

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: إتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالب: كريمي توفيق

بعنوان:

دور الاتصال المؤسسي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة

–دراسة حالة لحاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية–

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 06 أكتوبر 2024

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الدكتورة/ لكحل سعاد - جامعة غرداية رئيسا
الدكتورة/ مهيري دليلة - جامعة غرداية مشرفا
الدكتور/ حوة محمد - جامعة غرداية مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: إتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالب: كريمي توفيق

بعنوان:

دور الاتصال المؤسسي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة

–دراسة حالة لحاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية–

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 06 أكتوبر 2024

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الدكتورة/ لكحل سعاد - جامعة غرداية رئيسا
الدكتورة/ مهيري دليلة..... - جامعة غرداية مشرفا
الدكتور/ حوة محمد - جامعة غرداية مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وعرهان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على المبعوث رحمة

للعالمين سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين.

نشكر الله على النعمة التي لا تقدر ولا تحصى ومنها توفيقه تعالى على إتمام هذا العمل،

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان والتقدير إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة مهيري دليلة التي أشرفت

على مذكري وعلى دعمها لي لها جزيل الشكر والعرهان.

كما يسرني ان أقدم أسمى التقدير والعرهان إلى أساتذتي الكرام.

فجزاهم الله كل خير.

2
0
2
4

إهداء

إلى روح والدي العزيزين طيب الله أثرهما

إلى عائلة كريمي

وعائلة مستور وميلودي وحامد زرين

وإلى الكتاكيت عبد الله وعبد القادر وإلى البراعم ابتسام

يوسف وتسليم وسيم

وإلى جميع الزملاء والأصدقاء



ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة تحديد دور الاتصال المؤسسي في استقطاب الطلبة لإستحداث مؤسسات ناشئة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إدرء مقابلة مع مسؤول حاضنة الأعمال بغرداية، واختيار عينة قصدية من مجتمع الدراسة مكونة من 21 فردا من حاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية، أجابوا على استمارة إلكترونية قصد جمع نتائج الدراسة، وبالاعتماد على المنهج الوصفي، وبرنامج التحليل الإحصائي spss، تم تحليل وتفسير البيانات المجمعة من طرف أفراد العينة، لتتوصل الدراسة إلى أنه توجد علاقة بين الاتصال المؤسسي واستقطاب الطلبة لإستحداث مؤسسات ناشئة، وأن للإتصال الكتابي والإتصال الشفهي، والوسائل التكنولوجية دور في إستقطاب الطلبة لإستحداث مؤسسات ناشئة، إلا أنه يتطلب تطوير عمليات الإتصال والإعتماد على التطور التكنولوجي من أجل تحفيز عدد أكثر من الطلبة للتوجه للعمل الريادي.

الكلمات المفتاحية: الاتصال المؤسسي- المؤسسات الناشئة- حاضنة الأعمال

Abstract:

The study aimed to determine the role of institutional communication in attracting students to start up start-ups. and to achieve the objectives of the study, an interview was conducted with the official of the business incubator in Ghardaia, and an intentional sample was selected from the study community consisting of 21 individuals from the holders of Business Incubator Projects at the University of Ghardaia, they answered an electronic form in order to collect the results of the study, relying on the descriptive curriculum and the spss statistical analysis program, the data collected by the sample members were analyzed and interpreted, so that the study concludes that there is a relationship between institutional communication and attracting students to develop emerging institutions, and that written communication, oral communication, and technological means play a role in attracting students However, it requires the development of communication processes and reliance on technological development in order to motivate more students to go for entrepreneurial work.

