة، محمد الطاهر، محمد عبد اللطيف، محمد نصر لله، بهار، جوري

إلى عطر المحبة أختي الكبرى حماها الله

إلى ذلك الذي كان دائما يسير معي إلى أن أصل لوجهتي ويحيطني بدعواته ...

إلى شريك نجاحي الذي كان لي السند والعوض والصديق داعمي الأول ووجهتي التي أستمد منها القوة الى من ساندني بكل حب عبد الباسط

إلى كل من نسته أقلامنا ولم تنساه قلوبنا أهدي ثمرة عملي هذا إلى من كانوا ولايزالون معي على طريق النجاح والذين شاركوني في هذا العمل، كما لا ننسى كل من قدم لنا يدا العون الإنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة.

أمينة

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم وبعد:

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

"**من لم يشكر الناس لم يشكر الله ومن أهدى إليكم معروفا فكافئوه فإن لم تستطيعوا فأدعوا له.**"

وعملا بهذا الحديث نشكر الله الذي أعاننا على اتمام مذكرتنا وبتوفيق منه تمكنا من تقديم هذا العمل المتواضع.

أما بعد يشرفنا ان نتقدم بجزيل الشكر الى الدكتورة المحترمة "غراب سعيدة" على توجيهاتها القيمة لنا، وبذل مجهودها المعرفي في سبيل الاشراف العلمي على هذا العمل، نسأل لله ان يجازيها خير الجزاء.

كما نتوجه بالشكر للدكتور"أحمد بجاج" الذي ساعدنا ولم يبخل علينا وقدم لنا يدا لعون.

كما نتقدم أيضا بالشكر لجميع أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال ومسؤولي دار المقاولاتية وعلى رأسهم الدكتور"عبد الحميد مراكشي" و"ثامر محمد بشير" بجامعة غرداية، نشكرهم جزيل الشكر على مساعدتهم لنا جزاهم لله كل خير.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن مدى فاعلية الإستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين وتوعيتهم بمدى أهمية الدخول في مجال المقاولة. من خلال طرح التساؤل التالي: إلى اي مدى تؤثر الاستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية على تنمية الفكر المقاولاتي لدى طلبة جامعة غرداية؟

وللإجابة على هذا التساؤل طبقنا المنهج الوصفي التحليلي مستخدمين مجموعة أدوات جمع البيانات تجسدت في المقابلة والاستبيان، الأولى كانت موجهة للأساتذة القائمين على تسيير مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية أما الأداة الثانية فقد قمنا بتوزيعها على عينة حصصية مكونة من 120 طالب وطالبة مقبلين على التخرج للسنة الثالثة ليسانس بمختلف كليات جامعة غرداية، لنصل من خلالها الى مجموعة من النتائج أهمها:

أثرت الاستراتيجيات الاتصالية التي يعتمدها مركز تطوير المقاولاتية بشكل نسبي على تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة ويظهر ذلك عبر النتائج التي توصلنا اليها من خلال الاستبيان. ويبرز ذلك من خلال اللقاءات المباشرة التي تشمل التحسيس والتكوين وورشات العمل التطبيقية. وقد أثبتت الوسائل الإتصالية المباشرة فعالية أكبر في استقطاب اهتمام الطلبة، نظرا لطابعها التفاعلي والشخصي. غير أن الوسائل الحالية تفتقر الى كفاءة تامة في تلبية حاجات وتطلعات الطلبة المهتمين بالمقاولاتية. كما أن الأنشطة الإتصالية للمركز تؤثر بنسبة لا تتعدى (60%) على وعي الطلبة بالفكر المقاولاتي، وظهر بأنها لا تزال بحاجة الى مزيد من التحفيز والتفاعل العلمي. من جهة أخرى يواجه المركز تحديات تعيق أداءه أبرزها مقاومة الطلبة لفكرة المقاولاتية، وضعف المبادرة، الى جانب محدودية الوسائل التي توفرها المصالح الإدارية.

الكلمات المفتاحية: إستراتيجيات إتصالية، فكر مقاولاتي، طلبة جامعيين، مركز تطوير المقاولاتية، دار المقاولاتية.

Abstract :

This study aims to investigate the effectiveness of the communication strategies adopted by the Entrepreneurship Development Center In promoting entrepreneurial thinking among university students and raising their awareness of the importance of engaging in entrepreneurial ventures.

To this end, the study seeks to answer the following research question:

To what extent do the communication strategies of the Entrepreneurship Development Center at the University of Ghardaia influence the development of entrepreneurial thinking among its students?

To answer this question, a descriptive-analytical method was employed, utilizing à set of data collection tools, including interviews and a questionnaire. The interview tool was directed at faculty members at the University of Ghardaia to gather their perspectives on the effectiveness of the center. The questionnaire targeted a sample of 120 first-year Master's students from various departments within the Faculty of Economic, Commercial, and Management Sciences.The results showed that the communication strategies adopted by the Entrepreneurship Development Center have a relatively limited impact on fostering entrepreneurial thinking among students, as they contribute only modestly to raising awareness of the importance of entrepreneurship and promoting interest in entrepreneurial projects. This is reflected in the limited participation in activities such as awareness sessions, training programs, and workshops.Furthermore, despite the importance of these strategies, their impact remains weak, largely due to the lack of targeting and alignment with students' interests and personal needs. The tools currently used are insufficient to meet the expectations and needs of students from different backgrounds.Moreover, the findings revealed that the Center's communication strategy relies heavily on a linear, one-way model of communication that focuses primarily on disseminating information rather than fostering interactive engagement and stimulating entrepreneurial spirit.Additionally, statistical results indicated that the Center's effectiveness score in influencing students' entrepreneurial thinking does not exceed 60%. This demonstrates a weak level of awareness and engagement, suggesting that the Center's strategies still require further development and improvement.

On the other hand, several challenges hinder the Center's effectiveness, most notably students' lack of motivation, low initiative, weak participation in the Center's activities, and the limited availability of appropriate tools and media to support the promotion of entrepreneurial thinking.

Keywords:

Communication Strategies – Entrepreneurial Thinking – University Students – Entrepreneurship Development Center – Dar Al-Mouqalatine.

قائمة المحتويات

الرقم	المحتوى	الصفحة
	الإهداء	
	الشكر	
	ملخص الدراسة	
	قائمة المحتويات	
	قائمة الجداول	
	قائمة الملاحق	
	مقدمة	أ-ب
الفصل الأول		
الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة		
	تمهيد	02
1	تحديد مشكلة الدراسة	03
2	أسباب إختيار الموضوع	05
3	الدراسات السابقة	05
4	أهمية الدراسة	09
5	أهداف الدراسة	09
6	تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة	10
7	الإطار النظري للدراسة	15
8	الإجراءات المنهجية للدراسة	19
	أولا: منهج الدراسة	19
	ثانيا: أدوات جمع البيانات	21
9	مجتمع البحث وعينة الدراسة	22
10	مجال الدراسة (المكانية، الزمانية، البشرية)	24
	خلاصة الفصل الأول	25

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية		
عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة		
	التمهيد	26
01	عرض وتحليل البيانات الديموغرافيا لعينة الدراسة	27
02	عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول	32
03	عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني	46
04	النتائج العامة للدراسة	61
05	الخاتمة	64
	قائمة المراجع	66
	الملاحق	70

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل توزيع عينة الدراسة	11
02	يمثل جنس المبحوثين	27
03	يمثل سن المبحوثين	28
04	يمثل الحالة الاجتماعية للمبحوثين	29
05	يمثل الكلية التي يدرس فيها المبحوثين	30
06	يمثل الوضعية المهنية للمبحوثين	31
07	يمثل نظرة المبحوثين حول كيفية اتخاد قراراتهم المتعلقة بوظيفتهم المستقبلية	32
08	مدى ميول الطلبة نحو فكرة انشاء مشروعهم الخاص	33
09	مصادر معرفة الطلبة بوجود مركز تطوير المقاولاتية	34
10	الأنشطة التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية	35
11	أكثر الوسائل الفعالة التي يستخدمها مركز تطوير المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي حسب رأي المبحوثين	37
12	يوضح آراء الطلبة حول مدى مساهمة الأنشطة التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية في فهم ريادة الاعمال	38
13	يوضح أبرز الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند المشاركة في أنشطة مركز تطوير المقاولاتية	39
14	يوضح الوسائل المستخدمة للإطلاع على الأنشطة الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية	40
15	يوضح دراسة المقياس حول المقاولاتية	41
16	يوضح دعم ومساعدة مركز تطوير المقاولاتية الطلبة بشكل فردي	43
17	يوضح حضور المبحوثين لدورة تكوينية قام بها مركز تطوير المقاولاتية	44
18	يوضح تأثير الدورة على المبحوثين	45
19	يوضح أبرز المهارات المكتسبة من خلال المشاركة في أنشطة المركز	45
20	يوضح بعد التعرض للأنشطة هل أصبح لديك تصور لإنشاء مؤسستك الخاصة	46
21	يوضح طرق تفاعل الطلبة مع فكرة إنشاء مؤسستهم الخاصة	46

22	يوضح نقل الطلبة للمعلومات المقاولاتية داخل وخارج الجامعة	47
23	يوضح مناقشة فكرة مشروعك الخاص مع أحد المقاولين خارج الحيز الجامعي	47
24	يوضح مجهودات المركز في إيصال المعلومات لجميع الطلبة	48
25	يوضح مساعدة المركز لتحويل أفكار الطلبة الى مشاريع حقيقة	49
26	يوضح اتاحة التواصل عبر المنصات الرقمية في مركز تطوير المقاولاتية	49
27	يوضح مساهمة الأنشطة في تعزيز رغبة المبحوثين في أن يصبح مقاول	50
28	يوضح الرغبة في وجوود تطبيق خاص بالمركز لتسهيل الوصول الى خدماته	51
29	يوضح مدى ثقة الطلبة في مرافقة المركز لهم في تأسيس مشاريع مستقبلية	51
30	يوضح رأي الطلبة في كفاية معلومات المركز لإنجاز مشروعهم الخاص	52
31	يوضح اهم العوائق التي تواجه الطلبة في تبني الفكر المقاولاتي	52
32	يوضح رأي الطلبة في دعم المركز لتجاوز عوائق تبني الفكر المقاولاتي	53
33	يوضح الخدمات المقترحة لتحسين التواصل بين المركز وطلبة	54
34	يوضح العلاقة بين الفئة العمرية للمبحوثين والتصور المتولد لديهم في انشاء مؤسسة خاصة بعد التعرض لأنشطة المركز	55
35	يوضح العلاقة بين الفئة العمرية وميول أفراد العينة نحو ممارسة مشروع خاص بهم	56
36	يوضح العلاقة بين الوضعية المهنية والتصور المتولد لدى المبحوثين بعد تعرضهم للأنشطة المركز	57
37	يوضح العلاقة بين الوضعية المهنية وميول المبحوثين لممارسة مشروعهم الخاص	58
38	يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية للمبحوثين والتصور الذي أصبح لديهم بعد التعرض لأنشطة المركز	59
39	يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية وميول المبحوثين لإنشاء مشروعهم الخاص	60

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس	27
02	يمثل توزيع المبحوثين على حسب السن	28
03	يمثل الحالة الإجتماعية للمبحوثين	29
04	يمثل الكليات التي يتمدرس فيها المبحوثين	30
05	يمثل الوضعية المهنية للمبحوثين	31
06	يمثل نظرة المبحوثين حول كيفية إتخاذ قرارات تتعلق بمستقبلهم المهني	32
07	يمثل ميول المبحوثين لفكرة انشاء مشروع خاص	33
08	يمثل مصادر معرفة الطلبة بوجود مركز تطوير المقاولاتية	34
09	يمثل الأنشطة التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية	36
10	يمثل أكثر الوسائل الفعالة التي يستخدمها المركز في نشر الفكر المقاولاتي حسب رأي المبحوثين	37
11	يمثل آراء الطلبة حول مدى مساهمة الأنشطة التي يقدمها المركز في فهم ريادة الأعمال	38
12	يمثل أبرز الصعوبات التي يواجهها الطلبة في عند المشاركة في أنشطة المركز	39
13	يمثل الوسائل المستخدمة للإطلاع على الأنشطة الإتصالية للمركز	40
14	يمثل المبحوثين الذين درسو مقياس المقاولاتية	42
15	يمثل مدى دعم المركز للطلبة بشكل فردي	43
16	يمثل حضور المبحوثين للدورات التكوينية التي يقيمها المركز	44

قائمة الملاحق

الرقم	الملحق	الصفحة
01	إستمارة الإستبيان	70
02	إستمارة المقابلة	77
03	القرار (1275)	79
04	القرار رقم (008)	80

المقدمة

المقدمة:

يعيش العالم اليوم تحولات اقتصادية واجتماعية متسارعة، حيث أصبح من الضروري البحث عن حلول بديلة لمواجهة التحديات الراهنة لمختلف المجتمعات. وعلى رأسها مشكلة البطالة التي باتت تهدد مستقبل الشباب وخاصة خريجي الجامعات. وفي ظل محدودية فرص التوظيف في القطاع العام سعى أغلب الأفراد الى الخوض في مجال الأعمال والمخاطرة برؤوس أموالهم في عالم الأعمال الحرة وبرز جراء ذلك مفهوم المقاولاتية الذي يهتم بعالم المال والأعمال ويعتبرها كوسيلة استراتيجية لتقوية التشغيل الذاتي والمساهمة في التنمية المستدامة.

بما أن الجامعة مكان هام لتنمية وتكوين رأس المال البشري وفي ظل إنفتاحها على محيطها الخارجي تجاوز دورها التقليدي ووظائفها المتعارف عليها من تعليم وتكوين أصبحت تلعب دورا مهما في تنشئة خريجين ذوو أفكار إبتكارية تهدف إلى خلق فرص عمل وإنشاء مؤسسات تبدأ صغيرة ولها قابلية للنمو والتطور، تفعل الجامعات الجزائرية ذلك من خلال البرامج التكوينية وكذلك المنشآت الحديثة المخصصة لهذا الغرض نذكر منها مركز تطوير المقاولاتية الذي يهتم في وظائفه بتشجيع تبني الطلاب للفكر المقاولاتي وتطوير روح المبادرة عندهم وتوعيتهم وتحسيسهم لأجل تجسيد أفكارهم على أرض الواقع من أجل خلق مناصب شغل وتشغيل والمساهمة في بناء الأنساق الاقتصادية في البلاد.

وفي هذا السياق، يعد مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية أحد أهم الآليات المؤسساتية التي تم إستحداثها لتعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة إذ تأسس سنة(2012)، ويعمل تحت إشراف مديرية الجامعة ويضم هيكلا تنظيميا متكونا من منسق للمركز، مصلحة للمتابعة والتكوين، ومصلحة للإتصال والتوجيه، مما يجعله فاعلا أساسيا في نشر ثقافة ريادة الأعمال داخل الحرم الجامعي.

ومن أجل تحقيق هذه الغاية تسطر مراكز تطوير المقاولاتية استراتيجيات اتصالية مدروسة عبر مختلف وسائل الاتصال التقليدية والرقمية بغرض توعيتهم بأهمية هذا المجال كالملتقيات، الورشات، الايام الدراسية، التفاعل عبر منصات التواصل الاجتماعي .... إلخ.

وانطلاقا من هذا الواقع جاءت دراستنا للكشف عن طبيعة الاستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية التي دورها في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة في ذات الجامعة، من خلال مجموعة من الأهداف من بينها محاولة التعرف على نوع الاستراتيجية الإتصالية المستخدمة من طرف

المركز والسعي نحو التعرف على أبرز الصعوبات التي يواجهها المركز في مجال التواصل للوصول إلى اقتراح حلول وآليات اتصالية فعالة تسهم في تعزيز دوره داخل الجامعة.

قمنا بتقسيم دراستنا الى فصلي إثنين، حيث احتوى الفصل الأول على الإطار المنهج الذي تطرقنا فيه إلى تحديد اشكالية الدراسة وصياغة تساؤلها الرئيسي كما ذكرنا الأسباب التي أدت بنا إلى اختيار الموضوع مبرزين أهمية الدراسة والأهداف المرجوة منها، قمنا ببناء الإطار المنهجي بمساعدة الدراسات السابقة التي كانت مرجعا أضاف إلى معارفنا معلومات وسعت مداركنا حول الموضوع وبناء إشكاليته لنستطيع بعدها تفكيك المفاهيم الأساسية للدراسة وتعريفها وتحديدها بدقة، ولتحديد إطار الدراسة قمنا بإختيار النظرية البنائية الوظيفية، وفي هذا الفصل كذلك قمنا بتحديد منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات التي وقع إختيارنا عليها، وتحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة، وقمنا بتوضيح الحدود الزمانية والمكانية والبشرية للدراسة.

أما الفصل الثاني تم التطرق فيه للدراسة الميدانية الذي عرضنا فيه البيانات التي ثم جمعها ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى إستخلاص النتائج العامة للدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة ثم الخاتمة وفي الأخير تم تقديم بعض التوصيات المتعلقة بالموضوع.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:

يشكل الإطار المنهجي أحد الاعمدة الأساسية للبحث العلمي فهو يحدد الأدوات والخطوات التي يعتمدها من اجل جمع المعلومات وتحليلها والوصول الى نتائج مشروعة، دقيقة، وموضوعية، وبما ان دراستنا تهدف الى معرفة الاستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية ودورها في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة فان هدا البحث يتطلب دراسة ميدانية تعتمد على أسس علمية موضوعية للإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

وعليها اتبعنا هدا الترتيب المنهجي المنظم كالاتي:

إشكالية الدراسة، التساؤلات الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، الدراسات السابقة، أهمية الدراسة، اهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة، الإطار النظري للدراسة، المنهج وأدوات الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، مجالاتها.

1. الإشكالية:

تعد المقاولاتية من اهم المواضيع التي تحظى باهتمام متزايد بالنسبة للدراسات المهتمة بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية نظر لدورها البارز في دعم الاقتصاد وتحفيز الابتكار، كما أنها تمثل أحد أبرز الحلول الأساسية للقضاء على شبح البطالة الذي يهدد المجتمعات والدول وبالأخص فئة الطلبة خريجي الجامعات.

وفي هذا الإطار انتقل هذا الاهتمام إلى مجال التعليم العالي وذلك بعد القرار الوزاري المتعلق بتفعيل المقاولاتية في مؤسسات التعليم العالي بمثابة نقلة استراتيجية تهدف الى ربط البحث العلمي بسوق العمل من خلال تحفيز الطلبة على تطوير أفكارهم وتحويلها إلى مشاريع قابلة للتطبيق التجاري، في هذا السياق ظهر ما يعرف بالقرار(1275) [1]الذي يشمل عدة محاور جوهرية تتلخص في الآتي:

– تعزيز ثقافة المقاولاتية ـ تقريب الفجوة بين الجامعة والسوق ـ دعم عملية تحويل المشاريع. وبعدها ظهر القرار (008)[2] مؤرخ في 23 فيفري 2025 يعدل ويتمم القرار السابق المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 الذي يحدد كيفيات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية ــ مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي.

حيث أصبح التعليم المقاولاتي يحظى بمكانة هامة في الجامعات الجزائرية من خلال البرامج والاستراتيجيات التي تهدف إلى نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلبة وتشجيعهم على خوض غمار المقاولاتية كخيار مهني بديل يعزز فرص إدماجهم في سوق العمل. وإدراجه ضمن المقاييس المدرّسة في الجامعة في كل المستويات بالموازاة أنشأت الجامعات داخل هياكلها مصالح ومراكز لتعزيز التوجه المقاولاتي والفكر الطلابي وأطلق عليها عدة تسميات كمركز المقاولاتية ودار المقاولاتية... الخ.

تعد مراكز تطوير المقاولاتية بمثابة منصات استراتيجية تهدف الى تعزيز الفكر المقاولاتي داخل الجامعات، فالاستراتيجيات الاتصالية لمركز المقاولاتية لا تقتصر فقط على تقديم المعلومات حول إنشاء المؤسسات أو التمويل، بل تشمل أيضًا مجموعة من الأنشطة الاتصالية والترويجية مثل الندوات، الورشات التدريبية، الحملات الإعلامية، والتواصل عبر المنصات الرقمية. كما تستند إلى وسائل اتصال متنوعة

[1] قرار(1275)، مؤرخ في سبتمبر 2022، **يحدد كيفية إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة.**

[2] قرار (008)، مؤرخ في 23فيفري 2025، **يعدل ويتمم قرار السابق الذي يحدد كيفية إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة.**

تجمع بين الاتصال المباشر (كاللقاءات التوجيهية والاستشارات الفردية) والاتصال غير المباشر (كالمنشورات الرقمية والفيديوهات الترويجية). حيث تقوم بتنظيم ورش عمل وندوات ودورات تدريبية متخصصة لتزويد الطلبة بالمهارات والمعارف اللازمة لاستشراف آفاق ريادة الأعمال.

وعلى الرغم من الجهود المبذولة تظهر عدة تحديات تؤثر في فعالية هذه المبادرات إذ يلاحظ أن التفاعل الإيجابي للطلبة قد يكون محدودا في ظل ظروف نقص الموارد والتوجيه المؤسسي غير المتكامل، مما يستدعى اعادة النظر في استراتيجيات الاتصال المعتمدة.

ورغم تعدد هذه الاستراتيجيات، إلا أن فعاليتها في تغيير نظرة الطلبة نحو المقاولاتية كمستقبل مهني بديل لا تزال محل تساؤل.

والإشكالية المطروحة هنا تتعلق بمدى فعالية هذه الاستراتيجيات في تحقيق أهداف مركز المقاولاتية، وتبحث ان استطاعة هذه المراكز فعليًا إقناع الطلبة بجدوى المقاولاتية كبديل عن التوظيف التقليدي، ما إذا الوسائل الاتصالية المستخدمة تتناسب مع احتياجات الطلبة وتطلعاتهم والبحث في التحديات التي تواجه هذه الاستراتيجيات في إيصال رسائلها وتحقيق التأثير المطلوب.

بناءً على ذلك، نطرح تساؤل دراستنا الرئيسي كما يلي:

إلى أي مدى تؤثر الإستراتيجيات الإتصالية لمركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية على تنمية الفكر المقاولاتي لدى طلبة جامعة غرداية؟

ويتفرع عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1- ماهي أهم الإستراتيجيات الاتصالية التي يعتمدها مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية في نشر الفكر المقاولاتي لدى طلبة جامعة غرداية؟

2- ماهي أكثر الوسائل الاتصالية فاعِلية في استقطاب اهتمام الطلبة نحو المقاولاتية بمركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية؟

3- هل تلبي الوسائل الاتصالية التي يستخدمها مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية احتياجات وتطلعات طلبة جامعة غرداية المهتمين بالمقاولاتية؟

4- ما مدى نجاح الانشطة الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية في بناء فكر مقاولاتي لدى طلبة جامعة غرداية؟

5-ماهي الصعوبات التي تواجه مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية في نشر الفكر المقاولاتي لدى طلبة جامعة غرداية؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

إضافة الى أن الدافع لقيامنا لهذه الدراسة هو إستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر قمنا بإختيار هدا الموضوع بناء على عدة أسباب، حداثة الموضوع وعدم التطرق إليه بشكل كافٍ في الدراسات السابقة، بالإضافة إلى التغيير الحاصل في أساليب التعليم الجامعي. كما أن الأهمية الاجتماعية والاقتصادية للمقاولاتية جعلت منه موضوعًا يستحق البحث والتحليل، خاصة في ظل الاهتمام العالمي المتزايد بريادة الأعمال. إلى جانب ذلك، نسعى من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يلعبه مركز تطوير المقاولاتية على مستوى جامعة غرداية في تعزيز هذا المجال، وما إذا كان يساهم في سد الفجوة بين مخرجات التعليم ومتطلبات سوق العمل، مما يعطي البحث بعدًا تطبيقيًا مهمًا.

3. الدراسات السابقة:

من خلال اطّلاعنا على مجموعة من الدراسات والأبحاث وجدنا مجموعة منها سبق ان تناولت هذا الموضوع نذكر من بينها:

- **الدراسة الاولى:**

طالبة فاطمة الزهراء عزيزي، (2023) [1] والتي هدفت من خلالها الباحثة الى التعرف على مدى توافر استراتيجية اتصال في جامعة عنابة وقياس مستوى الثقافة المقاولاتية السائدة لدى طلبة جامعة عنابة كما قامت بتحديد العلاقة بين استراتيجية الاتصال بالجامعة ونشر الثقافة المقاولاتية لدى طلبة جامعة عنابة، وفي الأخير اقترحت استراتيجية اتصالية فعالة تنتهج بالمؤسسة الجامعية تفعل عملية ترسيخ الثقافة المقاولاتية، والتوجه نحو تبني الجامعة المقاولاتية بالجزائر.

كما قامت الباحثة بإستخدام المنهج الوصفي الذي رأت انه الأنسب لعرض كل أبعاد الاستراتيجية الاتصالية والثقافة المقاولاتية في الجامعة ومعرفة أبرز المؤثرات الناجمة عنها، واستخدمت في

[1] طالبة فاطمة الزهراء عزيزي، **استراتيجية الاتصال بالجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة** دراسة ميدانية في جامعة عنابة. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث 2022-2023.

دراستها الميدانية الادوات البحثية التالية: الملاحظة، المقابلة، المقابلات غير المقننة، المقابلات المقننة، الاستبيان.

اختارت الباحثة عينة عشوائية طبقية للطلبة المتمدرسين في جامعة باجي مختار-عنابة، حجم العينة 380 طالبا وتم استرداد 375 استبيانا صالحا للتحليل.

توصلت الباحثة الى عدة نتائج من خلال بحثها حيث اوضحت ان الاستراتيجيات الاتصالية المنتهجة من قبل جامعة عنابة لا تساهم بشكل كبير في ترسيخ الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة.

التعقيب:

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث الهدف وهو نشر الفكر المقاولاتي في الجامعة وتأثيره على توجه الطلبة نحو المقاولاتية، كما تشابهت من حيث المنهج والاداة (الاستبيان، المقابلة، المقابلة المقننة)، كما قامت الباحثة في دراستها بإضافة ادوات اخرى وهي الملاحظة والمقابلات الغير المقننة، واختلفت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث نوع العينة المستخدمة، استخدمت الدراسة السابقة عينة عشوائية طبقية اما في دراستنا قمنا بإختيار عينة قصدية حصصية، كما اختلفت ايضا من حيث الاستراتيجية الاتصالية فالدراسة السابقة قامت بدراسة الإستراتيجية الاتصالية بالجامعة، اما نحن فقمنا بدراسة الإستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية.

- **الدراسة الثانية:**

بن صالح عائدة، واخرون (2023) [1] هدفت هذه الدراسة من خلال الباحثات إلى توضيح مدى مساهمة الأنشطة الاتصالية لدار المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي، حيث سعت إلى التعرف على مفهوم كل من الأنشطة الاتصالية والمقاولاتية والفكر المقاولاتي والعلاقة التي تربط بين هذه المفاهيم، بالإضافة إلى التعرف على دار المقاولاتية بجامعة قالمة وأهم نشاطاتها الاتصالية. كما هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به دار المقاولاتية في سبيل نشر الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي، وقياس مستوى ثقافة الطلبة في مجال المقاولاتية. وقد اعتمد الباحثات على المنهج الوصفي كونه الأنسب لإجراء هذه الدراسة، حيث استخدموا العينة القصدية التي اشتملت على 50 مفردة

[1] بن صالح عائدة، واخرون 2023/2022 **دور الانشطة الاتصالية لدار المقاولاتية في نشر الفكر المقاولات لدى الطلبة الجامعيين**، دراسة ميدانية بدار المقاولاتية بجامعة 8ماي 1945قالمة.

ممثلة في طلبة متخرجين من قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات. ولجمع البيانات، استعان الباحثات بالمقابلة المقننة واستمارة الاستبيان كأدوات رئيسية في الدراسة.

أظهرت نتائج الدراسة أن الطلبة في قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات لديهم معرفة سابقة حول مفهوم المقاولاتية، مما يشير إلى وجود وعي أولي بهذا المجال. وبينت النتائج أيضاً أن غالبية الطلبة المبحوثين كانوا على علم بوجود دار المقاولاتية بالجامعة، إلا أنهم لم يسبق لهم زيارتها، وهو ما يُعزى إلى الثقافة العامة للطالب الجامعي الذي لا يهتم بمثل هذه الجوانب. كما أسفرت النتائج عن أن أغلب الطلبة المبحوثين لم يسبق لهم الاستفادة من الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها دار المقاولاتية في الجامعة، وذلك بسبب عدم اهتمام الطلبة وتفاعلهم مع ما تقدمه هذه الهيئة من أنشطة، مما يُظهر فجوة بين ما تُوفره الدار من فرص ومدى استجابة الطلبة لها.

تعقيب:

تشابهت الدراستين في المتغير التابع و المتمثل في الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين وكذلك كلتا الدراستين تستهدفان نفس العينة و المتمثلة في الطلبة الجامعيين و تتشابه الدراستين أيضا في نفس الهدف الرئيسي و هو تنمية الفكر المقاولاتي عند الطلبة من خلال الاستراتيجيات و الانشطة الاتصالية بمركز تطوير المقاولاتية، كما تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في أدوات جمع البيانات و المنهج و العينة، و رغم أوجه التشابه العديدة بين الدراستين الا انه يوجد اختلاف بينهما الا و هو أن الدراسة السابقة اهتمت بالأنشطة الاتصالية بينما في دراستنا اهتممنا بالاستراتيجيات الاتصالية.

أوجه الاستفادة من خلال هذه الدراسة استطعنا تحديد المنهج المناسب لدراستنا واعتمدنا عليها كمرجع لتحديد بعض المصطلحات.

- **الدراسة الثالثة:**

حمدي أبو قاسم وآخرون (2019)[1] تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الجامعة في تعزيز الفكر المقاولاتي بين الطلبة الجامعيين، مع التركيز على دار المقاولاتية بجامعة الأغواط كنموذج تطبيقي. ومن بين النتائج التي توصل إليها الباحثون: زيادة مسؤولية الجامعة في دعم إنشاء المشاريع المقاولاتية بين الشباب الجامعي، انطلاقاً من دورها الاجتماعي والاقتصادي في بيئتها، حيث تؤكد النتائج

[1] د. حمدي أبو قاسم، واخرون، دور **الجامعة في ترقية الفكر المقاولات لدى الطلبة** (دار المقاولاتية بجامعة الاغواط نموذجا) 2019

على ضرورة تحديث البرامج التكوينية لجميع الطلبة لتتوافق مع التحول الاقتصادي نحو تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة المقاولاتية. كما أظهرت النتائج أهمية مرافقة الطلبة بالتعاون مع الشركاء الاقتصاديين مثل الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، بدءاً من مرحلة الفكرة ووصولاً إلى إنشاء المشروع، مما يعكس الحاجة إلى تعزيز الشراكة بين الجامعة ومحيطها الاقتصادي لتحقيق التنمية المقاولاتية.

تعقيب:

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا الحالية من حيث الهدف حيث تسعى الدراسة الى ابراز دور الجامعة في تعزيز الفكر المقاولاتي بين الطلبة أما نحن نسعى الى ابراز دور مركز تطوير المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي.

- **الدراسة الرابعة:**

بو الريحان فاروق، واخرون (2018)[1] تهدف هذه الدراسة إلى محاولة معرفة الدور الذي تلعبه دار المقاولاتية في نشر الثقافة والفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي ووضع حل لمشكلة البطالة لدى خريجي الجامعة، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال وصف وتحليل المفاهيم الأساسية المرتبطة بالثقافة المقاولاتية، مستخدمةً في ذلك أدوات متنوعة تشمل تحليل الوثائق والمقابلات مع الجهات المسؤولة عن إدارة دار المقاولاتية بالإضافة إلى استبيانات موجهة للخريجين والطلبة. وقد تم اختيار عينة الدراسة من خريجي الجامعة باستخدام طرق العينة الاحتمالية والعشوائية لضمان تمثيل النتائج لمختلف التخصصات والمستويات الأكاديمية، مما يسهم في تحقيق شمولية ودقة النتائج المتوصل إليها.

تعقيب:

تتشابه الدراستين في نشر الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي لكن دراستنا تركز على الاستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية في حين تتبنى الدراسة الاخرى منظورا أشمل لدور دار

[1] بو الريحان فاروق، واخرون، **دور دار المقاولاتية في نشر الثقافة والفكر المقاولات في الوسط الجامعي كأداة لحل مشكلة البطالة لدى خريجي الجامعة**، دراسة حالة دار المقاولاتية للمركز الجامعي ميلة، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المجلد 4، عدد1، جوان2018

المقاولاتية لفئة المتخرجين كفئة متأثرة بالبطالة، كما تتشارك الدراستين في استخدام نفس المنهج والاختلاف لي الأداة المستخدمة والعينة كذلك.

4. أهمية الدراسة:

تتميز هذه الدراسة بقيمتها متعددة الجوانب، حيث تجمع بين الجانبين النظري والتطبيقي لتقديم رؤية شاملة تسهم في تعزيز الفكر المقاولاتي وتنمية المهارات اللازمة لمواجهة تحديات العصر.

كما تلعب دورًا محوريًا في نشر ثقافة الابتكار والإبداع بين الشباب، مما يُسهم في إيجاد حلول إبداعية للمشكلات المجتمعية.

تُبرز الدراسة أهمية الاتصال في بناء جسور التعاون بين المركز والمؤسسات الأكاديمية والقطاع الخاص، مما يُساعد على خلق بيئة محفزة للنمو الاقتصادي والابتكار.

تؤكد على المكانة البالغة للمقاولاتية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

تُعتبر هذه الدراسة وسيلة فعالة للتقييم الجزئي لأعمال مركز المقاولاتية من خلال استطلاع آراء الطلبة وقياس مدى تنمية فكرهم المقاولاتي، مما يُسهم في تعزيز مسار التطوير والتحسين المستمر.

5. أهداف الدراسة:

تحليل الاستراتيجيات الاتصالية التي يعتمدها مركز تطوير المقاولاتية ودراسة مدى توافقها مع إحتياجات وتوقعات الطلبة.

معرفة كيف يؤثر نشر الفكر المقاولاتي في الجامعة على توجه الطلبة نحو المقاولاتية.

تعزيز وعي الطلبة بأهمية المقاولاتية وتحفيزهم على التفكير في إنشاء مشاريعهم الخاصة.

تقييم مستوى تفاعل الطلبة مع الأنشطة الاتصالية التي ينظمها مركز تطوير المقاولاتية ومدى تأثيرها على قناعاتهم حول ريادة الأعمال.

إقتراح استراتيجيات اتصالية جديدة أو تحسين الاستراتيجيات الحالية لتعزيز دور المركز في تنمية الفكر المقاولاتي.

6. تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة:

الاتصال هو روح العلاقات الإنسانية، ومن خلاله ينبض التفاعل بين الأفراد داخل المجتمع. فهو الوسيلة التي نُعبّر بها، نؤثّر ونتأثّر.

- **يعرف الاتصال:**

لغة: يعني الوصول الى الشيء أو بلوغه والانتهاء إليه، أما كلمة communication الإنجليزية مشتقة من الأصل اللاتيني communes ومعناها عام أو شائع أو مألوف، وتعني الكلمة المعلومة المرسلة، الرسالة الشفوية، أو الكتابية. [1]

اصطلاحا: يرى محمود عودة ان الاتصال يشير الى العملية او الطريقة التي تنتقل بها الافكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث العلاقة المتضمنة فيه. [2]

تشير كلمة اتصال الى معاني كثيرة لدى الكثير من الناس، والبعض ينظر اليها على انها علم، والبعض يعتبرها نشاطا ويرى اخرون انها مجال دراسة، بينما يعتقد البعض انها فن وهي قد تكون نشاطا عفويا لاشعوريا اوعملا مخططا هادفا. [3]

التعريف الإجرائي:

هو تلك العملية التي يعتمدها مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية لتبادل المعلومات والأفكار بين مختلف الأفراد أو الجماعات داخل الوسط الجامعي، وذلك باستخدام وسائل وأساليب متنوعة كالمحاضرات، الورشات، اللقاءات، تهدف إلى التأثير والتحسيس وتحقيق الفهم المشترك حول أهمية العمل المقاولاتي.

- **الإستراتيجية الاتصالية:**

هي عبارة عن خطوات علمية مدروسة ومنظمة وذات طبيعة خاصة تتكامل مع خطوات التخطيط الاستراتيجي الإداري لكل قطاعات المجتمع، لتحقيق غايات متكاملة تخدم الاتجاه المستقبلي لكل من المجتمع وجماهيره معا وليكون التطور او التقدم آمنا ومستقرا ومتوازنا. [4]

---

[1] ربحي مصطفى عليان، **إدارة مراكز مصادر التعلم**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 125

[2] سامية عواج، **الاتصال في المؤسسة**، مركز الكتاب الأكاديتي، عمان، 2020، ص 9

[3] منال طلعت محمود، **مدخل الى علم الاتصال**، مدرس بالمعهد العالي والخدمة الاجتماعية جامعة الإسكندرية 2002، ص11

[4] محمد البادي، **التخطيط الاستراتيجي الاتصال**، دار المهندس للطباعة بدمياط الجديدة، 2007ت. ص 105

وعرف كل من بروشند (Brochand) ولندرفي (Lendrevie) استراتيجية الاتصال بأنها مجموعة من القرارات الأساسية التي يجب أخذها بعين الاعتبار لتحقيق الأهداف المرجوة، واستعمال الوسائل الضرورية لتحقيق هذه الأهداف. [1]

هي مجموعة متنافسة من وسائل العمل في الاسواق التي تسمح للمنظمة او المؤسسة الاتصال بمحيطها والتأثير على الزبائن ذو القدرة الشرائية. 2

هي مجموعة من القرارات الكبرى التي تتخذ من بين الاختيارات الهامة في الاتصال، تحديدا للأهداف المرجوة منه والوسائل المستعملة فيه.3

التعريف الإجرائي:

هي مجموعة من الخطوات المتتابعة والمنظمة التي يعتمدها مركز تطوير المقاولاتية للتأثير على الطلبة الجامعيين من خلال اختيار الوسائل الإتصالية المناسبة وتوجيه الرسائل التحسيسية والمرافقة بشكل فعال، بهدف نشر الفكر المقاولاتي وتشجيع الطلبة على إنشاء مشاريعهم.

- **تعريف المقاولاتية:**

لغة: هي كلمة مشتقة من كلمة المقاول فتشير خاصة الى الخطر او المغامرة التي تميز توظيف الأموال في النشاط الاقتصادي. [4]

اصطلاحا: كما تعرف على أنها الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها. إذ أنه عمل اجتماعي بحت. [5]

---

[1] عزيزي فاطمة الزهراء، **إستراتيجية الاتصال بالجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، دراسة** ميدانية في جامعة عنابة، أطروحة مقدمة النشل شهادة الدكتوراه، كلية الاعلام والاتصال والسمعي البصري جامعة قسنطينة 3 2022 – 2023، ص 33

[2] I.whlleer: stratagem and the vocabulary of military trickery ,lady, brills, Mnemosyne
supplement 108,1988، p3.9

[3] Fabienne Deuviller Dictionnaire bilingue de la publicité et de la communication bordas, Paris, 1990, p163

[4] قوامسي رشيدة، **التأصيل النظري المقاولاتية كمشروع والنظريات المفسرة للتوجه المقاولاتي**، مجلة المنتدى الدراسات والابحاث الاقتصادية. مجلد4العدد2, 2022ص160.

[5] هاجر بوزيان الرحماني، **المقاولاتية**، العالم يقرا للنشر والتوزيع، جامعة بلحاج بوشعيب عين تيموشنت، 2022، ص3

المقاولاتية هي القدرة والرغبة في تنظيم وادارة الأعمال بكافة أنواعها، عن طريق إنشاء شيء جديد ذو قيمة وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطرة المصاحبة، واستقبال المكافئة الناتجة، بغرض الإسهام في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. [1]

عرفت المقاولة على أنها ممارسة مختلف الأعمال والأنشطة الاقتصادية التي تحمل في طياتها روح المخاطرة والمغامرة، مع ضمان النجاح من خلال الإدارة المتخصصة. [2]

التعريف الإجرائي:

هي عمل إجتماعي بحث منظم يشجع عليه مركز تطوير المقاولاتية، يقوم به الفرد المبدع او المقاول في إطار قانوني لإنشاء مشروع جديد أو تطوير مؤسسة قائمة قد يحتمل الربح او الخسارة، وتساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية.

- **مفهوم الفكر المقاولاتي:**

ينطلق الفكر المقاولاتي من فكرة. حيث تعبر هذه الفكرة على الغاية أو الأمل الذي يتثبت الفرد به من أجل تحقيق والوصول من خلاله إلى المراتب المنشودة. وقد تأتي الفكرة على شكل حدث. رغبة الهام فرصة يجب استغلالها لأن الفكرة الأولية هي التي تتحول فيما بعد إلى مشروع ثم إلى مؤسسة. [3]

الفكر المقاولاتي هو نوع من السلوك يتمثل في أنه السعي نحو الابتكار واعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية وتكوين مسار الحصول على موارد بشرية ومادية بهدف إنشاء وتطوير وغرس

[1] زايدي حكيم وآخرون، **نشر الفكر المقاولاتي وتنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين**، مجلة الاقتصاد وتنمية المقاولاتية، حالة دار المقاولاتية بتبسة والوادي، عدد 04، 2021، ص 92-93

[2] قارة إبتسام واخرون، **دور دار المقاولاتية في تطوير الفكر المقاولاتي لدى الشباب الجامعي**، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، العدد 2، مختبر دراسات التنمية المكانية والريادية، 2020

[3] محمد الأزهر ريمي، **دور التكوين المهني في تفعيل الفكر المقاولاتي لدى المتكونين**، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تنظيم وعمل، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الشهيد محمد 82لخضر، الجزائر، 2019-2020، ص(14)

حلول تسمح بالإجابة الحاجيات الأفراد والجماعات وفق تسلسل وتنسيق معرفي وهيكلي حسب متطلبات العصر لتأسيس الأفراد مشاريعهم الخاصة.[1]

الفكر المقاولاتي فهو الذهنية التي تقود الفرد إلى اتخاذ المبادرات والتحديات ليصبح فاعلا أساسيا في مستقبله الشخصي والمهني ويرتبط بالعديد من القدرات أو الخصائص المقاولاتية.[2]

الفكر المقاولاتي هو وليد أزمات وأفكار ومراجع إيديولوجية وعدة تراكمات معرفية منذ عشرينيات القرن الماضي إلا أن الانطلاقة الحقيقية هي مع بداية الألفية الجديدة بالنظر إلى النتائج المحققة والتطور الغير مسبوق لهذا الفكر على المستوى الدولي[3] .

هو الخلفية المعرفية والسلوكية التي يحملها الطالب الجامعي عن بناء مشروع مهني شخصي بعد التخرج من الجامعة وعدم الانسياق وراء الوظائف الحكومية. [4]

التعريف الإجرائي:

هو طريقة تفكير يسعى مركز تطوير المقاولاتية إلى ترسيخها لدى الطلبة الجامعيين، تساعدهم في بناء مشاريع مهنية خاصة بعد التخرج من الجامعة، بعيدا عن فكرة الاعتماد على الوظيفة الحكومية.

- **مفهوم مركز تطوير المقاولاتية:**

هو عبارة عن هيئة مرنة، مقرها الجامعة تتمثل مهمتها في تحسيس تكوين وتحفيز طلبة الأطوار النهائية وضمان مرافقتهم الأولية من أجل انشاء مؤسساتهم الخاصة.

---

[1] أيمن عادل عبده، **التعليم الريادي لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والأمن الاجتماعي**، مداخلة ضمن المؤتمر السعودي الدولي الجمعيات ومراكز ريادة الأعمال، جامعة القصيم، سبتمبر 2014، ص 15

[2] زايدي حكيم، وآخرون، **نشر الفكر المقاولاتي وتنمية روح المقاولاتية لدى طلبة الجامعة، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال**، حالة دار المقاولاتية بتبسة الوادي، المجلد 04، العدد 05، 2021 ص 93

[3] تومي رياض، **أهمية الفكر المقاولاتي والمقاولاتية LESSTARTUPS كعامل للإبداع وتحقيق التنمية المحلية القطاع السياحي في الجزائر نموذجا**، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الثاني حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي، جامعة الماي 1945، قالمة، ص 03

[4] عيسى رمانة، وآخرون، **واقع الفكر المقاولاتي لدى طلبة الجامعة الجزائرية المقلبين على التخرج**، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 6 عدد 2، 15/04/2022، ص 04

كما يعتبر مركز تطوير المقاولاتية فضاء مفتوح للطلبة تنشط فيه ضمن اتفاقية بين وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي بهدف نشر الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي.[1]

مركز تطوير المقاولاتية هو عبارة عن هيئة مرنة، مقرها الجامعة تتمثل مهمتها في تحسيس، تكوين وتحفيز طلبة الأطوار النهائية وضمان مرافقتهم الأولية من أجل إنشاء مؤسسات تقدم قيمة مضافة للاقتصاد الوطني.