Keywords: corporate communication-startups-business incubator

قائمة المحتويات والأشكال

البيانية

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	الشكر
	ملخص الدراسة
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال البيانية
	قائمة الملاحق
	قائمة الاختصارات والرموز
أب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة	
04	1. تحديد مشكلة الدراسة
05	2. فرضيات الدراسة
06	3. أسباب اختيار الموضوع
06	4. الدراسات السابقة
08	5. أهمية الدراسة
08	6. أهداف الدراسة
08	7. تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
09-33	8. الإطار النظري للدراسة
33	9. الإجراءات المنهجية للدراسة
34	أولاً: منهج الدراسة
34	ثانياً: أدوات جمع البيانات

36	ثالثا: مجتمع البحث وعينة الدراسة
36	رابعا: مجال الدراسة
37	خامسا: الخصائص السيكومترية للدراسة
38	سادسا: الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة
39	10. صعوبات الدراسة
40	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة	
42	تمهيد
43	1. بطاقة تقنية للمؤسسة محل الدراسة
45	2. عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة
48	3. عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول
51	4. عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني
53	5. عرض وتحليل ومناقشة الفرضيات
63	6. النتائج العامة للدراسة
65	7. الخاتمة
66	8. توصيات الدراسة
قائمة المراجع	
67	قائمة المراجع
الملاحق	
72	

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
35	درجات مقياس ليكرت الخماسي	الجدول (1)
35	اتجاه الرأي لمقياس ليكرت الخماسي	الجدول (2)
37	اختبار الصدق ألفا كرونباخ	الجدول (3)
37	يوضح الاتساق الداخلي للاستبيان	الجدول (4)
45	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	الجدول (5)
46	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	الجدول (6)
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	الجدول (7)
48	تحليل فقرات البعد الأول (الإتصال الكتابي) للمحور الأول	الجدول (8)
49	تحليل فقرات البعد الثاني (الإتصال الشفهي) للمحور الأول	الجدول (9)
50	يمثل تحليل فقرات البعد الثالث (الوسائل التكنولوجية) للمحور الأول	الجدول (10)
51	يمثل تحليل فقرات المحور الثاني	الجدول (11)
53	نتائج تحليل اختبار بيرسون للفرضية الرئيسية	الجدول (12)
54	نتائج تحليل اختبار بيرسون للفرضية الفرعية 1	الجدول (13)
55	نتائج تحليل اختبار بيرسون للفرضية الفرعية 2	الجدول (14)
56	نتائج تحليل اختبار بيرسون للفرضية الفرعية 3	الجدول (15)
61	يمثل إحصاء لمؤسسات الناشئة بجامعة غرداية سنة 2024 / 2023	الجدول (16)
61	يمثل التكوينات المبرمجة	الجدول (17)

قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
21	يمثل دورة حياة المؤسسات الناشئة	الشكل (1)
44	يمثل الهيكل التنظيمي لحاضنة الأعمال بجامعة غرداية	الشكل (2)
45	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	الشكل (3)
46	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	الشكل (4)
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	الشكل (5)

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
	نموذج الإستبيان	الملحق (1)
	مخرجات البرنامج الإحصائي spss.v29	الملحق (2)
	المنشور الوزاري لإنشاء المؤسسات الناشئة	الملحق (3)
	نماذج لمنشورات كتابية لحاضنة الأعمال	الملحق (4)

قائمة الاختصارات والرموز

الإختصار	أصل الإختصار	الرقم
ص	صفحة	(1)
ط	طبعة	(2)
د.س	دون سنة النشر	(3)
تر	ترجمة	(4)

مقدمة

مقدمة:

في ظل التحولات السريعة التي يشهدها عالم الأعمال والتكنولوجيا، تبرز المؤسسات الناشئة كعنصر رئيسي في تعزيز الابتكار والنمو الاقتصادي، فمن بين العوامل التي تلعب دورا كبيرا في نجاح هذه المؤسسات، يأتي الاتصال المؤسسي كأداة فعالة في استقطاب الطلبة الجامعيين وتحفيزهم على استحداث مشاريع جديدة. حيث يعتبر الاتصال المؤسسي عملية استراتيجية تشمل مجموعة من الأنشطة والتقنيات التي تهدف إلى تعزيز التواصل بين المؤسسة وجامعيتها، مما يسهم في بناء علاقات قوية وتحقيق الأهداف المرجوة. وأحد الأدوار الأساسية للاتصال المؤسسي في هذا السياق هو تعزيز الوعي بين الطلبة الجامعيين حول الفرص المتاحة في عالم ريادة الأعمال، من خلال تنظيم فعاليات توعوية مثل الندوات، ورش العمل، تمكن في تسليط الضوء على إمكانيات الابتكار والنمو التي يمكن للطلبة الاستفادة منها، وهذه الأنشطة لا تقتصر فقط على تقديم المعلومات، بل تهدف أيضًا إلى إثارة اهتمام الطلبة وتحفيزهم على التفكير في كيفية تحويل أفكارهم إلى مشاريع ملموسة.