مركز تطوير المقاولاتية لجامعة غرداية يسيره كفاءات جامعية وإطارات تابعة للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية غرداية تحت إشراف كل من السيد مدير جامعة غرداية والسيد مدير الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب فرع غرداية، وهو مهيكل في شكل لجنة مشتركة للقيادة والتنشيط تتكون من مدير ومنشطين.[2]

التعريف الإجرائي:

مركز تطوير المقاولاتية هو الهيئة الجامعية التي تُعنى بتحسيس، تكوين، وتحفيز الطلبة الجامعيين، خاصةً في الأطوار النهائية، وذلك من خلال تنظيم أنشطة اتصالية متنوعة كالمحاضرات. وتهدف إلى نشر الفكر المقاولاتي ومرافقة الطلبة في خطواتهم الأولى لإنشاء مؤسساتهم الخاصة، وفق اتفاقية بين وزارة التعليم العالي ووزارة العمل. ويتم التركيز في هذا البحث على الاستراتيجيات الاتصالية التي تعتمدها هذه الدار في تفعيل هذا الدور.

[1] قصير بن عودة، **دور الدار المقاولاتية في تعزيز الفكر المقاولاتي (الريادي) لدى الطالب الجامعي**، مجلة التنمية البشرية، مجلد 7 عدد 2، 2020

[2] مركز تطوير المقاولاتية، جامعة غرداية، القطب 01 المنطقة العلمية، تصفح يوم 2025\02\11 متوفر على رابط https://cde.univ-ghardaia.edu.dz/

- **مفهوم الطلبة الجامعيين:**
- **اصطلاحا:** كما عرف محمد ابراهيم الطالب على أنه الفرد الذي اختار مواصلة الدراسة الأكاديمية والمهنية، ويأتي إلى الجامعة محملا معه جملة قيم وتوجهات صقلتها المؤسسات التربوية الأخرى. والجامعة من المفروض تحضره للحياة العليا كما يرى " ALAIN COULON."[1]

اجرائيا: يقصد بالطلبة الجامعيين في هذه الدراسة جميع الطلاب المسجلين بجامعة غرداية، والذين يزاولون دراستهم في السنة الثالثة ليسانس أو السنة الثانية ماستر، أي الطلبة المقبلين على التخرج في مختلف التخصصات والكليات التابعة للجامعة.

7. الإطار النظري للدراسة:

تعد النظرية أحد اهم الأجزاء المهمة في البحث العلمي لأنها تساعدنا على تفسير الواقع وتحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة. وفي إطار دراستنا هذه إخترنا النظرية البنائية الوظيفية نظرا لقدرتها على تفسير كيفية عمل المؤسسات داخل المجتمع، ودورها في تحقيق التوازن والاستقرار الاجتماعي. ومن هذا المنطلق يمكننا توظيف هذه النظرية في فهم وتفسير الدور الذي يؤديه مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية في الوسط الجامعي، بإعتباره أحد المكونات البنيوية داخل الجامعة.

- **النظرية البنائية الوظيفية ونشأتها:**

النظرية البنائية الوظيفية هي اتجاه قديم وحديث في نفس الوقت، دلك انها تتأصل في فلسفات وأفكار وبحوث المفكرين الأوائل بداية من أفلاطون وابن خلدون، كما نجد بروزها الحديث في أعمال تالكوت بارسونز وغيره، ما يعني أنها لا تعود إلى إسهامات وجهود منفردة لمفكر بحد ذاته، وإنما تستند إلى إرث فكري وتاريخي واجتماعي، قديم وحديث.[2]

[1] منى عتيق، **الطلبة الجامعيون بين تصور المستقبل وتأسيس الهوية الاجتماعية**، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الملتقى الدولي الأول حول الهوية الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ص402

[2] محمد غربي، وآخرون، **النظرية البنائية والوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، العدد 18اكتوبر 2016، تاريخ نشر المقال 15\10\2016، ص 184

والبنائية الوظيفية هي النظرية التي تم تطوريها في ثلاثينيات القرن العشرين، من قبل عدة علماء مثل: اميل دوركايم، ماكس فيبر، وتالكوت بارسونز، استخدمت بشكل واسع لوصف النظم الاجتماعية ووصف الوظيفة التي يجب ان يضطلع بها كل نظام لتحقيق الفكرة الرئيسية لهدا الاتجاه النظري، المتمثل في الحفاظ على تماسك المجتمع وتوازنه، والدي يتحقق من خلال المحافظة على توازن النظام وتكامله مع بقية نظم المجتمع.[1]

- **مفهوم الوظيفية:**

الوظيفية بشكلها الحديث جعلت المجتمع محور إهتمامها، وكذا العلاقات المتفاعلة بين أفراده، وبين التنظيم السائد فيه، أكثر من اهتمامها بالأفراد أو الجماعات. لذا تجدها تؤكد على حقيقة مؤداها أن المجتمع هو وحدة متجانسة متماسكة ومستقرة، يتكون من مجموعة من الأجزاء، وأن لكل جزء دور يؤديه ووظيفة يلعبها، حتى يمكن أن يستمر المجتمع في صورة متجانسة ومتوازنة ومستقرة.

- **مفهوم البناء:**

وهنا يمكن تعريف البناء بأنه مجموعة من العلاقات تقوم بين الوحدات فبناء الخلية مجموعة من العلاقات بين جزئيات مركبة، وبناء الذرة مجموعة من العلاقات بين الالكترونات والبروتونات.... ويظل الكائن الحي محافظاً على نوع معين من الاستمرار في البناء كلما كان حياً ... رغم أنه لا يظل محتفظاً بكامل الأجزاء – كالخلايا التي يضمها ... بحيث لا تبقى الخلايا التي يتألف منها الكائن الحي كما هي لفترة طويلة.[2]

- **ماهية البنائية الوظيفية:**

تمثل النظرية البنائية لوظيفية رؤية سوسيولوجية تنتمي إلى الفكر الوضعي كما تقدم سلفا، فالنزعة الوضعية منذ بداية القرن التاسع عشر معارضة للميتفيزيقيا التقليدية، وتؤيد العلم والمنطق التجريبي، وهذا كان يقتضي إلزامية الوصول إلى القوانين التي تخضع لها الوقائع والظواهر الاجتماعية. لذلك لجأ البنائيين الوظيفيين إلى تطعيم أفكارهم من العلم الطبيعي خاصة علم الأحياء وأهميته في دراسة المجتمع،

[1] ناصر بن عوض الزهراني، **الوظيفة الاجتماعية للدين في دعم التماسك الاجتماعي**، الإسلام أنموذجا مقاربة سيسيولوجيا من خلال النظرية البنائية الوظيفية، ص 147

[2] د. شحاتة صيام، **النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية الى ما بعد الحداثة**، مصر العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى 2009 ص48ص54

فاعلم الاحياء يدرس تراكيب ووظائف الكائن الحي، وبذلك تجاوزوا القصور والاخفاق الذي لحق بالنظريتين البنائية والوظيفية، وتستند البنائية الوظيفية الى مفهومي البناء Structure والوظيفة Function في تفكيكها لبنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها، وفي تحليلها للظواهر الاجتماعية وترابط **الوظائف المتولدة عن ذلك.**[1]

- **المرتكزات الأساسية للبنائية الوظيفية:**

يضم الاتجاه البنائي الوظيفي مجموعة من المفاهيم المحورية والمركزية إضافة لبعض المفاهيم المساعدة على فهم هدا الاتجاه. ومكن ان نوجز هده المفاهيم فيما يلي:

- **المجتمع:**

تنظر هده النظرية من مختلف تفرعاتها إلى المجتمع كونه نسق من الأفعال المحددة والمنظمة. ويتألف هدا النسق من مجموعة من المتغيرات المترابطة بنائيا والمتساندة وظيفيا. ويرى أصحاب هده النظرية ان للمجتمع طبيعة متعالية. أي يسمو عن كل مكوناته. ويتجلى هدا التعالي من خلال قواعد الضبط والتنظيم الاجتماعيين. هده القواعد تلزم الافراد بالانصياع لها والالتزام بها لان أي انحراف عنها يهدد تماسك المجتمع.

- **توازن المجتمع:**

ينظر البنائيون الوظيفيون الى التوازن الاجتماعي على انه هدف في حد داته، ويساعد المجتمع على أداء وظائفه وبقائه واستمراره ويتحقق بالانسجام بين مكونات البناء الاجتماعي والتكامل بين الوظائف الأساسية، يحيطها جميعا برباط من القيم والأفكار التي يرسمها المجتمع لأفراده وجماعاته.

- **البناء الاجتماعي:**

ويقصد بالبناء الاجتماعي مجموعة العلاقات الاجتماعية المتباينة التي تتكامل وتتسق خلال الأدوار الاجتماعية. فثمة مجموعة أجزاء مرتبة ومتسقة تدخل في تشكيل الكل الاجتماعي. وتتحد بالأشخاص والزمر والجماعات وما ينتج عنها من علاقات. وفقا لأدوارها الاجتماعية التي يرسمها لها الكل. وهو البناء الاجتماعي.[2]

---

[1] محمد غربي، وآخرون، **المرجع سابق دكره** ص 185

[2] قرادي محمد، **مآخذ النظرية البنائية الوظيفية والنظرية الإسلامية البديلة**، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الاغواط، المجلد 07 30ماي 2018

- **فروض البنائية الوظيفية:**

✓ إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.

✓ يميل هدا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، وادا حدث أي نوع من التنافر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشأ من أجل استعادة التوازن.

✓ تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره، وبمعنى آخر فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.

✓ إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام، وبدورها لا يمكن لهدا النظام أن يعيش.[1]

قمنا باستخدام النظرية البنائية الوظيفية لأنها تقوم بتحليل أدوار ووظائف المؤسسات الاجتماعية داخل المجتمع كونها تقوم على أن كل مكون من مكونات المجتمع يؤدي وظيفة معينة تساهم في استمراريته. وبالإسقاط على متغيرات دراستنا الحالية نجد أنه إضافة إلى تناسبها مع أهداف الدراسة لمحاولة فهم دور مركز تطوير المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي عن طريق الإستراتيجيات الاتصالية في الوسط الطلابي. مركز تطويرالمقاولاتية بالجامعة عبارة عن كيان تنظيمي يتشكل من مجموعة من المصالح تؤدي وظائف محددة في تكامل وظيفي يدعم نشر الثقافة المقاولاتية عند الطلاب و تساهم في تعزيز دورهم داخل المجتمع بعد تخرجهم والمحافظة على وظائفه كما تدعم تماسكه عبر ضمان التشغيل الذاتي وخلق فرص عمل جديدة.

[1] **النظرية البنائية الوظيفية ووسائل الاعلام**، مادة تعليمية غير منشورة، بدون مؤلف، بدون تاريخ.

8. الإجراءات المنهجية للدراسة:

➢ أولا: منهج الدراسة:

ويقصد بالمنهج الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة.

هو مجموعة من الخطوات المنظمة التي يتبعها الباحث أو الدارس في معالجة الموضوعات التي يقوم بدراستها إلى أن يصل إلى نتيجة معينة.[1]

وردت أيضا كلمة المنهج في المعجم الوسيط بمعنى الطريق البين إلى الحق في أيسر سبله، وأخذت كلمة منهج Method معناها الحالي كمجموعة من القواعد والإجراءات التي تهدف للوصول إلى الحقيقة.[2]

ايضا هو طريقة التي يتعين على الباحث أن يلتزم بها في بحثه، حيث يتقيد بإتباع مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير البحث ويسترشد بها الباحث في سبل الوصول إلى الحلول المشكلة البحث.3

نظرا لطبيعة موضوع الدراسة الذي يركز على دور الاستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين، تم اختيار منهجين إثنين: المنهج الوصفي ومنهج دراسة الحالة.

- **المنهج الوصفي:**

نظرًا لإختلاف مناهج وتقنيات البحث بحسب طبيعة وموضوع الدراسة، فقد إرتأينا أن المنهج الوصفي هو الأنسب لاعتمادِه في هذه الدراسة، اذ انه يتصل مفهوم البحث الوصفي The discriptive research بدراسة واقع الأحداث والمواقف والآراء، ووصفها، وتحليلها، وتفسيرها بهدف الوصول إلى استنتاجات مفيدة، وتوفر الدراسات الوصفية رصيداً من البيانات والمعلومات الأساسية حول الظواهر، مما يتيح للباحثين الاستفادة من هذه المعلومات والبيانات لاستنباط فروض، ومحاولة التفسير، والتنظير على أساسها.

---

[1] د.سعد سلمان المشهداني، **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 01 الأردن، 2018، ص 114

[2] د. كمال الحاج، **مناهج البحث الاعلامي**، من منشورات الجامعة الافتراضية سورية 2020ص50

[3] يحياوي لخضر، **منهجية البحث العلمي**، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارية، المركز الجامعي، بلحاج بوشعيب 2021/2020، ص38

- **مفهوم المنهج الوصفي**

ويختص المنهج الوصفي بواقعيته، لأنه يدرس الظاهرة كما هي في الواقع، ويعتبر أكثر المناهج استخداماً في البحوث الاجتماعية والإعلامية.[1]

هو منهج يعتمد بشكل أساسي على التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذالك من اجل الحصول على نتائج عملية[2] .

كما يعرف بأنه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل الوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث.[3]

- **منهج دراسة الحالة:**

تم اللجوء إلى هذا المنهج بالنظر إلى أن البحث يركز على حالة محددة، وهي مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية وهو ما يتطلب التعمق في دراسة هذه الحالة بعينها، وفهم خصوصياتها الإتصالية واستراتيجياتها، من خلال جمع معطيات نوعية دقيقة، من خلال المقابلات أو الملاحظات الميدانية بما يسمح بتحليل معمق يساعد على الوصول إلى إستنتاجات علمية.

- **مفهوم منهج دراسة الحالة:**

هو أسلوب بحثي كيفي يستخدم أداة بحثية، أو أكثر، ويتميز هذا الأسلوب بالوصف الموضوع الظاهرة، والتركيز على حدث، أو ظاهرة كما يعتمد الاستكشاف لفهم الظاهرة، ويستند إلى الاستقراء باستخلاص تعميمات وأحكام من البيانات التي يتم جمعها.[4]

[1] د. كمال الحاج، **مناهج البحث الاعلامي**، من منشورات الجامعة الافتراضية سورية 2020ص50

[2] يحياوي لخضر، **منهجية البحث العلمي**، مرجع سابق ذكره ص 45

[3] سعد سلمان المشهداني، **مرجع سابق ذكره** ص 126

[4] د. كمال الحاج، **مرجع سابق ذكره** ص 91

ويعرف بأنه المنهج الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي وحدة، سواء كانت فردا، أومؤسسة، أو نظاما إجتماعيا، وذلك بقصد الوصول إلى تعليمات متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها عن الوحدات المتشابهة.[1]

- **ثانيا: أدوات جمع البيانات:**

تختلف أدوات جمع البيانات في البحث العلمي حسب طبيعة المتغيرات ومجتمع وعينة الدراسة، ولهذا السبب استخدمنا في دراستنا الحالية أداة الاستبيان إلى جانب المقابلة، كونها الأنسب لتحقيق أهداف البحث وجمع المعلومات المطلوبة بدقة.

1. إستمارة الاستبيان:

استمارة الاستبيان إحدى الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه الأسئلة المحددة المعدة مقدما، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين وإتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكي معينة، مما يجعل الإستمارة تخدم أغراضا مختلفة في البحوث العلمية المختلفة.[2]

وتعرف الإستبانة بأنها أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجرى توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.[3] قمنا بجمع البيانات الخاصة بالدراسة عن طريق أداة الإستبيان، حيث تم تصميمه بالتعاون مع الأستاذة المشرفة بناء على موضوع البحث وتم تحكيمه من طرف الدكتورة فريجات نسيبة والدكتورة سبتي مريم، ووزع بطريقة مباشرة على أفراد العينة بإعتباره أداة مناسبة لجمع المعلومات. وقد تم بناء الإستبيان إعتمادا على محورين رئيسيين بعد البيانات الشخصية، المحور الأول كان بعنوان: دور الأنشطة الإتصالية لمركز تطوير المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي واحتوى على 16 سؤالا، والمحور الثاني بعنوان: اتجاه وقدرات الطلبة الجامعيين لممارسة المقاولاتية واحتوى على 14 سؤال.

---

[1] محمد سرحان علي محمود،مناهج البحث العلمي ،دار الكتب ،الجمهورية اليمنية صنعاء ،2015

[2] سعد سلمان المشهداني، **المرجع السابق**، ص 170

[3] ربحي مصطفى عليان، **البحث العلمي أسسه.مناهجه وأساليبه.إجراءاته**، المؤتمن للتوزيع، الأردن، ص 90

2. المقابلة العلمية:

المقابلة هي إحدى أدوات البحث العلمي التي يعتمد عليها الباحث لجمع المعلومات والبيانات من الأفراد الذين يمتلكونها. وتعتمد هذه الأداة على التواصل المباشر وجهاً لوجه بين الباحث والمبحوث، حيث يدور بينهما حوار منظم يقوم فيه الباحث بطرح الأسئلة، بينما يقدم المبحوث الإجابات المتعلقة بموضوع الدراسة.

هي وسيلة شفوية عادة تكون مباشرة، أو هاتفية، لجمع البيانات يتم خلالها سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب، أو المصادر الأخرى.[1]

كما تعرف المقابلة على انها أداة بحث تخضع من حيث الاستخدام إلى شروط علمية صارمة؛ منها أن يتم ذلك في إطار انجاز بحث علمي ذي اشكالية محددة، وخطة معينة، يقوم الباحث فيها بضبط طبيعة المعلومات المراد جمعها من أصحابها وفق خطوات معينة.[2]

في دراستنا هذه، إعتمدنا على المقابلة المقننة كأداة لجمع البيانات، من خلال توجيه استمارة أسئلة إلى عينة شملت مدير مركز المقاولاتية ومسؤولين سابقين بها، بالإضافة إلى أساتذة مختصين في المقاولاتية بجامعة غرداية، لضمان تغطية متكاملة لموضوع البحث. انظر الملحق رقم(02)

9. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي ترتكز عليها الملاحظات، وهو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث.[3]

هذا وقد تمثل مجتمع بحثنا بجمهور الطلبة الجامعيين الذين تم استهدافهم من خلال الإستراتيجيات الاتصالية من طرف مركز المقاولاتية بجامعة غرداية جميع طلبة المقبلين على تخرج سنة ثالثة ليسانس.

---

[1] محمد الفاتح حمدي، واخرون، **مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث**، دار حامد للنشر والتوزيع ط1، 2019ص83

[2] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي لعلوم الاعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، 2003، ص 13-15.

[3] موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، دار القصبة للنشر، ط الثانية 2006/2004ص 298

- **عينة الدراسة:**

هي جزء أو عدد محدود من إجمالي مفردات مجتمع البحث موضع الاهتمام بشرط أن تكون وممثلة تمثيلاً دقيقا لهذا المجتمع، تختار بطريقة مناسبة لإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام نتائج الدراسة ولتعميمها على كامل مجتمع البحث.[1]

ايضا هي نموذجاً، يشمل جانبا أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات.[2]

في هذه الدراسة، إعتمدنا على العينة القصدية الحصصية، حيث تعتبر من أفضل أنواع العينات الغير عشوائية لأن الباحث يختار العينة وفقا لخصائص أو معايير محددة مسبقا لأفراد المجتمع، لتضمن أكثر تمثيل لمجتمع الدراسة.[3]

تتمثل عينة دراستنا في الطلبة المقبلين على التخرج السنة ثالثة ليسانس بجامعة غرداية، وقمنا باختيار 120مفردة وفقا لنوع العينة المستعملة ووفق الجدول رقم (01).

[1] محمد الخضر،واخرون ،مناهج البحث العلمي ،من منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، الجمهورية العربية السورية 2020 ص 242

[2] عامر قنديلجي، واخرون، **البحث العلمي الكمي والنوعي**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان،2009 ص255

[3] أحمد عبد اللطيف مشعل، **دراسة تحليلية لحساب حجم العينة الامثل في البحوث الميدانية الزراعية**، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، المجلد 28، ع02، يونيو 2018، ص 490

- **الجدول رقم 01: يمثل توزيع عينة الدراسة**

الكلية / المستوى	كلية علوم الانسانية والاجتماعية	كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض	كلية الحقوق والعلوم السياسية	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	كلية الادب واللغات	كلية العلوم والتكنولوجيا
سنة ثالثة ليسانس	20	20	20	20	20	20

المصدر: من إعداد الطالبتين

10. مجال الدراسة:

المجال البشري: المتمثل في طلبة جامعة غرداية وأساتذة جامعة غرداية، كما تم إختيار الطلبة المقبلين على التخرج سنة ثالثة ليسانس من مختلف الكليات.

المجال الزمني: إمتدت دراستنا وتنظيمها من 20جانفي2025 الى غاية 28ماي2025 بدءا بتجميع الدراسات السابقة التي تناولت موضوع دراستنا إلى توزيع الاستمارة وتحليل البيانات واستخلاص النتائج.

المجال المكاني: ولاية غرداية، جامعة غرداية، مركز تطوير المقاولاتي بجامعة غرداية وكلياتها.

خلاصة الفصل الأول:

تناولنا في هذا الفصل إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأيضا أسباب اختيار الموضوع كما تم تحديد الدراسات السابقة، وأيضا تحديد أهدافها وأهميتها، وكذا تحديد المفاهيم الأساسية لهذه الدراسة، إضافة إلى الإطار النظري، كما تطرقنا إلى الإجراءات المنهجية منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، مجتمع البحث وعينة الدراسة ومجالاتها الزمانية والمكانية والبشرية.

الفصل الثاني

الفصل الميداني للدراسة

تمهيد:

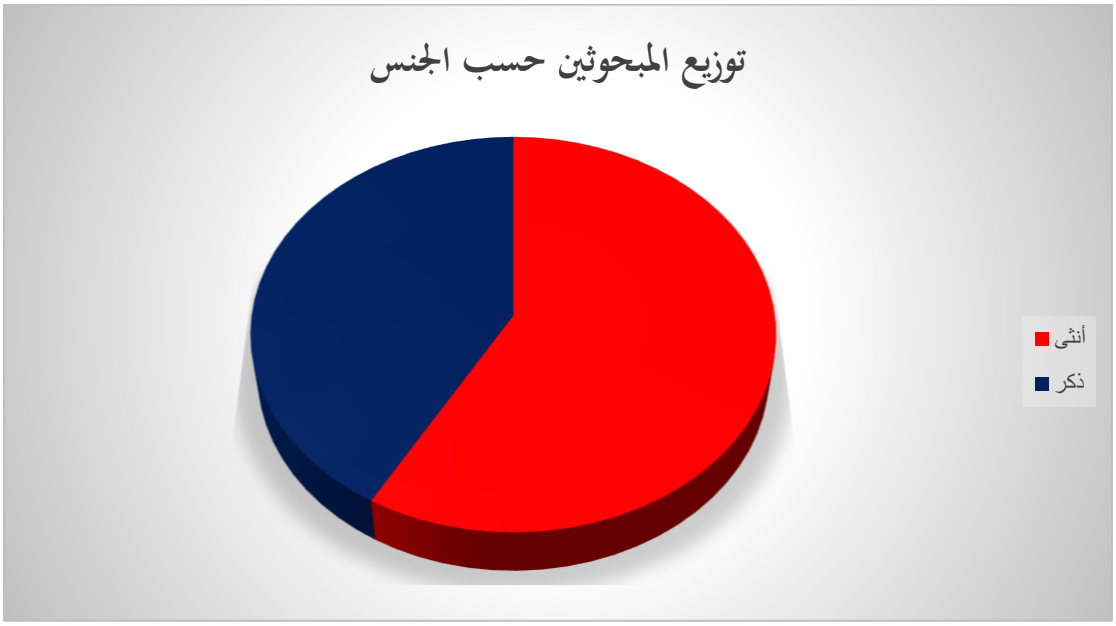
تطرقنا في هذا الفصل الى تحليل بيانات الدراسة الميدانية، حيث قمنا من خلالها بدراسة مدى تأثير الإستراتيجيات الإتصالية لمركز تطوير المقاولاتية على تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين وذلك من خلال استخدام إستمارة الإستبيان التي قمنا بتوزيعها على عينة من طلبة جامعة غرداية، وقد تم تنظيم الإجابات في شكل جداول إحصائية تحمل تكرار ونسب مئوية مع تحليل الجداول وإستخراج النتائج.

- **الجدول رقم 02: يمثل جنس المبحوثين**

الخيارات	التكرار	النسبة%
ذكر	50	%41,7
أثنى	70	%58,3
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **شكل رقم (01)**



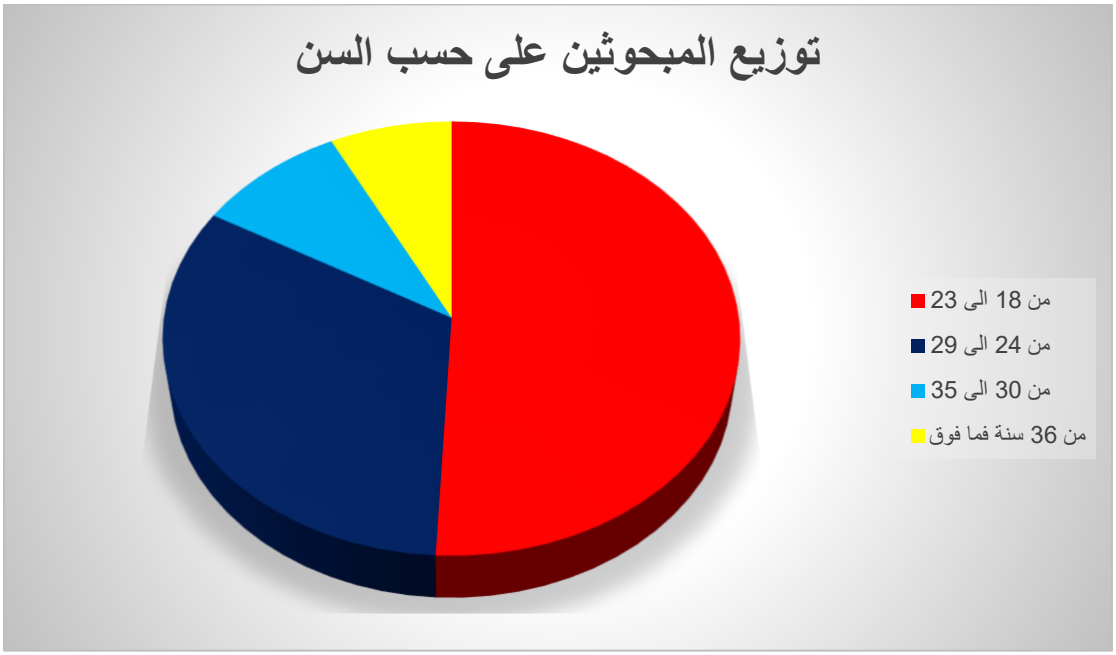
يوضح الجدول والشكل رقم (2) جنس المبحوثين حيث يظهر لنا أن نسبة 41,7 % تمثل نسبة الذكور أي ما يعادل 50 مفردة، أما نسبة 58,3 %من المبحوثين تمثل فئة الإناث أي ما يعادل 70 مفردة، هذا يشير الى أن فئة الإناث تمثل العدد الأكبر من عينة الدراسة. وهذا لا يعتبر تحيز لفئة الإناث بل يعكس التوزيع الفعلي للعينة المختارة.

- **الجدول رقم 03: يمثل سن المبحوثين**

الخيارات	التكرار	النسبة %
من18 الى 24	61	%50,8
من25 الى 29	39	%32,5
من 30 الى 35	11	%9,2
من 36 سنة فما فوق	09	%7,5
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **الشكل رقم:(02)**



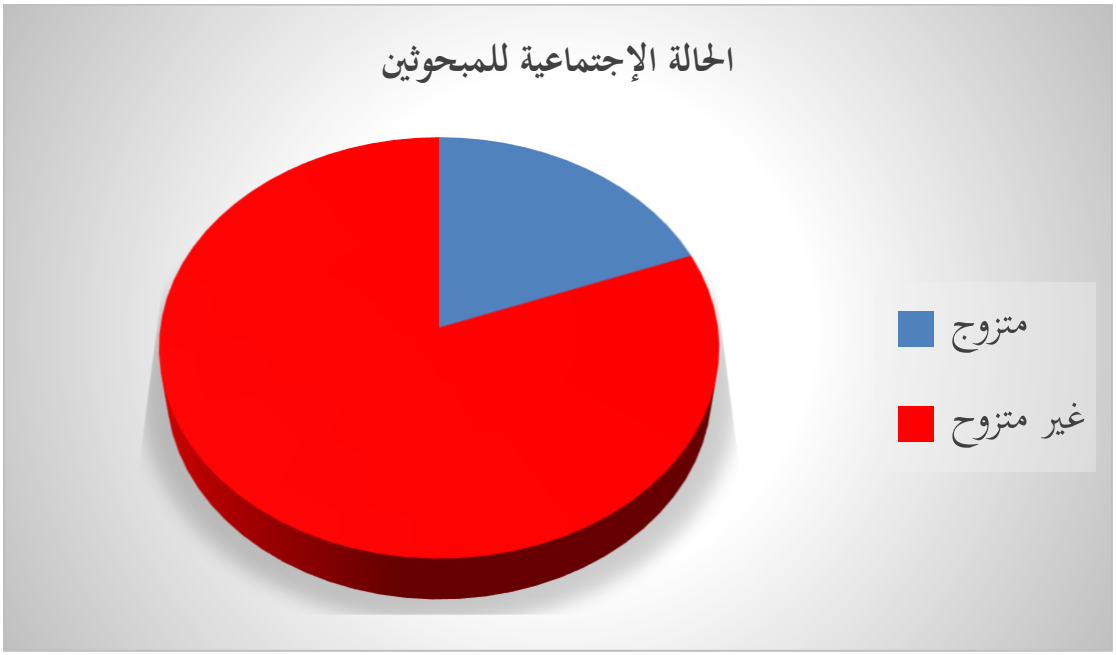
يتضح لنا من خلال الجدول والشكل أعلاه أن عينة الدراسة توزعت على أربع شرائح عمرية، حيث تبين لنا أن النسبة الأكبر 50,8% تعود للفئات العمرية من 18 الى 23سنة، تليها الفئة العمرية من 24 الى 29 سنة بنسبة 32,5%من مجموع الطلبة المبحوثين في هذه الدراسة، وهذا نظرا إلى أن أغلب الدارسين في الجامعة في مرحلة الليسانس خاصة عادة ما تكون أعمارهم تتراوح بين 18 و30 سنة، ونلاحظ أن الفئة العمرية المحصورة بين 30 و35 والفئة العمرية ل 36سنة فما فوق كانت لها نسبة قليلة كالآتي 9,2 %و7,5% تواليا.

- **الجدول رقم 04: يمثل الحالة الاجتماعية للمبحوثين**

الخيارات	تكرار	النسبة%
متزوج	23	%19,2
غير متزوج	97	%80,8
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **الشكل رقم:(03)**



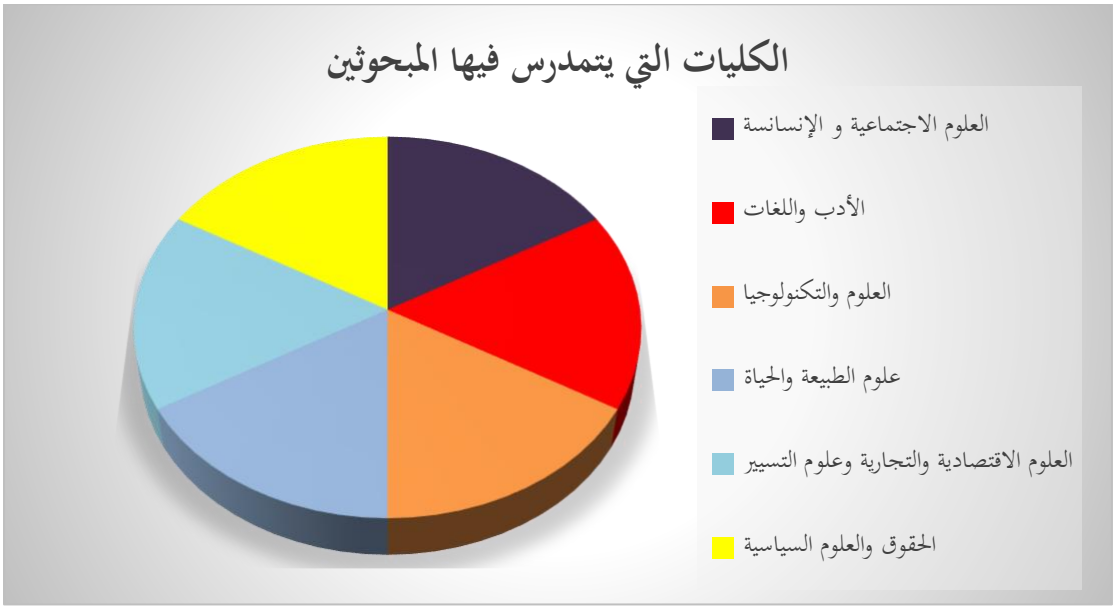
من خلال الجدول والشكل الموضح أعلاه نرى أن غالبية أفراد العينة غير متزوجين بنسبة قدرت ب 80,8% يقابلها نسبة 19,2% متزوج. يظهر لنا أن الغالبية الساحقة غير متزوجين وهذا مرتبط بالفئة العمرية للطلبة كونهم لا يزالون يتمدرسون وهو أيضا سن ما دون الزواج في المجتمع الجزائري.

- **جدول رقم 05: يمثل الكلية التي يدرس فيها المبحوثين**

الخيارات	التكرار	النسبة%
العلوم الاجتماعية والإنسانية	20	%16,7
الآداب واللغات	20	%16,7
العلوم والتكنولوجيا	20	%16,7
الحقوق والعلوم السياسية	20	%16,7
علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض	20	%16,7
العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	20	%16,7
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **الشكل رقم:(04)**



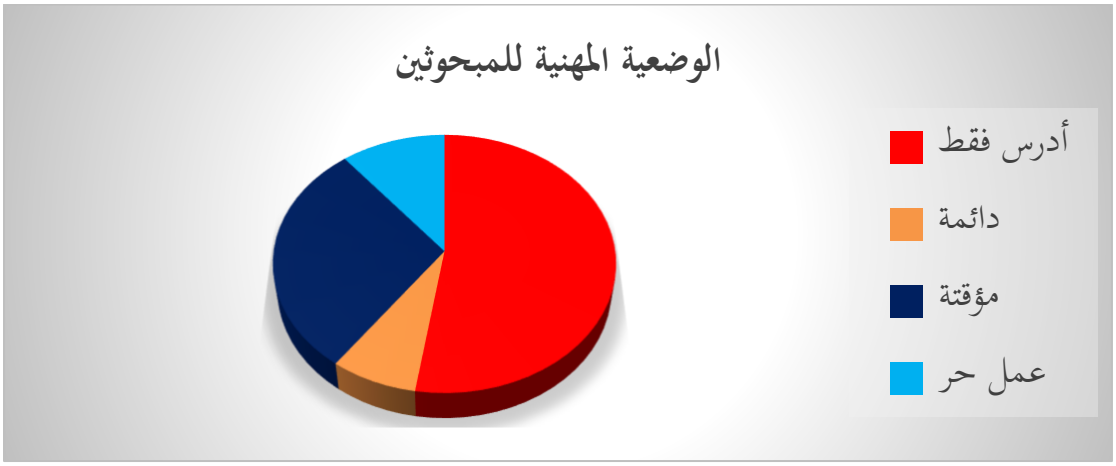
يظهر لنا من خلال الجدول والشكل الموضح أعلاه أن جميع النسب المئوية والتكرار متساوية بين جميع الكليات وهذا راجع الى نوع العينة التي قمنا باستخدامها في دراستنا الا وهي العينة القصدية الحصصية والتي إخترنا فيها نوع الحصص المتساوية حسب ما ينص عليه الأستاذ أحمد بن مرسلي.[1]

- **جدول رقم 06: يمثل الوضعية المهنية للمبحوثين**

الخيارات		التكرار	النسبة
ادرس فقط		63	%52,5
أدرس وأمارس مهنة	دائمة	9	%7,5
	مؤقتة	35	%29,2
	عمل حر	13	%10,8
المجموع		120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **الشكل رقم:(05)**



نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه أن نسبة 52,5 %أي أكبر من نصف العينة لا يمارسون نشاط آخر غير التمدرس ، أي لا يمارسون مهنة .هذا يدل على ضعف الثقافة العملية بين الطلبة ودليل على غياب الثقافة المقاولاتية بينهم ، بالمقابل نجد نسبة29,2% من الطلبة يمارسون مهنة مؤقتة ، وهذا يعتبر دلالة بارزة على الانفتاح على سوق العمل أما الفئة التي تمارس عملا حرا فقد بلغت

[1] أحمد بن مرسلي، مرجع سابق، ص 66.

(8,10%) تدل على وجود استقلالية جزئية في تسيير وقتهم ونشاطهم المهني في حين لم تتجاوز نسبة الطلبة الذين يزاولون مهنة دائمة(7,5 %)وهو أمر طبيعي بالنظر الى الالتزامات الدراسية و المهنية لديهم.

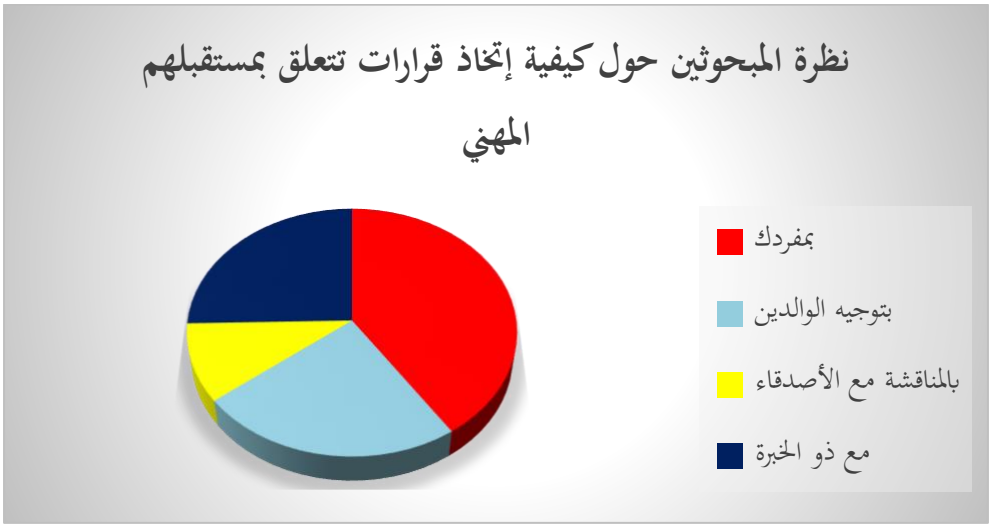
هذا التباين في النسب المتحصل عليها يدل على التنوع في أنماط أشغال الطلبة بالدراسة فقط والتوفيق بين المسار الدراسي والمهني.

- **الجدول رقم 07: يمثل نظرة المبحوثين حول كيفية اتخاذ قراراتهم المتعلقة بوظيفتهم المستقبلية**

الخيارات	التكرار	النسبة
بمفردك	56	%46,7
بتوجيه الوالدين	33	%27,5
بالمناقشة مع الأصدقاء	14	%11,7
مع دو الخبرة	35	%29,2

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **الشكل رقم:(06)**



يظهر لنا من خلال الجدول والشكل أعلاه أن النسبة الأكبر (46,7%) يفضلون إتخاذ هذا القرار بمفردهم مما يعكس تحمل المسؤولية والإستقلالية والإعتماد على النفس. من جهة أخرى نلاحظ

أن نسبة (29,2 %) من المبحوثين يفضلون الإستعانة بأشخاص ذو خبرة للإشارة وهو ما يدل على وعيهم على أهمية الأخذ بالرأي من من يملك تجربة في الميدان ونجد أن (27,5 %) من أفراد العينة يعتمدون على توجيهات الوالدين وهو ما يعكس التأثير القوي للعائلة في هذا النوع من القرارات. أما بالنسبة للطلبة الذين يتخذون قراراتهم بعد المناقشة مع الأصدقاء فقد بلغت نسبتهم (11,7%) ما يعني أن تأثير الأصدقاء في هذا الموضوع يبقى محدود.

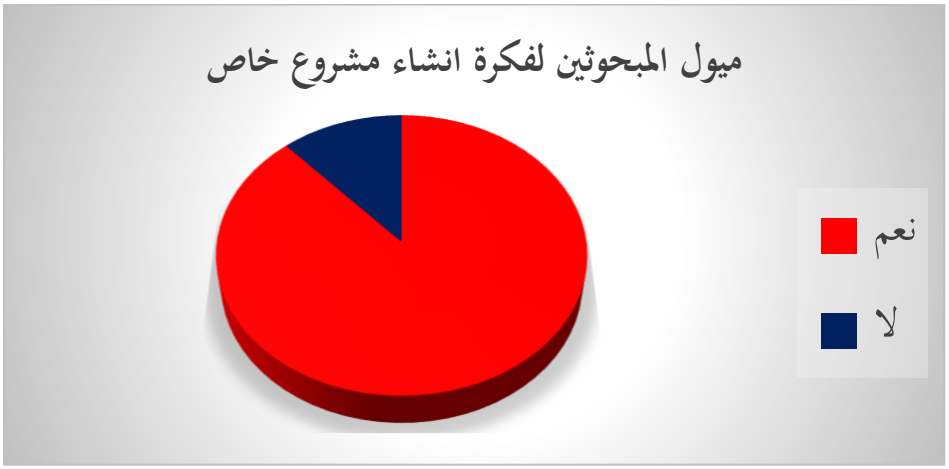
من خلال ما تم عرضه في هذا الجدول نرى أن الطلبة يختلفون في طريقة تفكيرهم وإتخاذ قراراتهم المتعلقة بالمستقبل وذلك يعود حتماً لعدة عوامل كالبيئة التي نشأ فيها الطلاب أوطبيعة تكوين شخصية الطالب إضافة إلى الفروقات الفردية في التفكير بين الطلاب والسلطة الوالدية التي تسود أسرهم. ومن النتائج لاحظنا أن بعض الطلبة يجمع بين الرأي الشخصي والنصائح الخارجية بينما يفضل آخرون الإعتماد على أنفسهم فقط وفي هذه الأخيرة يمكن أن يكون لدى الطلاب أشخاص في محيطهم أو يتابعونهم عبر مختلف وسائل الإعلام ويتخذونهم قدوة لهم في إتخاذ قرارات تخص مستقبلهم المهني.

- **جدول رقم08: مدى ميول الطلبة نحو فكرة انشاء مشروعهم الخاص**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	**106**	**88.3%**
لا	**14**	**%11.7**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **الشكل رقم:(07)**



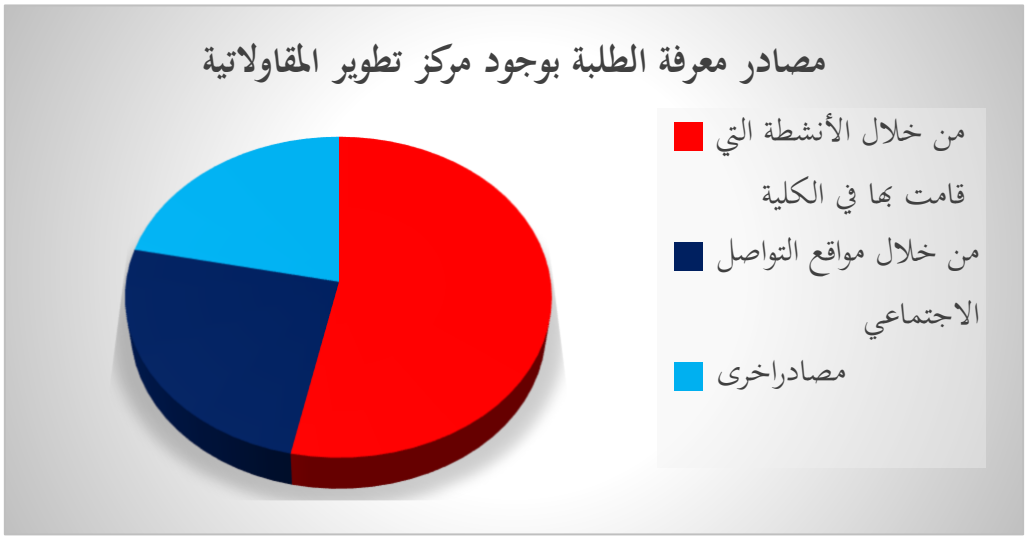
يوضح الجدول والشكل أعلاه مدى ميول الطلبة نحو فكرة إنشاء مشروع خاص بهم، حيث أظهر أغلب المبحوثين بنسبة 88,3% أنهم يميلون الى فتح مشاريع خاصة بهم، أي الإهتمام بفكرة العمل المستقل. في المقابل نجد نسبة 11,7% صرحوا بعدم رغبتهم في إنشاء مشاريعهم الخاصة وهو عدد قليل جدا مقارنة بالبقية، هذه النتائج تعكس طموح الطلبة في إمتلاكهم المشاريع خاصة بهم وخوض تجارب جديدة لتحقيق الإستقلال المهني وهذا ما تؤكده دراسة الباحثة أسماء محمد عوض الله في دراستها حول متطلبات تنمية الوعي بريادة الأعمال بين طلاب كلية الزراعة بجامعة الإسكندرية.[1]

- **جدول رقم09: مصادر معرفة الطلبة بوجود مركز تطوير المقاولاتية**

الخيارات	التكرار	النسبة
من خلال الأنشطة التي قامت بها في الكلية	64	%53,3
من خلال مواقع تواصل الاجتماعي	30	%25.0
مصادر أخرى	26	%21 .7
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **الشكل رقم:(08)**



[1] أسامة محمد عوض الله، متطلبات تنمية الوعي بريادة الأعمال بين طلاب كلية الزراعة بجامعة الإسكندرية، مجلة التقدم في البحوث الزراعية (jaar)، مجلد 27

يظهر من خلال الجدول والشكل أعلاه مصادر معرفة الطلبة بوجود مركز تطوير المقاولاتية. يبين الجدول أن أكثر من نصف الطلبة 53,3%علموا بوجود مركز تطوير المقاولاتية من خلال الأنشطة التي قامت بها الكلية، هذا يتوافق تماما مع ما ورد في المقابلة، حيث أكد المسؤول أن المركز يعتمد على الاتصال المباشر عبر أعمدة الكليات من خلال النشاطات والإعلانات.[1] بينما 25%من الطلبة اكتشفوا وجود المركز عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يعكس أهمية المنصات الرقمية في تسهيل وصول المعلومات للطلبة، وهذا ما وجدناه أيضا من خلال مقابلتنا حيث تلعب التغطية الرقمية عبر الصفحة الرسمية للمركز، موقع الجامعة، والإيميلات الجامعية، كما أشار الى إمكانية انخراط الطلبة عبر المنصات الإلكترونية، مما يعكس حرص المركز على تنويع قنوات الاتصال لضمان وصول المعلومة الى أكبر عدد من الطلبة.[2] لكنها مازالت أقل تأثيرا مقارنة بالجامعة. أما الفئة المتبقية والتي تمثل 21,66%صرحت بأنها علمت بوجود المركز من مصادر اخرى تمثلت في الأصدقاء أو تجارب شخصية، وهذا يدل على وجود آليات أخرى تقوم بنشر المعلومات عن مركز تطوير المقاولاتية بالجامعة.