بالإضافة إلى ذلك، يلعب الاتصال المؤسسي دورا مهما في بناء سمعة المؤسسة الناشئة كوجهة جاذبة للطلبة الطموحين، من خلال استراتيجيات تواصل فعالة، بها يمكن جذب الطلبة وتعزيز رغبتهم في الانضمام والمساهمة، كما يساهم الاتصال المؤسسي في توفير الدعم والإرشاد للطلبة من خلال برامج التوجيه والتدريب التي تقدمها المؤسسات الناشئة. حيث تساهم هذه البرامج في تعزيز قدرة الطلبة على تحويل أفكارهم إلى مشاريع ناجحة، وهذا الدعم لا يقتصر على التعليم النظري، بل يشمل أيضًا التوجيه العملي والمساعدة في التغلب على التحديات التي قد تواجههم. وفي الختام، يمكن القول إن الاتصال المؤسسي يعد أداة استراتيجية حيوية في استقطاب الطلبة الجامعيين لاستحداث المؤسسات الناشئة. من خلال تعزيز الوعي، وتوفير الدعم والإرشاد، حيث يساهم الاتصال المؤسسي في تحفيز الطلبة وتحويل أفكارهم إلى مشاريع مبتكرة، مما يعزز من نجاح المؤسسات الناشئة ويحقق النمو والابتكار في عالم الأعمال.

وكونه موضوعا بالغ الأهمية اتخذنا جامعة غرداية كإحدى الحالات التي يمكن أن نقيم مدى دور الاتصال المؤسساتي في استقطاب الطلبة لإنشاء مؤسسات ناشئة، ومنه إعتدنا على الهيكل الدراسي التالي:

حيث تكونت الدراسة من فصلين:

- الفصل الأول بعنوان: "الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة" تضمن العناصر التالية:

طرح إشكالية وفرضيات الدراسة، أهمية وأهداف وأسباب اختيار موضوع الدراسة، الإطار النظري، مجتمع وعينة الدراسة، تحديد الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة.

- الفصل الثاني بعنوان "الدراسة الميدانية عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة" تضمن:

مناقشة وتحليل وتفسير محاور الاستبيان الإلكتروني وفرضيات الدراسة ونتائج المقابلة، وتحديد النتائج العامة.

- ثم اختتمنا الدراسة بخاتمة تضم أهم التوصيات وآفاق الدراسة.

الفصل الأول:
الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية
للدراصة

1. تحديد الإشكالية:

بدأت الجزائر في تبني رؤية اقتصادية جديدة منذ عام 2000، حيث أولت الدولة اهتمامًا خاصًا بإنشاء وتطوير مؤسسات اقتصادية صغيرة ومتوسطة، بهدف تعزيز قدرتها على المنافسة والابتكار على المستويين المحلي والدولي. ولتحقيق هذا الهدف، تم وضع مجموعة من النصوص القانونية والمراسيم التنفيذية التي تهدف إلى تأهيل هذه المؤسسات. ولم تقتصر الجهود على الإطار القانوني فحسب، بل شملت أيضًا إطلاق تنظيمات وهيكل متنوعة تهدف إلى تسهيل الوصول إلى القروض ومعالجة مشكلة التمويل التي تواجهها هذه المؤسسات. ليشهد عام 2003 بداية انطلاق عملية دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال إنشاء هيكل جديدة تُعرف بالمشاتل ومراكز التسهيل، ومراكز الدعم لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار، حيث الهدف الأساسي من إنشاء هذه الهياكل هو تقديم الدعم لحاملي أفكار المشاريع في تحقيق مشاريعهم وتأسيس مؤسساتهم. لكن مع تسارع التطور في الاقتصاد العالمي، وانفتاح الأسواق، كان لصانعي السياسات الحكومية منصبًا على إدخال ديناميكية جديدة في النظام البيئي للمؤسسات الناشئة، وذلك ابتداءً من الجامعات الجزائرية بإصدار مرسوم وازيا رقم 20-25 الصادر بتاريخ 27 محرم 1442 هـ، الموافق 15 سبتمبر 2020، والذي يتضمن إنشاء علامة وطنية لمؤسسات ناشئة ومشاريع مبتكرة وحاضنات أعمال، بالإضافة إلى تحديد مهامها وتشكيلتها وآلية عملها التي تسهم في المرافقة البيداغوجية لحاملي مشاريع الابتكار. فقد شدد السيد وزير التعليم العالي والبحث العلمي "كمال بداري" على ضرورة تفعيل مردودية البحث العلمي باعتباره محركًا للتنمية الاجتماعية والاقتصادية المستدامة من خلال تطوير مشاريع البحث بما يساهم في استحداث الثروة والابتكار وفرص التشغيل للشباب¹.

هنا أصبح الاتصال في هذه المؤسسات من أهم العناصر المساعدة على تنفيذ هذه البرامج في حاضنات الأعمال، مما استدعى مراعاته في المخطط الاتصالي من أجل تلبية أهداف المصلحة وتحقيقها، ويتم عبر تطوير شبكة العلاقات البشرية والاجتماعية بين الأفراد وبين المؤسسة، إذ يساعد الجامعة وحاضنة الأعمال على تحديد كيفية وصولها إلى ما

¹ <https://www.mesrs.dz/> الموقع الرسمي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، تاريخ الولوج: 2024-9-20

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

تسعى إليه، وتحديد ما الذي تريد القيام به لإنجاز أهدافها وتحقيقها وذلك من خلال إستقطاب الطلبة لريادة الأعمال وإستحداث مؤسسات ناشئة.

وهذا ما تسعى إليه اليوم جامعة غرداية وحاضنة الأعمال وذلك باعتمادها على العديد من قنوات الإتصال وذلك لحث الطلبة وإستقطابهم على إنشاء المؤسسات الناشئة والولوج إلى عالم الشغل. وذلك من خلال طرح سؤال الإشكالية التالية:

ما مدى فعالية الاتصال المؤسساتي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة بجامعة غرداية؟

ومن خلال الإشكالية التي طرحناها مسبقاً، يندرج من خلالها التساؤلات الفرعية التالية:

- إلى أي مدى يسهم الاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث المؤسسات الناشئة؟
- إلى أي مدى يسهم الاتصال الشفهي في استقطاب الطلبة لاستحداث المؤسسات الناشئة؟
- إلى أي مدى تسهم الوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث المؤسسات الناشئة؟

ومن هذا المنطلق يتم طرح فرضيات الدراسة التالية:
الفرضية الرئيسية: للاتصال المؤسساتي دور في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

لتندرج ثلاث فرضيات فرعية تمت صياغتها كالآتي:

الفرضية الفرعية 1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

الفرضية الفرعية 2: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للاتصال الشفهي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

الفرضية الفرعية 3: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

3. أسباب اختيار الموضوع:

تتعد أسباب اختيارنا دراسة موضوع "دور الاتصال المؤسسي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة -دراسة حالة لحاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية-" إلى ذاتية وموضوعية لتأتي في النقاط التالية:
الأسباب الذاتية:

- الميول الشخصية لموضوع المؤسسات الناشئة كونه حديث.
- الاهتمام الشخصي بمجال الابتكار وريادة الأعمال.
- الرغبة في المساهمة في تطوير البيئة الأكاديمية لجامعة غرداية.