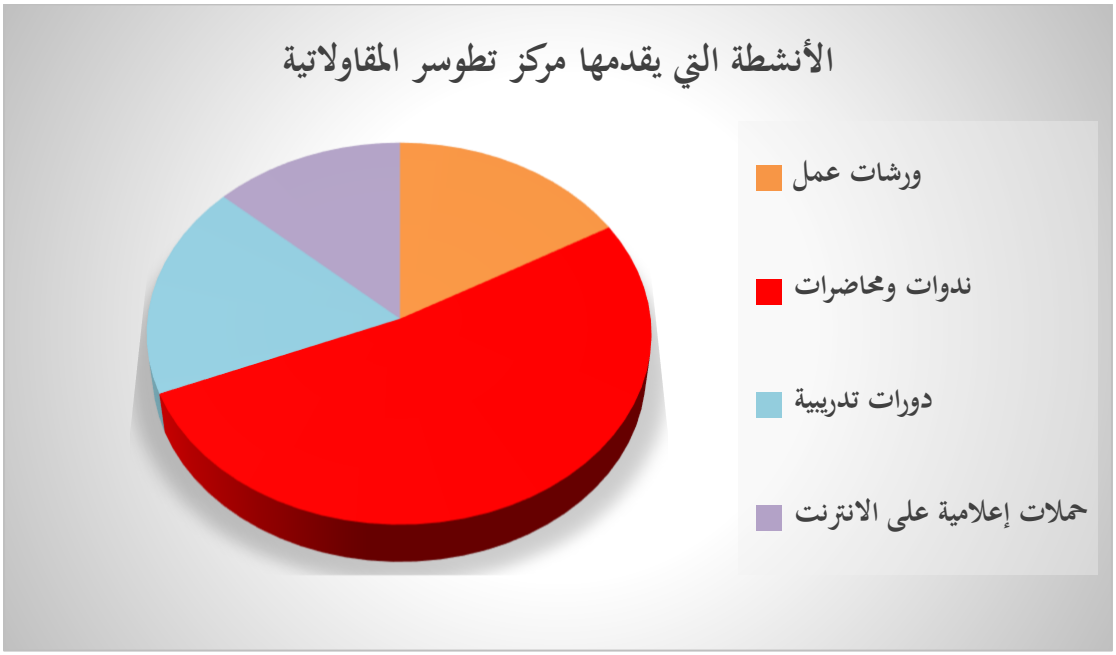
- **جدول رقم10: الأنشطة التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية**

الخيارات	التكرار	النسبة
ورشات عمل	**24**	**%20 .0**
ندوات ومحاضرات	**75**	**%62 .5**
دورات تدريبية	**26**	**%21.7**
حملات إعلامية على أنترنت	**19**	**%15.8**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

[1] عبد الحميد مراكشي، مدير مركز تطوير المقاولاتية، **مركز تطوير المقاولاتية جامعة غرداية**،2025/02/09
[2] المرجع نفسه

- **الشكل رقم:(09)**



نرى من خلال الجدول والشكل الموضح أعلاه أن أكثر نشاط يقوم به المركز هو الندوات والمحاضرات بنسبة قدرت ب 62,5% وهو ما يشير الى تركيز المركز على الجانب النظري ونقل المعلومات، وذلك من خلال الأيام التحسيسية التي يقوم بها المركز في الكليات.[1] في المقابل نجد أن الدورات التدريبية وورشات العمل بنسب متقاربة على التوالي 21,7% و20% وهي نسب متوسطة تشير الى أن الجانب التطبيقي لا يملك نفس الأهمية التي يحظى بها الجانب النظري رغم دوره الأساسي في اعداد الطلبة وتكوينهم للممارسة الفعلية للمقاولة. حيث وضحت المقابلة التي أجريناها أن المركز يوفر برنامجا تدريبيا ميدانيا لمدة 15 يوما مقسم الى أربعة محاور (أساسيات المقاولاتية والمقاول. التخطيط الإستراتيجي للمؤسسة. إدارة العمليات والموارد. انشاء المؤسسة الأطر القانونية لإنشاء مؤسسة) هذه التفاصيل النوعية تدعم ما ورد في الجدول وتبرز أن هناك هيكلة واضحة للورشات، لكنها بحاجة الى مزيد من التفعيل أو التحفيز لزيادة الإقبال.[2] أما الحملات الاعلامية على الانترنت كانت أقل نسبة 15,8% وهو ما يظهر عدم استغلال المركز لوسائل التواصل الرقمية التي بدورها تعتبر من اهم الوسائل لنشر الرسائل المقاولاتية والتأثير على الطلبة.

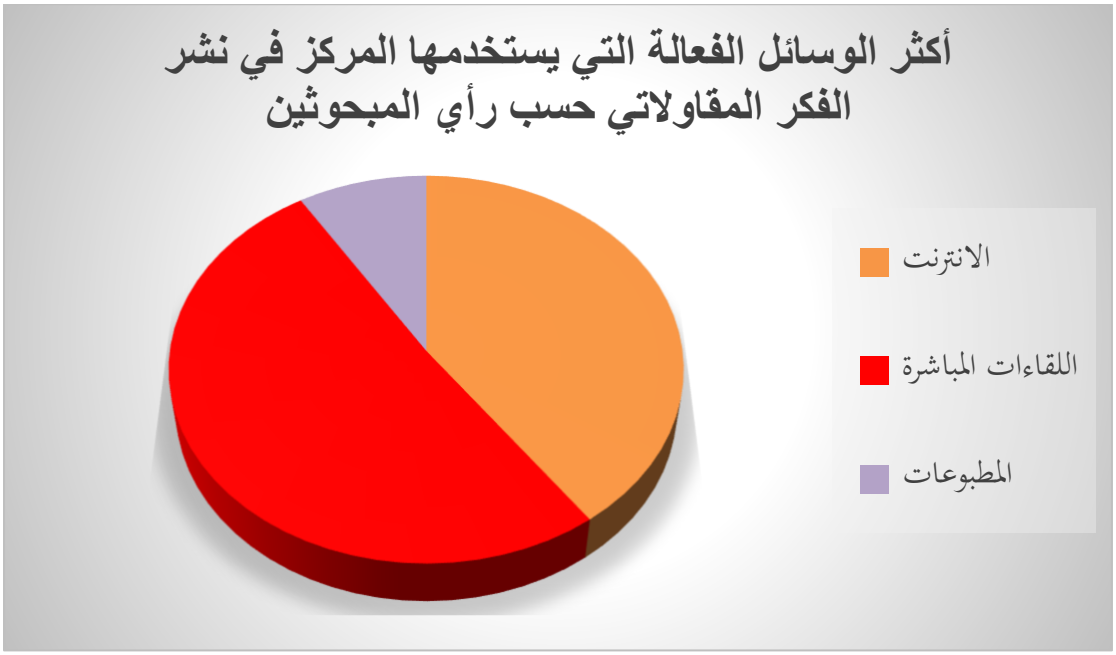
[1] ثامر محمد البشير، نائب مدير مركز تطوير المقاولاتية، **مركز تطوير المقاولاتية جامعة غرداية**،2025/05/25
[2] عبد الحميد مراكشي، مدير مركز تطوير المقاولاتية، **مركز تطوير المقاولاتية جامعة غرداية**،2025/02/09

- **جدول11: أكثر الوسائل الفعالة التي يستخدمها مركز تطوير المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي حسب رأي المبحوثين**

الخيارات	التكرار	النسبة
الانترنت	54	%45,0
اللقاءات المباشرة	69	%57,5
المطبوعات	12	%10,0

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- **الشكل رقم:(10)**



يبين الجدول والشكل أعلاه أكثر الوسائل الاتصالية الفعالة في نشر الفكر المقاولاتي حسب آراء المبحوثين. فقد جاءت اللقاءات المباشرة في المرتبة الاولى بنسبة 57,5% هذا يعكس أهميتها كوسيلة فعالة لنقل المفاهيم المقاولاتية نظرا لما توفره من تفاعل مباشر، وهو ما يدل أيضا على أهمية التواصل الشخصي المباشر في نقل الأفكار وتبادل الثقة، أما النسبة الثانية والتي قدرت ب 45% فكانت للأنترنت وهذا ما يدل على الوعي المتزايد بأهمية الوسائل الرقمية بالوصول إلى جمهور واسع من الطلبة، وذلك من خلال مواقع التواصل الإجتماعي (فيسبوك . واتساب)،حيث صرح نائب مركز تطوير المقاولاتية في المقابلة التي أجريناها معه أن المركز نشط عبر هاذين التطبيقين بقوة.[1] وفي المقابل

[1] ثامر محمد البشير، نائب مركز تطوير المقاولاتية، **مركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية**،2025/05/25

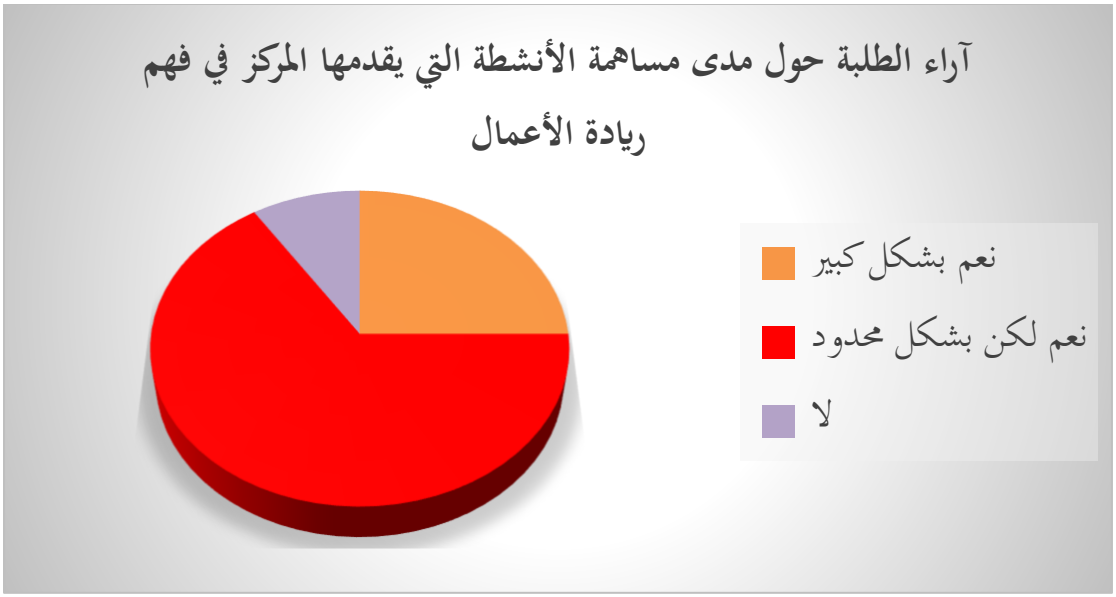
كانت أدنى نسبة للمطبوعات ب 10% وهذا ما يكشف عن تراجع استخدام الوسائل الورقية في العصر الرقمي إضافة إلى محدودية الإمكانيات المادية التي يوفرها مركز الطبع بالجامعة إذ أنهم لا يقومون بطبع نسخ ورقية نظرا للسياسة التي تنتهجها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر نحو قاعدة 0 ورق في الجامعة والتحول إلى جامعة من الجيل الرابع.

- **جدول 12: يوضح آراء الطلبة حول مدى مساهمة الأنشطة التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية في فهم ريادة الاعمال**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم بشكل كبير	30	25,0%
نعم ولكن بشكل محدود	79	65,8%
لا	11	9,2%
المجموع	120	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- الشكل رقم:(11)



يتضمن الجدول والشكل أعلاه مدى مساهمة الأنشطة المقدمة من طرف مركز تطوير المقاولاتية في تعزيز فهمهم لريادة الأعمال كما تظهر لنا نسبة 65,8% يرون أن هذه الأنشطة تدعم فهم ريادة

الأعمال ولكن بشكل محدود ما يعكس وجود تأثير جزئي في فهم الطلبة لريادة الأعمال عن طريق الأنشطة. كما يرى 25 %من المبحوثين أن هذه الأنشطة تدعم الفهم بشكل كبير وهي نسبة لا بأس بها وهذا ما يدل على فاعلية بعض الأنشطة المقدمة من طرف المركز.

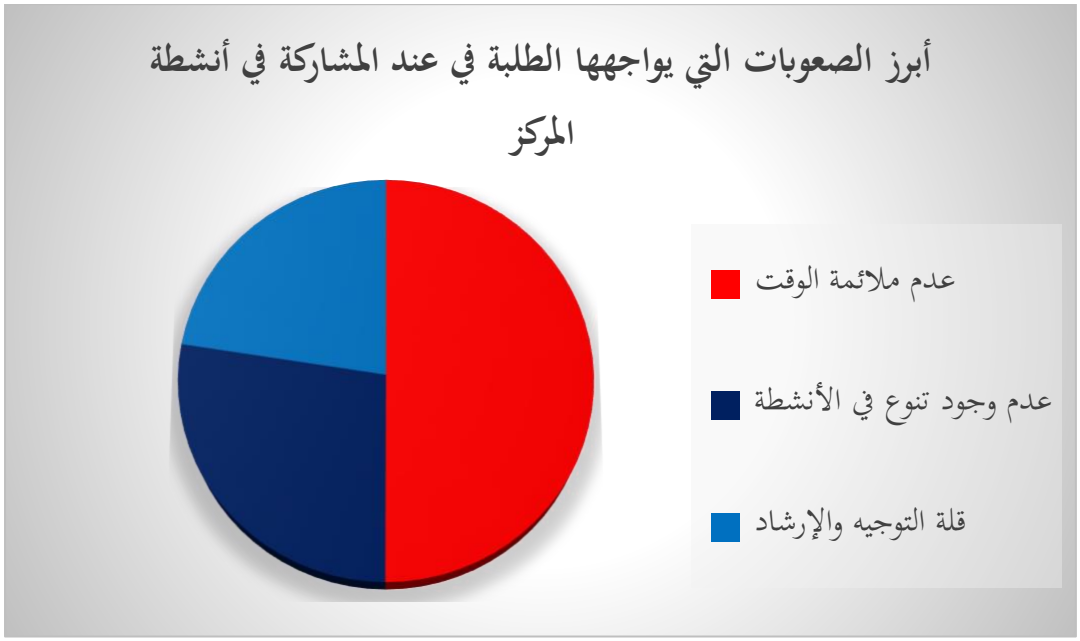
في المقابل نجد أدنى نسبة 9,2% وهم الأشخاص الذين لم يستفيدوا من أنشطة المركز أي أنهم لا يرون فيها دعما لريادة الأعمال.

- **جدول 13: يوضح أبرز الصعوبات التي يواجهها الطلبة عند المشاركة في أنشطة مركز تطوير المقاولاتية**

الخيارات	التكرار	النسبة
عدم ملائمة الوقت	62	%51,7
عدم وجود تنوع في الأنشطة	34	%28,3
قلة التوجيه والإرشاد	28	%23,3

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- الشكل رقم:(12)



نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه ان أبرز الصعوبات بنسب 51,7% هي عدم ملائمة الوقت، دليل على وجود خلل في تنظيم توقيت الأنشطة وعدم توافقها مع التزامات الطلبة الدراسية والشخصية

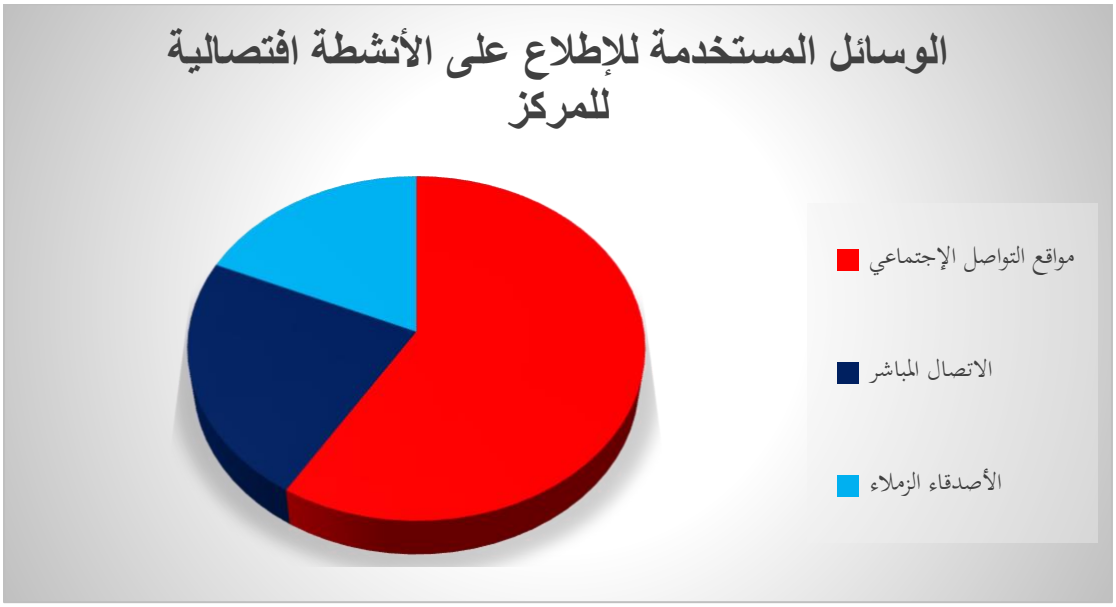
وأيضا راجع إلى المناخ خاصة فصل الصيف وهذا تصريح من أحد أساتذة مركز تطوير المقاولاتية حيث ذكر أن إقبال الطلبة قد إنخفض بنسبة كبيرة في فصل الصيف بسبب عامل الحرار. كما أشار28,3% من المبحوثين الى غياب التنوع في الأنشطة وهذا يسبب نفورا بين أواسط الطلبة للحضور الى هذه النشاطات. ومن جهة اخرى اعتبر 23,3% من المبحوثين أن قلة التوجيه والارشاد تعتبر عائقا للاستفادة من الأنشطة والبرامج التي يقدمها المركز.

- **جدول 14: يوضح الوسائل المستخدمة للإطلاع على الأنشطة الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية**

الخيارات	التكرار	النسبة
مواقع التواصل الاجتماعي	77	%64,2
الاتصال المباشر	30	%25,0
الأصدقاء، زملاء	24	%20,0

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- الشكل رقم:(13)



نلاحظ من خلال الجدول والشكل تفاوت واضح في تفضيلات المبحوثين من حيث وسائل الاتصال المستخدمة. اذ تشير البيانات الى أن 64,2% من المشاركين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للاطلاع على انشطة المركز، وهذا ما يدل على التحول الكبير نحو الاعتماد عللا شبكات

التواصل الاجتماعي كبديل للوسائل التقليدية كما أشار ميمي محمد عبد المنعم توفيق إلى أن " الشبكات الاجتماعية أصبحت بديلا إتصاليا للوسائل الإتصالية الأخرى من هاتف، و فاكس، و تلكس وغيرها و استحدثت أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي و الاتصال بالآخرين دون التقيد بالموقع الجغرافي أو كلفة الانتقال أو عدم توافر الوقت اللازم للمقابلة، مما ساعد على تبادل الآراء بحرية على مستوى العالم ،و تعتبر تكلفة الاتصال على الشبكات الاجتماعية أقل بكثير من تكلفة وسائل الاتصال الاخرى"[1]

وهذا ما يفسر النسبة المرتفعة لإستخدام هذه الوسيلة في الوسط الجامعي، في المقابل نجد ان نسبة الاتصال المباشر 25%مما يدل على وجود فئة معتبرة تفضل التفاعل المباشر مع المركز للحصول على معلومات أكثر دقة، أما الاعتماد على الأصدقاء والزملاء فجاء بنسبة 20% وهذا يعكس أهمية العلاقات الشخصية بين الأفراد في تداول المعلومات حول أنشطة المركز.

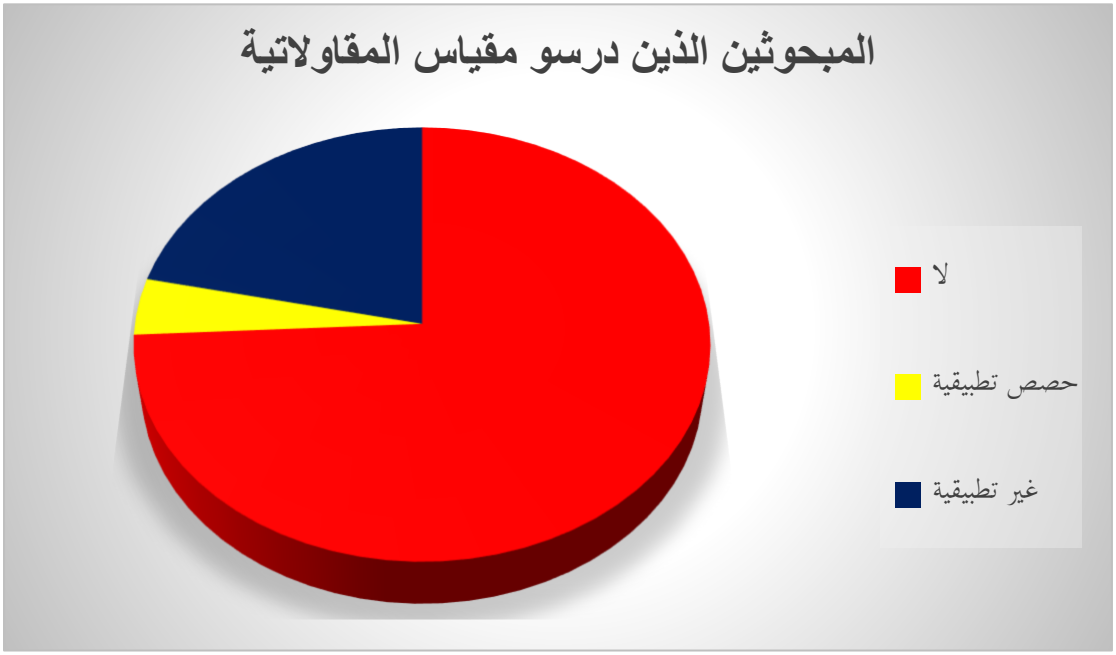
- **جدول 15: يوضح دراسة المقياس حول المقاولاتية**

الخيارات		التكرار	النسبة
لا		89	%74,2
نعم	تطبيقية	5	%4,2
	غير تطبيقية	26	%21,6
المجموع		120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- الشكل رقم:(14)

[1]ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي، (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين الشمس، ع 24، ج02، 2018.ص 28



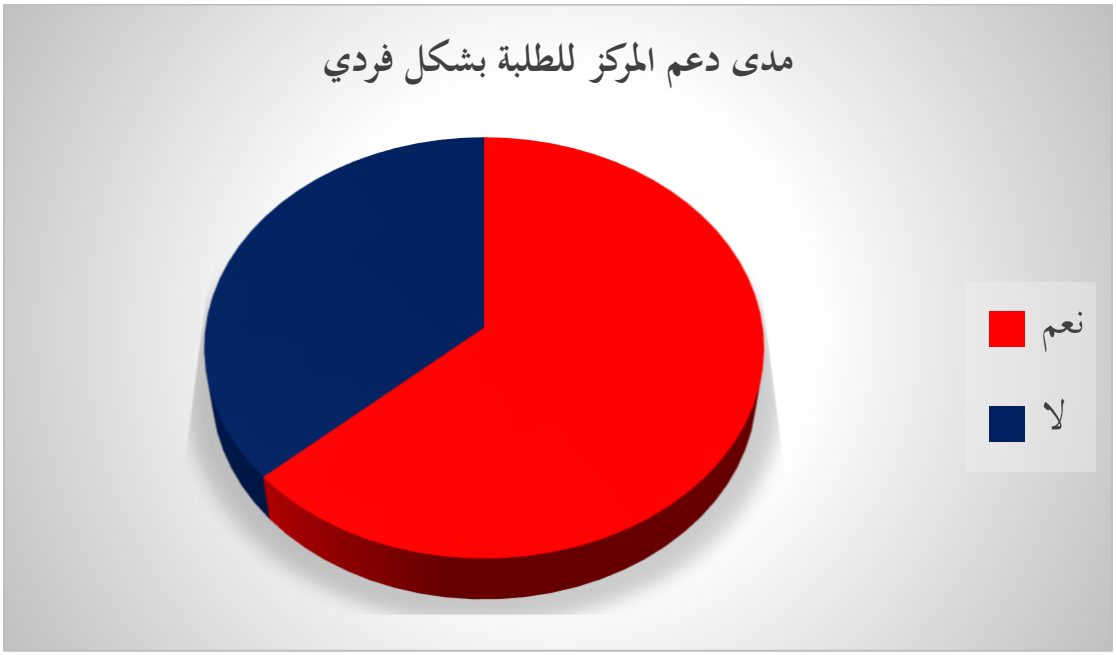
يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلب المشاركين في هذه الدراسة رأوا أن مقياس المقاولاتية ليس مطبق في الواقع والتي قدرت نسبتهم ب 74,2% وهذا ما يدل على وجود فجوة كبيرة بين ما يحتويه المقياس من أفكار وبين ما هو موجود فعليا في الميدان، كما أن نسبة 21,6% من المشاركين يرون أن المقياس موجود وغير قابل للتطبيق، وهذا ما يعكس ضعف في الجانب التطبيقي أو لا يتماشى مع ظروف الواقع. في المقابل نجد أن نسبة 4,2% قليلة حدا من المستجيبين الذين عبروا عن اقتناعهم بتطبيق هذا المقياس في الواقع العملي وهذا يدل على ضعف كبير في تطبيق هذا المقياس، سواء كان هذا بسبب غياب بعض البرامج التطبيقية أو نقص في التكوين، من خلال هذه النسبة المنخفضة تؤكد أن هناك حاجة لإعادة النظر في آليات ادماج هذا المقياس في الواقع وتحسين الجانب العملي لجعله أكثر فعالية.

- **جدول 16: يوضح دعم ومساعدة مركز تطوير المقاولاتية الطلبة بشكل فردي**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	76	%63.3
لا	44	%36,7
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

– الشكل رقم:(15)



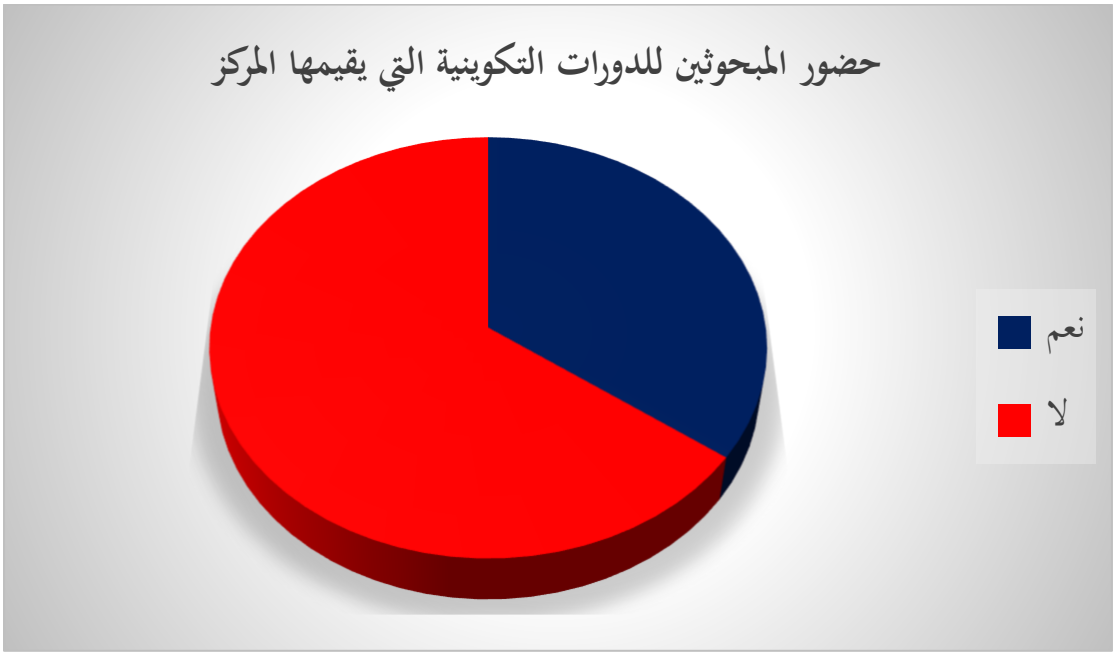
يبين الجدول والشكل أعلاه مستوى الدعم والمساعدة الفردية التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية للطلبة. حيث أفاد 63,3% أن مركز تطوير المقاولاتية يقدم دعما ومساعدة فردية للطلبة، فالمرافقة الفردية تعتبر من الركائز الأساسية والتي تساعد الطلبة في تحويل أفكارهم الى مشاريع حقيقية من خلال التوجيه والارشاد الفردي، فيحين يرى 36,7% من المبحوثين أن المركز لا يقدم لهم الدعم الفردي الكافي في نظرهم وهدا يبرز الفجوة في التغطية او نقص آليات التوجيه.

- **جدول 17: يوضح حضور المبحوثين لدورة تكوينية قام بها مركز تطوير المقاولاتية**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	42	%35,0
لا	78	65,0%
المجموع	120	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

- الشكل رقم:(16)



يوضح الجدول والشكل المبين مدى مشاركة الطلبة في الدورات التكوينية التي نظمها مركز تطوير المقاولاتية حيث تبين أن نسبة 65% من أفراد العينة لم يسبق لهم حضور أي دورة وهدا ما يدل على ضعف الوعي بأنشطة المركز. مقابل 35% صرحوا أنهم حضروا على الأقل دورة واحدة. تظهر هده النتائج ضعف حضور الطلبة للدورات التكوينية التي يقوم بها المركز.

- **جدول 18: يوضح تأثير الدورة على المبحوثين**

الخيارات		التكرار	النسبة
لا		72	%65
نعم	تأثير على الأفكار	20	%16,7
	اكتساب مهارة قيادة مشاريع	22	%18,3
المجموع		120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول مدى تأثير الدورات التكوينية التي يقوم بها المركز على الطلبة المشاركين فيها. حيث صرح 65 %أنهم لم يلاحظوا أي تأثير بعد مشاركتهم في هذه الدورات وهذه النسبة تكشف عن ضعف الأثر الفعلي للدورات التكوينية المقدمة من طرف المركز وهدا يطرح إشكالية حول محتوى الدورة وطرق تقديمها ومدى وملاءمتها مع احتياجات الطلبة. ونجد نسبة 18,3% عن اكتسابهم لمهارة قيادة المشاريع، وهي نسبة تشير الى وجود فئة من الطلبة مستعدين لخوض تجربة ريادية، كما تقابلها نسبة 16,7%من المبحوثين أن الدورة كان لها تأثير على أفكارهم، مما يعني أنها غيرت لهم طريقة تفكيرهم ووعيهم بفكرة ريادة الاعمال حتى وإن لم تتطور إلى مرحلة التطبيق العملي.

- **جدول 19: يوضح أبرز المهارات المكتسبة من خلال المشاركة في أنشطة المركز**

الخيارات	التكرار	النسبة
خطة عمل	59	%49,2
إدارة مشروع	47	%39,2

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أعلاه نوع المهارات التي اكتسبها الطلبة من خلال مشاركتهم في أنشطة المركز تطويرالمقاولاتية حيث أن ما نسبته 49,2% من أفراد العينة تتعلمو كيفية إعداد خطة عمل، كما تعتبر من أهم المهارات الأساسية لكل من يريد إنشاء مشروعه الخاص، من جهة أخرى يليه الأفراد الذين اكتسبوا مهارة إدارة مشروع بنسبة 39,2% هدا يعكس إلى أن أنشطة المركز لا تقتصر على الجانب النظري فقط، بل تدعم على بناء كفاءات تطبيقية يحتاجها الطالب في الواقع.

- **جدول 20: يوضح بعد التعرض للأنشطة هل أصبح لديك تصور لإنشاء مؤسستك الخاصة**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	**50**	**%41,7**
نعم وبشدة	**46**	**%38,3**
نعم بشكل محدود	**24**	**%20,0**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

تبين لنا من خلال تحليل الجدول رقم (20) والذي يوضح أن أغلبية الطلبة أصبح لديهم تصور حول إنشاء مؤسستهم الخاصة بعد مشاركتهم في أنشطة مركز تطويرالمقاولاتية ، وذلك بنسبة 41,7% من الأفراد أصبحوا يملكون تصورا واضحا لإنشاء مؤسستهم وذلك من خلال مكتسباتهم بعد تعرضهم لأنشطة، أما التأثير بشدة قدر ب38,3% وأصبح لديهم تصور قوي جدا مما يعكس أن أنشطة المركز كان لها دور فعال و قوي على وعي الطلبة بهذا المجال، وفي حين كانت نسبة 20% من الأفراد الذين عبروا عن وجود تصور إنشاء مؤسسة لكن بشكل محدود، مما يدل على وجود فئة لاتزال بحاجة إلى توجيه إضافي أو مرافقة إضافية تساعدهم على تطوير أفكارهم وتحويلها إلى تصورات واقعية , وبالتالي فإن هده الفئة تحتاج إلى دعم أكبر من المركز لتجاوز العائق , والوصول إلى تصور متكامل.

- **جدول 21: يوضح طرق تفاعل الطلبة مع فكرة إنشاء مؤسستهم الخاصة**

الخيارات	التكرار	النسبة
مناقشة الفكرة مع زملائك	**45**	**%37,5**
تطوير الموضوع مع زملائك	**29**	**%24,2**
بحثت عن إمكانية تحقيق دلك بمفردك	**62**	**%51,7**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول نرى تفاعل الطلبة بعد تفكيرهم في إنشاء مشروعهم الخاص من حيث مشاركتهم في أنشطة مركز تطوير المقاولاتية , ويتبين أن 51,7% من الطلبة الذين قاموا ببحث عن

إمكانية تجسيد الفكرة بشكل فردي مما يدل على وجود رغبة الاستقلالية والاعتماد على نفس , كما تعكس هده الفئة الكبيرة من العينة مستوى جيد للعمل على مشروعها الخاص في المقابل نجد 37,5%من الطلبة اختاروا مناقشة الفكرة مع زملائهم وهو ما يبرز وجود روح جماعية والمشاركة في الأراء بشكل إيجابي داخل المحيط الجامعي , في حين أن 24,2% عبروا عن قيامهم بتطويرهم للفكرة بشكل جماعي مع زملائهم , لكنها تبقى أقل نسبة مما يشير إلى أن روح العمل الجماعي لاتزال ضعيفة نوعا ما بالمقارنة مع العمل الفردي .

- **جدول 22: يوضح نقل الطلبة للمعلومات المقاولاتية داخل وخارج الجامعة**

الخيارات	التكرار	النسبة
اشخاص خارج الجامعة	**56**	**%46,7**
اشخاص داخل الجامعة	**64**	**%53,3**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) أن النسبة 53,3 % من الطلبة نقلوا هذه المعلومات المتعلقة بالمركز إلى أشخاص داخل الجامعة، وهو دليل على وجود تواصل داخلي إيجابي بين الطلبة حول مواضيع ذات الصلة بريادة الأعمال، كما أن هذه النسبة تعبر عن فعالية الأنشطة المعتمدة من طرف مركز تطويرالمقاولاتية في نشر الثقافة المقاولاتية داخل الحرم الجامعي , كما أوضح 46,7 % من الطلبة الذين قاموا بمشاركة هذه المعارف خارج الوسط الجامعي , وهو مؤشر إيجابي على أن تأثير المركز لا يظل محصورا فقط على بيئة الجامعية , بل امتد إلى محيطهم الخارجي وهذا ما يبرز دور الطلبة كطرف مساهم في نشر الثقافة المقاولاتية في المجتمع .

- **جدول 23: يوضح مناقشة فكرة مشروعك الخاص مع أحد المقاولين خارج الحيز الجامعي**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	**29**	**%24,2**
لا	**91**	**%75,8**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أعلاه ان غالبية الطلبة المبحوثين 75,8% لم يناقش الفكرة مع المقاولين خارج الحيز الجامعي، كما يبين ان اغلب الطلبة لايزال محصورين في إطار الجامعي وهو دليل على محدودية انفتاحهم في سوق العمل فقط على عكس الفئة الثانية والتي جاءت بالنسبة 24,2 %من الطلبة الدين ناقشوا فكرة مشروعهم الخاص مع مقاولين خارج الحيز الجامعي، مما يدل على ان هده الفئة لديهم رغبة في ربط أفكارهم بالواقع المهني والاستفادة من خبرات الخارجية.

- **جدول 24: يوضح مجهودات المركز في إيصال المعلومات لجميع الطلبة**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	**31**	**%25,8**
لحد ما	**80**	**%66,7**
لا	**9**	**%7,5**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم(24) ان اراء الطلبة كانت متفاوتة بخصوص مدى كفاية مجهودات مركز تطوير المقاولاتية في إيصال المعلومات الجميع الطلبة ,كما ان اكبر نسبة بلغت66,7 % من المبحوثين ترى ان هده المجهودات تبدل الى حد ما فقط ,مما يدل على وجود نوع من النشاط التفاعل لكنها لاتزال غير كافية لتغطية جميع احتياجات الطلبة , في حين ان ما نسبته 25,8 %من افراد العينة ان المجهودات كافيا فعالا , وهدا ما يعكس رضا هده الفئة عن مستوى الاتصال جيد وكانت هده النسبة على اطلاع دائم بجميع الأنشطة التي يوفرها المركز, أخيرا نلاحظ ان بالنسبة 75% فقط من الطلبة ان المجهودات غير كافية تماما وقد يعود هده الفئة رغم ان هده النسبة الاتصال لضمان شمولية اكبر لجميع الطلبة.

- **جدول 25: يوضح مساعدة المركز لتحويل أفكار الطلبة الى مشاريع حقيقة**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	52	%43,3
أحيانا	62	%51,7
لا	6	%5,0
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يوضح الجدول أعلاه اراء الطلبة حول مدى مساهمة مركز تطوير المقاولاتية في مساعدتهم على تحويل أفكارهم الى مشاريع حقيقة حيث نلاحظ ان بالنسبة 51,7% من المبحوثين ان المركز يساعدهم أحيانا فقط بينما يرى 43,3 %ان المركز يقدم لهم المساعدة فعلا مما يعكس وجود اتر إيجابي لبعض الأنشطة والمرافقة التي يقدمها المركز وجاءت في الأخير بالنسبة 5 %لصالح افراد العينة الدين يرون ان المركز لا يقدم أي دعم في هدا الجانب وهي بالنسبة ضعيفة لكن تشير هده الفئة عدم وجود الدعم الكافي لجسيد أفكارهم في الواقع.

- **جدول 26: يوضح اتاحة التواصل عبر المنصات الرقمية في مركز تطوير المقاولاتية**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	65	%54,2
لا	15	%12,5
لا أدري	40	%33,3
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

كما يبين الجدول أعلاه ان أكثر نصف الطلبة المشاركين 54,2% صرحوا بان مركز تطوير المقاولاتية يتيح إمكانية التواصل عبر المنصات الرقمية وهي بالنسبة جيدة تعكس توجه المركز نحو استعمال الوسائل الحديثة لربط المركز بالطلبة وتسهيل وصول المعلومات في حين نلاحظ ان بالنسبة 33,3 %من الطلبة الدين أجابوا ب 'لا أدري 'مما يعكس وجود فئة غير المطلعة على هده الخدمة،

اما بالنسبة الأخيرة فقدرة ب 12,5% لصالح افراد العينة الدين صرحوا بعدم اتاحة التواصل عبر المنصات الرقمية في مركز تطوير، وهدا يعكس نقصا في توعية او ضعف التغطية الرقمية , أو غياب الاشهار الكافي في الوسط الجامعي , مما يستدعي تعزيز في الاشهار عبر نشر ورابط المنصات الرسمية للمركز داخل الجامعة.

- **جدول 27: يوضح مساهمة الأنشطة في تعزيز رغبة المبحوثين في أن يصبح مقاول**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	**61**	**%50,8**
لا	**21**	**%17,5**
ربما	**38**	**%31,7**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول رقم (27) أراء الطلبة حول أثر الأنشطة التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية على رغبة الطلبة في أن يصبحوا مقاولين. حيث أن 50% من أفراد العينة أكدوا أن هده الأنشطة ساعدتهم في تعزيز رغبتهم بشكل واضح وهو ما يعكس التأثير الإيجابي للمركز في تحفيز الطموح الريادي لدى الطلبة، بينما أجاب 31,7% من المبحوثين ب ربما أصبح لديهم ميول نحو هدا المسار مما يدل على وجود تأثير جزئي يحتاج الى دعم إضافي او توضيح أكثر لفكرة المقاولاتية. في المقابل نجد نسبة 17,5% بأنهم لا يرغبون في أن يصبحوا مقاولين، مما يشير الى أن هده الفئة لم تتفاعل بالشكل المطلوب مع المحتوى كما يشير أيضا الى الأنشطة المقدمة لم تكن كافية بالنسبة لهم وهدا ما يعني أن المركز بحاجة الى تحسين طريقة عرض الأنشطة وجعلها أكثر ملائمة لاحتياجات الطلبة.

- **جدول 28: يوضح الرغبة في وجوود تطبيق خاص بالمركز لتسهيل الوصول الى خدماته**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	**93**	**%77,5**
لا	**27**	**%22,5**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أعلاه أراء الطلبة حول مدى رغبتهم في وجود تطبيق خاص بمركز تطوير المقاولاتية لتسهيل الوصول الى خدماته المختلفة. قدرت نسبة الطلبة الدين يرغبون في وجود تطبيق خاص بمركز تطوير المقاولاتية ب 77,5%. في المقابل نجد نسبة 22,5 % من الطلبة لا يرون أن هنالك ضرورة لإنشاء تطبيق خاص بالمركز. وهدا ما قد يفسر عدم التفاعل مع خدمات المركز، فتبين لنا أن أكثر من نصف أفراد العينة عبروا عن رغبتهم في وجود تطبيق خاص مما يعكس إهتماما واضحا من الطلبة بالحصول على وسيلة مبسطة تمكنهم من الاطلاع على الأنشطة.

- **جدول 29: يوضح مدى ثقة الطلبة في مرافقة المركز لهم في تأسيس مشاريع مستقبلية**

الخيارات	التكرار	النسبة
عالية	**38**	**%31,7**
متوسطة	**73**	**%60,8**
ضعيفة	**9**	**%7,5**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم الطلبة لديهم ثقة متوسطة في قدرة مركز تطوير المقاولاتية على مرافقتهم في انشاء مشاريعهم المستقبلية حيث بلغت نسبتهم 60,8% ما يعني أن الطلبة يدركون وجود دور للمركز، لكنه يحتاج الى المزيد من التنشيط. كما أن 31,7% من الطلبة اظهروا ثقة عالية في دور المركز في مرافقة مشاريعهم المستقبلية وهو ما يعكس فئة مقتنعة بإمكانية المركز في تقديم الدعم اللازم، أما نسبة 7,5% من الطلبة قد عبروا عن ضعف ثقتهم في المركز. وقد يكون هذا سبب في قلة التجارب أو عدم اطلاعهم على أمثلة واقعية لطلبة نجحوا في تجسيد أفكارهم بدعم من المركز.

- **جدول 30: يوضح رأي الطلبة في كفاية معلومات المركز لإنجاز مشروعهم الخاص**

الخيارات	التكرار	النسبة
كافية	58	%48,3
غير كافية	62	%51,7
المجموع	120	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن آراء الطلبة انقسمت الى اثنان بين من يرى أن المعلومات التي يقدمها المركز كافية ومن يعتبرها غير كافية، بداية صرح 51,7% من الطلبة أن المعلومات غير كافية لإنجاز مشروع، مما يدل على وجود بعض النقائص سواء في كمية المعلومات أو في تنوعها وكذلك نقص التوجيه الشخصي الذي يساعد الطالب على تحويل فكرته الى مشروع قابل للتنفيذ، لتأتي بعدها نسبة 48,3% من الطلبة الذين اظهروا رضاهم مؤكدين أن المعلومات المقدمة من طرف المركز تلبي حاجاتهم، لكنها لا تزال غير شاملة لكافة فئات الطلبة ، مما يستدعي هذا تعزيز المركز للمحتوى التكويني الذي يقدمه المركز بالإضافة الى توفير مرافقة فردية تساعد كل طالب على حسب رغبته لضمان وصولها بطريقة فعالة.