الأسباب الموضوعية:

- أهمية الاتصال المؤسسي في بيئة الأعمال كونه يعد من العناصر الأساسية التي تسهم في استقطاب المؤسسات الناشئة.
- تحليل تأثير الاتصال المؤسسي على استقطاب الطلبة في استحداث مؤسسات ناشئة بالجامعة.
- النتائج التي سيتم الحصول عليها من دراسة حالة حاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية يمكن أن توفر رؤى لتطوير سياسات وبرامج جديدة تستهدف تعزيز الاتصال المؤسسي وتوجيه الطلبة نحو الابتكار.

4. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة (مزعاش وفاء) سنة 2018، وجاءت بعنوان "واقع تطبيق إستراتيجيات الإتصال في المؤسسات الناشئة -دراسة وصفية على عينة من المؤسسات الناشئة بولاية قالمة"، الجزائر. وهي مذكرة لاستكمال شهادة الماستر في شعبة علوم الإتصال والإعلام، الجزائر.

وهدفت الدراسة إلى توضيح تجليات المخطط الاتصالي في المؤسسة الناشئة وتبيان فيما تتمثل استراتيجية الاتصال الداخلي والخارجي في المؤسسات حديثة النشأة في بناء استراتيجيتها الاتصالية. ومن خلال السياق المنهجي اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، كما اعتمدت على العينة المتاحة، وعليه تتمثل عينة الدراسة في المؤسسات حديثة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

النشأة بولاية قالمه، تم جمع البيانات بالاعتماد على أداة المقابلة وأداة الملاحظة. ومن خلال تحليل وتفسير البيانات المتحصل عليها تم التوصل إلى أن استراتيجية الاتصال ليس لها أهمية في المؤسسة الناشئة حيث لا يوجد أي تشخيص مسبق لها، كما أنها لا تولي الاهتمام بمجال الاتصال خاصة في الجانب المتعلق باستراتيجية الاتصال. وعدم توفر المؤسسة حديثة النشأة على مسؤولين ذوو خبرة وكفاءة عالية في مجال الاتصال. بالإضافة إلى عدم اعتماد المؤسسة الناشئة على الأدوات العلمية والمنهجية في تحليل بيئتها الداخلية والخارجية.

الدراسة الثانية:

دراسة (بللعا أسماء و كروش نور الدين) سنة 2021، جاءت بعنوان " حاضنات الاعمال كدعامة لمرافقة المؤسسات الناشئة بالجزائر - دراسة حالة حاضنة أعمال جامعة المسيلة-"، وجاءت على شكل مقالة علمية نشرت في مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز وضع حاضنات الأعمال الجامعية في الجزائر، مع التركيز على آليات الدعم والمرافقة التي تعتمد عليها حاضنة جامعة المسيلة في احتضانها لمشاريع الطلبة والباحثين. فاعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وخلصت الدراسة إلى أن حاضنة أعمال جامعة المسيلة أسهمت في تخريج خمس مؤسسات ناشئة استفادت من مختلف خدمات الدعم والمرافقة التي تقدمها، فهي تقدم خدمات التدريب والاستشارات لحاملي الأفكار والمشاريع الابتكارية، إضافة إلى الدعم المادي من أجل تجسيد فكرة المؤسسة الناشئة على أرض الواقع

الدراسة الثالثة:

دراسة (دومي سامية و حوتية عمر) سنة 2023، جاءت بعنوان " دور حاضنات الأعمال الجامعية في استقطاب طلبة الجامعات الجزائرية لإنشاء مشاريع ناشئة"، وجاءت على شكل مقالة علمية نشرت في مجلة السلام للعلوم الإنسانية و الاجتماعية، الجزائر.

وهدف البحث إلى تسليط الضوء على المؤسسات الناشئة وإجراءات دعمها، وإبراز معالم التوجه الجديد لقطاع التعليم العالي نحو إنشاء حاضنات أعمال جامعية، وتبيان أهميتها في استقطاب طلبة الجامعات الجزائرية لإنشاء مشاريع ناشئة. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتوصل البحث إلى عدد من الاستنتاجات منها أن حاضنات الأعمال

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

الجامعية تمثل نمطا جديدا من البنى الداعمة لاستقطاب الطلبة، وآلية مهمة لاحتضان أفكارهم وترجمتها إلى مشاريع ناشئة من خلال توفير جميع أشكال الدعم لإنجاز، وأن الهدف من الاحتضان تفريخ شركات ناشئة ناجحة تفسح فرصاً جديدة للعمل وأشغالاً مجزية، وتساهم في فتح أسواق لتقنيات حديثة، واستحداث ثروات للاقتصاد المحلي والوطني.