- **جدول 31: يوضح اهم العوائق التي تواجه الطلبة في تبني الفكر المقاولاتي**

الخيارات	التكرار	النسبة
نقص التمويل	66	%55,0
عدم الوضوح في الإجراءات القانونية	23	%19,2
ضعف الثقافة المقاولاتية في المجتمع	39	%32,5
قلة الخبرة	45	%37,5
قلة المرشدين	32	%26,7

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

من خلال معطيات الجدول (31) أن الطلبة يواجهون عدة عوائق تعرقل تبنيهم للفكر المقاولاتي وهو نقص التمويل حيث كانت نسبته 55% هذا ما يدل على الصعوبة في الوصول الى مصادر مالية لبدء مشاريع.

ونسبة 37,5% ارجعت السبب الى قلة الخبرة التي تعد عائق يحول دون انشاء مشاريعهم الخاصة، بالإضافة الى ذلك اعتبر 32,5% من أفراد العينة أن ضعف الثقافة المقاولاتية في المجتمع يمثل عائق بارز وهذا ما يعرقل تبنيهم للعمل المقاولاتي، هذا المعطى يدل على أن المحبط الاجتماعي لا يشجع على تبني الفكر المقاولاتي، من جانب آخر أشار 26,7 % من المبحوثين أن قلة المرشدين سببت لهم عائق في تبني الفكر المقاولاتي وهذا ما يعكس غياب المرافقة الفعالة في الوسط الجامعي ، حيث يفتقر الطلبة الى وجود اشخاص ذو خبرة لتوجيههم في مسارهم، وفي الأخير نجد نسبة 19,2% من الطلبة الذين يواجهون صعوبة وهي عدم الوضوح في الإجراءات القانونية والتي تعيق تبني الطلبة للفكر المقاولاتي ، مما يشير الى وجود نقص في الطلبة للإجراءات التنظيمية.

- **جدول 32: يوضح رأي الطلبة في دعم المركز لتجاوز عوائق تبني الفكر المقاولاتي**

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	**21**	**%17,5**
الى حد ما	**90**	**%75,0**
لا	**9**	**%7,5**
المجموع	**120**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أكثر من نصف العينة والتي نسبتهم 75% وبتكرار 90 مفردة يرون أن الدعم الذي يقدمه المركز موجود ولكن الى حد ما مما يعكس أن المركز فعلا يبذل مجهودا لتجاوز العوائق التي تواجه الطلبة ولكن بشكل غير كاف. في حين تليها نسبة 17,5% وبتكرار 21 مفردة والذين أجابوا بعبارة نعم وأكدوا أن الدعم كاف وفعال في مساعدتهم على تجاوز هذه العوائق. في حين تظهر آخر نسبة ب 7,5% وبتكرار 9 مفردات صرحوا بعدم وجود أي دعم من طرف المركز مما يعني أن الطلبة لم يشاركوا في أي نشاط للمركز وهذا ما يستدعي العمل على المركز لتعميم وتحسين آليات الاتصال.

- **جدول 33: يوضح الخدمات المقترحة لتحسين التواصل بين المركز وطلبة**

الخيارات	التكرار	النسبة
تكثيف ورشات عمل	49	%40,8
فتح منصات الكترونية تفاعلية	53	%44,2
نشر نجاحات مقاولين سابقين للتحفيز	49	%40,8
انشاء مسابقات ومنافسات الاختيار أفضل فكرة مشروع	45	%37,5

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه اقتراحات الطلبة لتحسين تواصل مركز تطوير المقاولاتية مع الطلبة، ونلاحظ أن فتح منصات الكترونية تفاعلية احتلت المرتبة الأولى حيث قدرت نسبتها ب 44,2% وهذا ما يعكس رغبة قوية في الإعتماد على الوسائل الرقمية والسريعة للتواصل مع المركز، حيث نجد في المرتبة الثانية تكثيف ورشات العمل ونشر تجارب المقاولين السابقين لهما نفس التكرار والنسبة والتي قدرت ب 40,8% مما يدل هنا على أن الطلبة يرغبون في التعلم من هذه النجاحات وممارسة بعض المهارات ، أما في المرتبة الأخيرة جاء اقتراح انشاء مسابقات لإختيار أفضل فكرة مشروع ب 37,5% من المبحوثين وهذا ما يظهر أن الطلبة لديهم رغبة في تحفيز روح المنافسة لديهم كما يرغبون في بيئة تمنحهم فرصة لإبراز أفكارهم.

- **جدول رقم 34: يوضح العلاقة بين الفئة العمرية للمبحوثين والتصور المتولد لديهم في انشاء مؤسسة خاصة بعد التعرض لأنشطة المركز**

البدائل	نعم		نعم بشكل محدود		نعم وبشدة	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
من 18 الى 24	23	%19,1	15	%12,5	23	%19,1
من 25 الى 29	20	%16,7	03	%2,5	16	%13,3
من 30 الى 35	04	%3,3	03	%2,5	04	%3,3
من 36 فما فوق	03	%2,5	03	%2,5	03	%2,5
المجموع	50	%41,6	24	%20	46	%38,5

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه فروق واضحة في تصور الطلبة لفكرة انشاء مؤسسة خاصة بعد المشاركة في أنشطة المركز حسب السن. كما أظهرت الفئة من 18 الى 24 سنة أعلى نسبة من حيث التفاعل الإيجابي سواء في خانة نعم أو نعم بشدة لهما نفس النسبة 19,1% وهذا ما يدل على أن الطلبة كلما كانوا أقل سنا كلما كانوا أكثر قابلية لتقبل فكرة انشاء مؤسسة خاصة بهم. أما بالنسبة للفئة الثانية من 25الى 29 يظهر اهتمامهم لا بأس به بفكرة انشاء مؤسسة وهذا يدل على أن هذه الفئة عادة ما يكون تفكيرهم عقلاني، وهذا راجع الى الاقتراب من الانتهاء من مسارهم الدراسي او الدخول في سوق العمل، أما الفئة من 30 الى 35 ومن 36 سنة فما فوق سنة تظهر استجابة ضعيفة وهذا ما يعود الى وجود بعض الالتزامات والتي تمنعهم من التفرغ لإنشاء مشروع خاص.

- **جدول رقم 35: يوضح العلاقة بين الفئة العمرية وميول أفراد العينة نحو ممارسة مشروع خاص بهم**

البدائل	نعم		لا	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
من 18 إلى 24	52	%43,3	09	%7,5
من 25 الى 29	37	%30,8	02	%1,7
من 30 ال ى35	09	%7,5	02	%1,7
من 36 فما فوق	08	%6,7	01	%0,8
المجموع	106	%88,3	14	%11,7

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أعلاه العلاقة بين السن وميول الطلبة نحو ممارسة مشروعهم الخاص حيث أن الفئة العمرية من 18 الى 24 كانت أكثر ميول لإنشاء مشروع خاص بنسبة 43,3% وهذا راجع الى أن الطلبة لديهم ميول لإنشاء مشروعهم الخاص قبل التعرف المركز وأنشطته، تليها الفئة من 25 الى 29 بنسبة 30,8% لكن هذه الفئة تبين أن أغلب الطلبة لديهم رغبة في انشاء مشروع خاص. أما الفئات الكبيرة الأكبر سنا من 30 الى 35 سنة ومن 36سنة فما فوق قلت نسب ميولهم لإنشاء مشروع خاص بهم، اذ سجلت الفئة العمرية من 30 الى 35 نسبة 7,5% وفئة 36 سنة فما فوق أقل بنسبة 6,7 % من المستجيبين مما يدل على أغلبهم يكونون مرتبطين بمسؤوليات مختلفة كالعمل والعائلة.

- **جدول رقم 36: يوضح العلاقة بين الوضعية المهنية والتصور المتولد لدى المبحوثين بعد تعرضهم للأنشطة المركز**

البدائل	نعم		نعم بشكل محدود		نعم وبشدة	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائمة	08	%6,7	05	%4,1	07	%5,9
مؤقتة	31	%25,9	15	%12,5	27	%22,5
عمل حر	11	%9,1	04	%3,3	12	%10
المجموع	50	%41,7	24	%19,9	46	%38,4

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول العلاقة بين الوضعية المهنية للمبحوثين ومدى تأثير أنشطة مركز تطوير المقاولاتية على تصورهم لإنشاء مؤسسة خاصة. حيث نجد أن الطلبة الذين يمارسون مهنة مؤقتة كانت نسبتهم أكبر حيث صرح 31 شخص ب نعم كانت نسبتهم25,9% و27 شخص نعم بشدة بنسبة 22,5 وهذا ما يدل على أن الطلبة لديهم انفتاح على فكرة المقاولاتية وتعتبر بديل ممكن عن العمل المؤقت.

أما بالنسبة للطلبة الذين يمارسون عمل حر كان لديهم تأثير من المركز حول تصورهم لإنشاء مؤسسة خاصة بنسبة 9,1 % بنعم و10% بنعم بشدة مما يعني أن لديهم انسجام في تجارب العمل الحر مع فكرة ريادة الأعمال، في حين أن الطلبة الذين يعملون في مهن دائمة أظهرت أنهم أقل فئة حيث عبروا عن تصورهم الإيجابي لإنشاء مشروع بعد تعرضهم لأنشطة المركز حيث بلغت نسبتهم بنعم 6,7% ونعم ب شدة5,9 % كانت هذه نسب منخفضة وهذا ما يدل على أن هذه الفئة تشعر بنوع من الاستقرار المهني، وهذا ما يجعلهم أقل رغبة.

- **جدول رقم37: يوضح العلاقة بين الوضعية المهنية وميول المبحوثين لممارسة مشروعهم الخاص**

البدائل	نعم		لا	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائمة	18	%15,0	02	%1,6
مؤقتة	62	%51,7	11	%9,1
عمل حر	26	%21,7	01	%0,9
المجموع	106	%88,4	14	%11,6

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أصحاب الوظائف المؤقتة يشكلون الشريحة الأكبر من حيث الميل نحو انشاء مشاريعهم الخاصة بنسبة 51,7%، ثم يليهم أصحاب العمل الحر بنسبة 21,7% تعكس هذه النسبة توجه واضح نحو الإستقلال المهني وهذا راجع لإكتسابهم خبرة أولية في المجال، أما في الأخير جاءت فئة الوظائف الدائمة بنسبة 15% مما يشير الى أن الاستقرار في الوظيفة لا يلغي الطموح المقاولاتي.

- **جدول رقم38: يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية للمبحوثين والتصور الذي أصبح لديهم بعد التعرض لأنشطة المركز**

البدائل	نعم		نعم بشكل محدود		نعم وبشدة	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
متزوج	09	%7,5	05	%4,1	09	%7,5
غير متزوج	41	%34,1	19	%15,9	37	%30,9
المجموع	50	%41,5	24	%20	48	%38,4

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول العلاقة بين الحالة الاجتماعية للمبحوثين والتصور الذي تشكل لديهم بعد المشاركة في أنشطة المركز. حيث نلاحظ أن الفئة غير المتزوجة كانوا الأكثر تأثرا بنسبة بلغت 34,1 % في عبارة نعم و30,9 % في عبارى نعم بشدة وهذا يدل على أن لديهم اهتماما أكبر بريادة الأعمال بعد تعرضهم لأنشطة المركز، في المقابل نجد الطلبة المتزوجين أقل بشكل واضح حيث بلغت نسبتهم 7,5 % بالتساوي وهذا راجع الى الالتزامات العائلية والمالية والتي قد يكون لها تأثير على إتخاذهم للقرارات المهنية كإنشاء مؤسسات خاصة.

- **جدول رقم39: يوضح العلاقة بين الحالة الاجتماعية وميول المبحوثين لإنشاء مشروعهم الخاص**

البدائل	نعم		لا	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
متزوج	19	%15,9	04	%3,3
غير متزوج	87	%72,5	10	%8,3
المجموع	106	%88,4	14	%11,6

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ وجود علاقة بين الحالة الاجتماعية وميول الطلبة لإنشاء مشروعهم الخاص، حيث أظهر الطلبة غير المتزوجين ميولهم نحو انشاء فكرة مشروع وذلك ب72,5 % مما يعكس استعدادهم العالي لتجربة ريادة الأعمال في غياب الالتزامات التي تعيق تنفيذ المشروع الخاص، أما الطلبة المتزوجين فقد كانت نسبتهم أقل وقدرت ب 15,9 % من مجموع العينة وعلى الرغم من أن نسبة المتزوجين أقل الا أن وجود رغبة لديهم في انشاء مشروع خاص يعكس الوعي بأهمية العمل الحر ما يعني أن الزواج ليس عائقا حقيقيا أمام الطموح المقاولاتي بل يشكل دافعا لدى البعض في تحقيق الاستقرار المعيشي.

النتائج العامة:

تهدف هذه النتائج الى تقديم صورة شاملة حول واقع الإستراتيجيات الإتصالية المعتمدة في مركز تطوير المقاولاتية، ودورها في تعزيز الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين، وذلك بناء على تحليل المعطيات التي تم جمعها ميدانيا.

- بينت نتائج الدراسة أن الطلبة لديهم علم بوجود مركز تطوير المقاولاتية وذلك عبر الإطلاع على مختلف الأنشطة ومختلف وسائل التواصل.
- يمارس مركز تطوير المقاولاتية العديد من الأنشطة الإتصالية التي تساهم في نشر الفكر المقاولاتي من بينها ورشات العمل والندوات والمحاضرات والدورات التدريبية والحملات الإعلامية على الانترنت.
- كما بينت نتائج الدراسة أن المركز يقدم جهودا معتبرة في التوعية، خصوصا عبر اللقاءات المباشرة والندوات، الا أن تأثير هذه الأنشطة لا يزال محدودا عند بعض الفئات.
- مركز تطوير المقاولاتية ساعد الطلبة في فهم ريادة الأعمال ولكن بشكل محدود.
- يواجه الطلبة عدة صعوبات خلال المشاركة في أنشطة المركز أهمها عدم ملائمة الوقت وقلة التوجيه والإرشاد العلمي.
- أظهرت النتائج أن الوسيلة الأكثر استخداما للاطلاع على أنشطة المركز الاتصالية بالنسبة للطلبة هي مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يؤكد على أهمية الرقمنة في التواصل مع الطلبة.
- يرى أغلب الطلبة أن مقياس المقاولاتية غير مطبق فالواقع مما يؤثر سلبا في دخول الطلبة لعالم ريادة الأعمال بعد التخرج.
- كشفت الدراسة أن أغلب الطلبة تحصلوا على مرافقة ودعم فردي من طرف مركز تطوير المقاولاتية لكن بشكل محدود.
- أنشطة المركز ساهمت بشكل واضح في تنمية المهارات العملية للطلبة.
- معظم الطلبة أصبح لديهم تصور حول انشاء مؤسسة خاصة، ما يدل على تأثير أنشطة المركز في بناء الفكر المقاولاتي لديهم.
- أظهرت النتائج أن عدد كبير من الطلبة لا يجدون المعلومات المقدمة من طرف المركز كافية لإنجاز مشاريعهم الخاصة مما يكشف عن وجود نقص في الطريقة التي يتم بها إيصال المعلومات.

- يتضح أن هناك نقص في إقبال الطلبة على الدورات التكوينية التي ينظمها مركز تطوير المقاولاتية حتى الذين حضروا لم يكن لهم تأثر كبير بالدورة ما يعكس ضعف الوعي بأهمية هذه الدورات وهو ما تم التطرق اليه من خلال المقابلة مع رئيس المركز حيث يعتبر نقص الوعي المقاولاتي (مقاومة الفكر المقاولاتي) من بين أكبر الصعوبات والعوائق التي تواجه المركز في نشر الفكر المقاولاتي.
- تظهر نتائج الدراسة أن مركز تطوير المقاولاتية له تأثير فعال على تصورات الطلبة نحو انشاء مشاريعهم الخاصة، خاصة لدى الفئة الشابة وغير المستقرة مهنيا غير ان هذا التأثير لايزال محدود.
- تفاوت الثقة بين الطلبة في انشاء مشاريعهم الخاصة بمرافقة مركز تطوير المقاولاتية. هذا يعكس الحاجة الى تعزيز صورة المركز لدى جميع الطلبة.
- هناك رغبة قوية لدى الطلبة في تحسين آليات التواصل مع المركز خاصة عبر تطبيقات الكترونية ومنصات تفاعلية.
- السن والحالة الاجتماعية والوضعية المهنية يلعبون دورا هاما في التأثير على الفكر المقاولاتي للطلبة.
- يواجه الطلبة عدة صعوبات أهمها: نقص التمويل وقلة الخبرة وعدم الوضوح في الإجراءات القانونية.

الخاتمة

الخاتمة:

نظرا لأهمية دعم روح المبادرة لدى الطلبة داخل الجامعات الجزائرية، ظهرت الحاجة الى تفعيل دور مؤسسات الدعم والمرافقة وعلى رأسها مراكز تطوير المقاولاتية باعتبارها أداة لنشر الفكر المقاولاتي وتعزيز استقلالية الطلبة في مسارهم المهني. ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الاستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية بجامعة غرداية ودورها في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين، ومن أجل معرفة هذا الدور تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة حالة والاستبيان والمقابلة كأداتي لجمع البيانات. حيث بينت النتائج أن الإستراتيجيات الإتصالية المعتمدة من طرف مركز تطوير المقاولاتية كان لها تأثير نسبي على وعي الطلبة بمفاهيم المقاولاتية، الا أن هذا التأثير ما يزال بحاجة الى تطوير وتفعيل أكبر لضمان نتائج أكثر فاعلية. كما تم اكتشاف مجموعة من النقائص التي تعيق تحقيق الأهداف الاتصالية للمركز. وعليه تم اقتراح مجموعة من التوصيات أهمها:

. تحقيق التوازن بين الجانب النظري والتطبيقي مع ضرورة تعزيز التواصل الرقمي من خلال إطلاق تطبيق خاص بالمركز، تكثيف التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، توسيع قاعدة الوصول الى الطلبة.

. إعادة تنظيم الأنشطة وتكييف توقيتها بما يتلاءم مع جداول الطلبة لتقليل مشكلة عدم ملائمة الوقت.

. توسيع الشراكات مع مؤسسات الدعم والتمويل لتوفير حلول فعلية لمشكلة نقص التمويل التي تعد من أبرز العوائق.

. زيادة عدد الورشات التطبيقية والإعتماد على دراسات حالات وتجارب واقعية لمقاولين ناجحين.

. تقييم دوري لفعالية الإستراتيجيات المعتمدة لضمان تحقيق أهداف المركز.

قائمة المراجع

- **أولا: الكتب**

1. الزهراني ناصر بن عوض، الوظيفة الاجتماعية للدين في دعم التماسك الاجتماعي.
2. المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2018.
3. الشحاتة صيام، النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة، مصر العربية للنشر، 2009.
4. بوزيان الرحماني هاجر، المقاولاتية، جامعة بلحاج بوشعيب عين تيموشنت، 2022.
5. بن مرسلي أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
6. طلعت محمود منال، مدخل إلى علم الاتصال، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، جامعة الإسكندرية، 2002.
7. عليان ربحي مصطفى، إدارة مراكز مصادر التعلم، دار اليازوري، عمان،2012.
8. عليان ربحي مصطفى، البحث العلمي أسسه ومناهجه وأساليبه، المؤتمن للتوزيع، الأردن.
9. عواج سامية، الاتصال في المؤسسة، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2020.
10. كمال الحاج، مناهج البحث الإعلامي، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا،2020.
11. يحياوي، لخضر، منهجية البحث العلمي، المركز الجامعي بلحاج بوشعيب، 2021/2020.

- **ثانيا: الوثائق**

12. قرار(1275) مؤرخ في سبتمبر 2022، يحدد كيفية إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة.
13. **قرار** (008)، مؤرخ في 23فيفري 2025، يعدل ويتمم قرار السابق الذي يحدد كيفية إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة.

- **ثالثا: المذكرات الجامعية**

14. ريمي محمد الأزهر، دور التكوين المهني في تفعيل الفكر المقاولاتي لدى المتكونين، رسالة ماستر، جامعة الشهيد محمد لخضر، 2020.

15. عزيزي فاطمة الزهراء، استراتيجية الاتصال بالجامعة لنشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 3، 2023/2022.

- **رابعا: المجلات العلمية**

16. أبو قاسم حمدي، وآخرون، دور الجامعة في ترقية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة (دار المقاولاتية بجامعة الأغواط نموذجا)، 2019.

17. بن عودة قصير، دور دار المقاولاتية في تعزيز الفكر المقاولاتي (الريادي) لدى الطالب الجامعي، مجلة التنمية البشرية، مجلد 7، عدد 2، 2020.

18. بو الريحان فاروق، وآخرون، دور دار المقاولاتية في نشر الثقافة والفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي، مجلة ميلاف، مجلد 4، عدد 1، 2018.

19. رمانة عيسى، وآخرون، واقع الفكر المقاولاتي لدى طلبة الجامعة الجزائرية، مجلة هيرودوت، مجلد 6، عدد 2، 2022

20. زايدي حكيم، وآخرون، نشر الفكر المقاولاتي وتنمية روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، مجلة الاقتصاد وتنمية المقاولاتية، عدد 4، 2021.

21. عوض الله أسامة محمد، متطلبات تنمية الوعي بريادة الأعمال، مجلة التقدم في البحوث الزراعية(JAAR) ، مجلد 27.

22. غربي محمد، وآخرون، النظرية البنائية والوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، عدد 18، 2016

23. قارة ابتسام، وآخرون، دور دار المقاولاتية في تطوير الفكر المقاولاتي لدى الشباب الجامعي، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، عدد 2، 2020.

24. قوامسي رشيدة، التأصيل النظري المقاولاتية كمشروع والنظريات المفسرة للتوجه المقاولاتي، مجلة المنتدى، مجلد 4، عدد 2، 2022

25. ميمي، محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، عدد 24، جزء 2، 2018.

26. مشعل أحمد عبد اللطيف، دراسة تحليلية لحساب حجم العينة الأمثل في البحوث الميدانية الزراعية، المجلة المصرية للاقتصاد الزراعي، مجلد 28، عدد 2، 2018.

- **خامسا: الملتقيات والندوات**

27. تومي رياض، أهمية الفكر المقاولاتي والمقاولاتية كعامل للإبداع، الملتقى الدولي الثاني، جامعة قالمة

28. عبده، أيمن عادل، التعليم الريادي لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والأمن الاجتماعي، مؤتمر جامعة القصيم، 2014.

29. عتيق منى، الطلبة الجامعيون بين تصور المستقبل وتأسيس الهوية الاجتماعية، الملتقى الدولي حول الهوية الاجتماعية، جامعة عنابة.

- **سادسا: المقابلات الشخصية**

30. ثامر محمد بشير، نائب مدير مركز تطوير المقاولاتية، **مركز تطوير المقاولاتية جامعة غرداية**، 2025/05/25

31. عبد الحميد مراكشي، مدير مركز تطوير المقاولاتية، **مركز تطوير المقاولاتية جامعة غرداية**،2025/02/09

- **سابعا: المواقع الإلكترونية**

مركز تطوير المقاولاتية – جامعة غرداية، تم تصفحه بتاريخ 2025/02/11، cde.univ-ghardaia.edu.dz

- **ثامنا: الكتب الأجنبية**

32. **Fabienne Deuviller**, *Dictionnaire bilingue de la publicité et de la communication*, Bordas, Paris, 1990.

33. **I. Whlleer**, *Stratagem and the vocabulary of military trickery*, Lady Brill's, Mnemosyne Supplement 108, 1988.

الملاحق

– الملحق رقم 01: إستمارة الإستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال
التخصص: إتصال وعلاقات عامة

إستبيان حول:

الإستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية ودرورها في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة

–دراسة ميدانية على من طلبة جامعة غرداية–

بعد التحية والتقدير، يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالا لنيل شهادة الماستر.

ونعلمكم أن الاجابات الواردة في الاستبيان لاتستخدم الا لأغراض البحث العلمي فقط.

من اعداد الطلبة: تحت اشراف الأستاذة:

ليتيم أمينة غراب سعيدة

بن حيدة فاطمة

السنة الدراسية 2025/2024

الأسئلة:

أسئلة استبيان لدراسة "دور الأنشطة الاتصالية لدار المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين"

المعلومات الشخصية

الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

السن:

من 18 إلى 24 سنة ☐ من 24 إلى 29 سنة ☐

من 30 إلى 35 سنة ☐ 36 سنة فما فوق ☐

الحالة الاجتماعية:

متزوج ☐ غير متزوج ☐

الكلية:

.كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ☐

.كلية الآداب واللغات ☐

.كلية العلوم والتكنولوجيا ☐

.كلية الحقوق والعلوم السياسية ☐

.كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض ☐

.كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ☐

الوضعية المهنية:

أدرس فقط ☐ أدرس وأمارس مهنة ☐

إذا كنت تمارس مهنة هل هي:

دائمة ☐ مؤقتة ☐ عمل حر ☐

المحور الأول: دور الأنشطة الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية في نشر الفكر المقاولاتي:

1. هل لديك نظرة عن وظيفتك المستقبلية؟

نعم ☐ لا ☐

2. إدا أجبت ب نعم، فمن أين تستمد النصائح، ومن يتدخل في قرار مستقبلك المهني؟

بمفردك ☐ بتوجيه الوالدين ☐ بالمناقشة الأصدقاء ☐

بالحديث مع ذو الخبرة ☐

3. هل لديك ميول لممارسة مشروع خاص بك؟

نعم ☐ لا ☐

4 كيف علمت بوجود مركز تطوير المقاولاتية؟

من خلال الانشطة التي قامت بيها في الكلية ☐ من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ☐

وسيلة اخرى أذكرها.....

5. بحسب معلوماتك ماهي الأنشطة التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية؟

ورشات عمل ☐ ندوات ومحاضرات ☐ دورات تدريبية ☐

حملات إعلامية على الإنترنت ☐

أخرى: .....

6. ما هي أكثر الوسائل التي يستخدمها مركز تطوير المقاولاتية وتجدها فعالة في نشر الفكر المقاولاتي حسب رأيك؟

الإنترنت (مواقع الإنترنت، شبكات التواصل الاجتماعي) ☐

اللقاءات المباشرة والندوات ☐

المطبوعات (نشرات، منشورات) ☐

أخرى: .....

7. هل ساعدتك الأنشطة التي يقدمها مركز تطوير المقاولاتية في فهم ريادة الاعمال؟

نعم، بشكل كبير ☐ نعم، ولكن بشكل محدود ☐ لا ☐

8. ما هي الصعوبات التي تواجهها عند المشاركة في انشطة مركز تطوير المقاولاتية؟

عدم ملائمة الوقت ☐ عدم وجود تنوع في الأنشطة ☐

قلة التوجيه والإرشاد العملي ☐

أخرى: .....

9. ماهي الوسيلة التي تستخدمها للإطلاع على الانشطة الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية؟

مواقع التواصل الاجتماعي ☐ الإتصال المباشر ☐ الأصدقاء، الزملاء ☐

أخرى: .....

10. أثناء دراستك في الجامعة هل درست مقياس حول المقاولاتية؟

نعم لا

11. إذا كانت اجابتك ب نعم، هل كانت هنالك حصص تطبيقية؟

12. هل يقوم مركز تطوير المقاولاتية بتوجيه الطلبة ومساعدتهم ومرافقتهم بشكل فردي؟

نعم لا

13. هل حضرت الى دورة تكوينية قام بها مركز تطوير المقاولاتية؟

نعم لا

14. اذا كانت اجابتك ب نعم

هل أثرت هذه الدورة على أفكارك هل اكتسبت مهارات في قيادة المشاريع وتأسيسها

15. ماهي أبرز المهارات التي اكتسبتها من خلال مشاركتك في انشطة المركز؟

كتابة خطة عمل إدارة مشروع

المحور الثاني: اتجاه وقدرات الطلبة الجامعيين لممارسة المقاولاية:

16. بعد تعرضك للأنشطة المقدمة من طرف مركز تطوير المقاولاتية هل أصبح لديك تصور لإنشاء مؤسسة خاصة بك؟

نعم نعم بشدة نعم بشكل محدود

17. اذا اجبت ب نعم،

هل ناقشت الفكرة مع زملائك؟ هل حاولت تطوير الموضوع مع زملائك؟

هل بحثت عن امكانية تحقيق ذلك لوحدك؟

18. بعد تعرضك للأنشطة المقدمة من طرف مركز تطوير المقاولاتية هل نقلت تلك المعلومات الى:

أشخاص خارج الجامعة. ☐ أشخاص داخل الجامعة. ☐

19. هل قمت بمناقشة فكرة مشروعك الخاص مع أحد المقاولين خارج الحيز الجامعي؟

.....

.....

20. هل تعتقد أن مجهودات المركز كافية لإيصال المعلومات لجميع الطلبة بالجامعة؟

نعم ☐ لحد ما ☐ لا ☐

21. هل يساعد المركز الطلبة على تحويل أفكارهم الى مشاريع حقيقية؟

نعم ☐ أحيانا ☐ لا ☐

22. هل يتيح مركز تطوير المقاولاتية التواصل عبر المنصات الرقمية؟

نعم ☐ لا ☐ لا أدري ☐

23. هل ساهمت انشطة المركز في تعزيز رغبتك في ان تصبح مقاول؟

نعم ☐ لا ☐ ربما ☐

24. هل ترغب في وجود تطبيق خاص بالمركز لتسهيل الوصول إلى خدماته؟

نعم ☐ لا ☐

25. ما مدى ثقتك في قدرة المركز على مرافقتك في تأسيس مشروعك مستقبلا؟

عالية ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

26. هل تعتقد ان المعلومات التي يطرحها المركز كافية للطالب لإنجاز مشروعه الخاص؟

كافية ☐ غير كافية ☐

7. ما هو أكبر عائق يواجه الطلبة في تبني الفكر المقاولاتي حسب رأيك؟

نقص التمويل قلة الخبرة

عدم الوضوح في الاجراءات القانونية ☐ قلة المرشدين ☐

ضعف الثقافة المقاولاتية في المجتمع ☐

28. هل تعتقد أن المركز يقدم دعما كافيا للتغلب على هذه العوائق؟

نعم ☐ الى حد ما ☐ لا ☐

29. ماهي الخدمات التي تقترحها لتحسين التواصل بين المركز والطلبة؟

تكثيف ورشات عمل ☐

فتح منصات إلكترونية تفاعلية ☐

نشر نجاحات مقاولين سابقين للتحفيز ☐

إنشاء مسابقات ومنافسات الاختيار أفضل فكرة مشروع ☐

أخرى:

.....

.....

– الملحق رقم 02: إستمارة المقابلة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

التخصص: إتصال وعلاقات عامة

إستمارة مقابلة حول:

مركز التطوير المقاولاتية بجامعة غرداية

مقابلة مع الدكتور "مراكشي عبد الحميد" مدير مركز تطوير المقاولاتية بالجامعة ونائبه الدكتور ثامر محمد بشير

تحية طيبة... في إطار القيام بدراسة علمية لنيل شهادة الماستر اتصال وعلاقات عامة حول الإستراتيجيات الاتصالية لمركز تطوير المقاولاتية ودورها في تنمية الفكر المقاولاتي لدى الطلبة. دراسة ميدانية بمركز تطوير المقاولاتية جامعة غرداية

نتشرف بالتوجه اليكم بهذا الاستبيان راجين منكم الاجابة على اسئلتنا، والتي تدخل في إطار اعدادنا لهذه الدراسة.

ونعلمكم أن الإجابات الواردة في الإستبيان لاتستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

أسئلة خاصة بمركز المقاولاتية:

1. ما هي الأهداف الرئيسية التي يسعى مركز المقاولاتية لتحقيقها في الجامعة؟
2. ما هي الاستراتيجيات التي يعتمدها المركز لتعزيز روح المبادرة بين الطلاب؟
3. هل توجد برامج تدريبية أو ورش عمل يقدمها المركز؟ وما هي المواضيع التي تركز عليها؟
4. ما هي الأنشطة أو الفعاليات التي نظمها المركز خلال العام الماضي؟ وكيف تم قياس نجاحها؟
5. كيف يقوم مركز المقاولاتية بدعم المشاريع الناشئة
6. ما هي الشراكات التي اقامها مركز تطوير المقاولاتية مع المؤسسات المحلية او الوطنية لتعزيز المقاولاتية؟
7. هل يتم تقديم خدمات توجيه أو إستشارات للطلاب الذين يرغبون في إطلاق مشاريعهم؟
8. كيف يتم الاتصال والتغطية لجميع الطلبة؟
9. هل هناك تدريبات خاصة بالمدراء والأساتذة للمركز؟
10. هي التحديات الرئيسية التي يواجهها المركز في تحقيق أهدافه؟ وكيف يتم التعامل معها؟
11. ما هي خطط المركز المستقبلية لتوسيع نطاق نشاطه وزيادة تأثيره؟

– الملحق رقم 03: القرار رقم (1275)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022 يحدد كيفيات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية -مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي

إنّ وزير التعليم العالي والبحث العلمي،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 22-305 المؤرخ في 11 صفر عام 1444 الموافق 8 سبتمبر سنة 2022 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 13-77 المؤرخ في 18 ربيع الأول عام 1434 الموافق 30 يناير سنة 2013 الذي يحدد صلاحيات وزير التعليم العالي والبحث العلمي،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 22-208 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1443 الموافق 5 جوان سنة 2022 الذي يحدّد نظام الدراسات والتكوين للحصول على شهادات التعليم العالي،

يُقرّر ما يأتي:

المادة الأولى: يهدف هذا القرار إلى تحديد كيفيات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي.

المادة 2: يهدف مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية -مؤسسة ناشئة في الأساس، إلى خلق جيل من الطلبة رواد الأعمال لهم القدرة والرغبة في التوجه نحو ريادة الأعمال الابتكارية وخلق المؤسسات الناشئة الخلاقة للثروة ومناصب شغل، والتي تعد عملا مربحا يقوم على أسس ودعائم الابتكار والتكنولوجيا، يهدف إلى إيجاد حلا تقنيا، أو تكنولوجيا، أو رقميا لمؤسسات قائمة أو مؤسسات مستقلة بذاتها.

المادة 3 : تشتمل مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة على مجموعة من البرامج التدريبية في مجال إعداد مخططات الأعمال موجهة لمرافقة الطلبة المسجلين لإعدادها، والتي تسمح لهم بإعداد مذكرة تخرج قابلة للتحويل إلى مشروع مؤسسة ناشئة.

المادة 4: يسمح لطلبة الليسانس والماستر والدكتوراه وطلبة الهندسة والهندسة المعمارية طلبة علوم البيطرة من مختلف التخصصات والكليات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة.

المادة 5: يتلقى الطلبة المسجلين في هذا المسعى دورات تدريبية وورشات ميدانية حول نموذج الأعمال والتسويق الالكتروني والمناجمنت والتمويل والمحاسبة.

المادة 6: يمكن لكل طالب في السنة الأخيرة من مساره التعليمي صاحب فكرة قابلة أن تتطور إلى مؤسسة ناشئة أن يرافق من حاضنة أعمال مؤسسته الجامعية ويناقش مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة.

المادة 7: يمكن للطلبة الذين يعدون مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة تكوين فرق عمل تتكون من مجموعات صغيرة من الطلبة (من طالبين (02) إلى ستة (06) طلبة) من تخصصات وكليات مختلفة من أجل مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة.

المادة 8: يقوم الطلبة المسجلين بإعداد مشاريع مذكرات تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة في شكل "فكرة مؤسسة ناشئة Start-up".

المادة 9: يحصل الطلبة الذين يقومون بإعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة، بعد القيام بعرض ومناقشة مشاريعهم أمام لجنة علمية وخبراء متخصصين في مجال إختصاصهم، تضم: المؤطر، عضو من حاضنة الأعمال أو دار المقاولاتية وممثل عن الشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين، على شهادة نهاية الدراسة الجامعية وعلى دبلوم مؤسسة ناشئة، يهدف على الأقل للحصول على وسم "لابل" مشروع مبتكر.

تسير إدارة حاضنات الأعمال الجامعية على مرافقة المشاريع الحاصلة على وسم " لابل" مشروع مبتكر للتحول الفوري إلى مؤسسات ناشئة حاصلة على وسم " لابل" من قبل اللجنة الوطنية لمنح علامة "لابل".

المادة 10: يتم تسجيل المشاريع المتميزة في مسابقة وطنية لأفضل المؤسسات الناشئة و تُثمّن المشاريع الفائزة بدعم مالي مناسب من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين المهتمين بالمجال.

المادة 11: ينشر هذا القرار في النشرة الرسمية للتعليم العالي والبحث العلمي.

حرر بالجزائر في 27 سبتمبر 2022
وزير التعليم العالي والبحث العلمي

وزير التعليم العالي والبحث العلمي
كمال بداري

– الملحق رقم 04: القرار رقم (008)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قرار رقم 008 مؤرخ في 23 ماي 2025

يعدّل ويتمّم القرار رقم 1275 المؤرّخ في 27 سبتمبر 2022 الذي يحدد كيفيات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية – مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي

إن وزير التعليم العالي والبحث العلمي،

- وبمقتضى المرسوم رقم 71-215 المؤرخ في 4 رجب عام 1391 الموافق 25 غشت سنة 1971 والمتضمن تنظيم الدروس الطبية، المعدّل والمتمّم،
- وبمقتضى المرسوم رقم 71-216 المؤرخ في 4 رجب عام 1391 الموافق 25 غشت سنة 1971 والمتضمن تنظيم الدروس للحصول على دبلوم صيدلي، المعدّل والمتمّم،
- وبمقتضى المرسوم رقم 71-218 المؤرخ في 4رجب عام 1391 الموافق 25 غشت سنة 1971 والمتضمن تنظيم الدروس للحصول على شهادة جراح الأسنان، المعدّل والمتمّم،
- وبمقتضى المرسوم رقم 86-61 المؤرخ في 14رجب عام 1406 الموافق 25 مارس سنة 1986 الذي يحدد شروط قبول الطلبة والمتدربين الأجانب ودراستهم والتكفّل بهم، المعدّل والمتمّم،
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 23-416 المؤرخ في 12 جمادى الأولى عام 1445 الموافق 26 نوفمبر سنة 2023 والمتضمن القانون الأساسي النموذجي للمدرسة الوطنية العليا التابعة للقطب التكنولوجي لمدينة سيدي عبد الله، ولاية الجزائر، المعدل،
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 24-374 المؤرخ في 16 جمادى الأولى عام 1446 الموافق 18 نوفمبر سنة 2024 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة، المعدل،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 03-279 المؤرخ في 24 جمادى الثانية عام 1424 الموافق 23 غشت سنة 2003 الذي يحدد مهام الجامعة والقواعد الخاصة بتنظيمها وسيرها، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-299 المؤرخ في 11 رجب عام 1426 الموافق 16 غشت سنة 2005 الذي يحدد مهام المركز الجامعي والقواعد الخاصة بتنظيمه وسيره،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 12-293 المؤرخ في 2 رمضان عام 1433 الموافق 21 يوليو سنة 2012 الذي يحدد مهام المصالح المشتركة للبحث العلمي والتكنولوجي وتنظيمها وسيرها، المتمّم،

4 / 1

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 13 –77 المؤرخ في 18 ربيع الأول عام 1434 الموافق 30 يناير سنة 2013 الذي يحدد صلاحيات وزير التعليم العالي والبحث العلمي،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-176 المؤرخ في 9 رمضان عام 1437 الموافق 14 يونيو سنة 2016 الذي يحدد القانون الأساسي النموذجي للمدرسة العليا،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 22-208 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1443 الموافق 5 جوان سنة 2022 الذي يحدّد نظام الدراسات والتّكوين للحصول على شهادات التّعليم العالي،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 23-215 المؤرخ في 18 ذي القعدة عام 1444 الموافق 7 جوان سنة 2023 والمتضمن إعادة تنظيم الدراسات للحصول على شهادة دكتور في الطب البيطري،
- وبمقتضى القرار رقم 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 الذي يحدد كيفيات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية- مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي،
- وبمقتضى القرار رقم 36 المؤرخ في أول مارس 2023 والمتضمن إنشاء لجنة وطنية تنسيقية لمتابعة الابتكار وريادة الأعمال الجامعية،

يقرر ما يأتي:

المادة الأولى: تُعدّل المادة الأولى من القرار رقم 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 والمذكور أعلاه، وتحرر كما يأتي:

"المادة الأولى: يهدف هذا القرار إلى تحديد كيفيات إعداد الطالب مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية- مشروع مؤسسة اقتصادية".

المادة 2: تُعدّل المادة 2 من القرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022 والمذكور أعلاه، وتُحرّر كما يأتي:

"المادة 2: يهدف مشروع مذكّرة التخرج للحصول على شهادة جامعية – مشروع مؤسسة اقتصادية، في الأساس، إلى خلق جيل من الطّلبة رواد الأعمال لهم الرّغبة والقدرة على التّوجه نحو ريادة الأعمال، وخلق المؤسسات الناشئة أو المؤسسات المصغّرة أو أي شكل آخر من المؤسسات الاقتصادية الخلاّقة للثّروة ومناصب الشّغل".

المادة 3: تُعدّل المادّة 3 من القرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022 والمذكور أعلاه، وتحرر كما يأتي:

"المادة 3: يمكن أنْ تُعدَّ مذكرة التخرج للحصول على شهادة جامعية – مشروع مؤسّسة اقتصادية، وفق إحدى الصّيغتين التاليتين:

- الصّيغة الأولى: مذكّرة تخرّج تتضمّن فصلين أحدهما نظريّ، وآخر تطبيقيّ في شكل نموذج تجاري أو بطاقة تقنية واقتصادية لمشروع مؤسّسة اقتصادية،
- الصّيغة الثّانية: مذكّرة تخرّج بمحتوى تطبيقيّ كامل في شكل نموذج تجاري أو بطاقة تقنية واقتصادية لمشروع مؤسسة اقتصادية".

المادة 4: تُعدّل وتتمّمُ المادّة 5 من القرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022 والمذكور أعلاهُ، وتُحرّر كما يأتي:

"المادة 5: يتلقّى الطالب المسجّل في هذا المسْعى، دورات تدريبية وورشات ميدانية، لاسيما حول إعداد نموذج الأعمال، التسويق، المناجمنت، المحاسبة والمالية، ودورات تكوينية متخصّصة حسب طبيعة الأفكار المبتكرة."

المادة 5: تُعدّل وتتمّمُ المادّة 6 من القرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022 والمذكور أعلاه، وتُحرّرُ كما يأتي:

"المادة 6: يمكن الطالب حامل فكرة مؤسسة اقتصادية، بمن في ذلك الطالب الأجنبي المسجل في مؤسسة التعليم العالي الجزائرية، لاسيما في السنة الأخيرة من مساره الدّراسيّ، أن يستفيد من مرافقة على مستوى الواجهات الجامعية على غرار حاضنة الأعمال، مركز تطوير المقاولاتية، مركز الدعم التكنولوجي والابتكار."

المادة 6: تُعدّل المادّة 8 من القرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022 والمذكور أعلاه، وتُحرّر كما يأتي:

"المادة 8: تُنشأُ لدى مؤسسة التّعليم العالي خليّة تُسمى "خلية التّوجيه "، تتولّى مهّمة توجيه الطّلبة حاملي الأفكار والمشاريع الاقتصادية، نحو الواجهة الجامعية المناسبة لفكرة مشروعهم، بغية مرافقتهم في إنشاء مؤسساتهم الاقتصادية (مؤسسة ناشئة، مؤسسة مصغرة، براءة اختراع وطنية أو دولية قابلة للتحول لمؤسسة اقتصادية).

تنشأ هذه الخلية بموجب مقرر من مدير مؤسسة التعليم العالي، وتتشكل من:

- نائب مدير الجامعة المكلف بالتكوين العالي في الطورين الأول والثاني والتكوين المتواصل والشهادات وكذا التكوين العالي في التدرج، أو المدير المساعد المكلف بالتعليم والشهادات والتكوين المتواصل بالمدارس العليا، أو المدير المساعد للدراسات في التدرج والتكوين المتواصل والشهادات بالمركز الجامعي، حسب الحالة،

4 / 3

- مدير حاضنة الأعمال الجامعية،
- مدير مركز تطوير المقاولاتية،
- مدير مركز الدعم التكنولوجي والابتكار،
- مدير دار الذكاء الاصطناعي،
- ممثل عن الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية أو ممثّل عن أيّ شريك اقتصادي واجتماعي لمؤسسة التعليم العالي."

المادة 7: تُعدّل المادة 9 من القرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022 والمذكور أعلاه، وتحرر كما يأتي:

"المادة 9: يحصل الطالب الذي يُعدّ مذكّرة التّخرج للحصول على "شهادة جامعية -مشروع مؤسسة اقتصادية"، بعد عرض مشروعه ومناقشته أمام لجنة خبراء متخصصين، على شهادة نهاية الدراسة الجامعية، بالإضافة لشهادة "مشروع مؤسسة اقتصادية، يهدف إلى إنشاء مؤسسة اقتصادية".

تتشكّل لجنة المناقشة من: المشرف، ممثل عن الحاضنة، أو ممثل عن مركز تطوير المقاولاتية، أو ممثل عن مركز الدعم التكنولوجي والابتكار، حسب الحالة، وممثل عن الشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين.

المادة 8: تستبدل تسمية "مؤسسة ناشئة" المذكورة في المواد 4 و7 و10 من القرار رقم 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 والمذكور أعلاه بتسمية " مشروع مؤسسة اقتصادية".

المادة 9: ينشر هذا القرار في النشرة الرسمية للتعليم العالي والبحث العلمي.

حرر بالجزائر في: 23 ماي 2025

وزير التعليم العالي والبحث العلمي

وزير التعليم العالي والبحث العلمي

كمال بداري

4 / 4