واستقادت دراستنا من دراسة مزعاش وفاء على معرفة كيفية عمل المخطط الاتصالي في المؤسسة رغم أنها اختلفت عن دراستنا من حيث الهدف وعينة الدراسة. واستقادت دراستنا من دراسة بللعماء وأسماء وكروش نور الدين على تحديد آليات الدعم والمرافقة التي تعتمدها حاضنات الأعمال بالجامعة في احتضانها لمشاريع الطلبة والباحثين.

واستقادت دراستنا من دراسة دومي سامية وحوثية عمر على تحديد عمل حاضنات أعمال جامعية، وتبيان أهميتها في استقطاب طلبة الجامعات الجزائرية لإنشاء مشاريع ناشئة. وقد ساهمت هذه الدراسات السابقة في بناء هذه الدراسة من خلال:

- المساعدة في بناء الهيكل النظري لدراستنا من خلال توفر المادة الأدبية والمراجع.
- الاستفادة من طرق والأساليب التي استخدموها في دراستهم من أجل تصميم أداة

الاستبيان والمقابلة.

5. أهمية الدراسة:

إن لموضوع دراستنا أهمية كبيرة تتمثل في النقاط التالية:

- تسليط الضوء على مكانة الاتصال المؤسسي في الجامعات الجزائرية باتخاذ جامعة غرداية نموذجا.
- تسليط الضوء على واقع استحداث المؤسسات الناشئة في الجزائر وبالأخص من طرف الطالب الجامعي الجزائري الذي يحوز على قدرات وكفاءات علمية وأكاديمية.
- فهم العلاقة بين الاتصال المؤسسي والمؤسسات الناشئة، وتوسع من دائرة المعرفة في مجالات الاتصال.

6. أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- معرفة دور الاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

- معرفة دور لاتصال الشفهي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.
- معرفة دور الوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

7. تحديد المفاهيم:

مفهوم الاتصال:

- لغة: الاتصال لغويا حسب لسان العرب لابن منظور، كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساسا الصلة وبلوغ الغاية.¹
- اصطلاحا: يعتبر عالم الاجتماع تشارلز كولي أن الاتصال هو الآلية التي من خلالها تتشكل العلاقات الإنسانية وتزدهر، حيث تتطور الرموز العقلية من خلال وسائل نشرها عبر المكان وتواصلها عبر الزمن.²
- مفهوم الاتصال المؤسسي: يعرف الاتصال المؤسسي بأنه مجموعة الأنشطة الاتصالية التي تنفذها كل مؤسسة تعمل في مجال الخدمة العامة، مثل مؤسسات الدولة، والهيئات القومية، والإدارات العامة، والجماعات المحلية، والمؤسسات العامة.³
- التعريف الإجرائي: الاتصال المؤسسي هو نظام يهدف إلى تبادل المعلومات والتفاعل بين المؤسسة وطلابها من خلال استخدام أدوات واستراتيجيات محددة لتحقيق أهداف الجامعة.

مفهوم المؤسسات الناشئة:

- تعتبر المؤسسات الناشئة مؤسسات حديثة النشأة تنطلق من فكرة ريادية أمام احتمالات كبيرة للنمو بسرعة، وعادة ما تكون مرتبطة، ولكن ليس بالضرورة بمشروعات عالية التقنية لأن منتجها في الغالب عبارة عن برمجيات يمكن إنتاجها وإعادة إنتاجها بسهولة. بالإضافة إلى ذلك، فإن المشاريع الموجهة نحو التكنولوجيا، بطبيعتها لديها أكبر إمكانية للنمو.⁴

¹ أحمد ماهر، السلوك التنظيمي مدخل بناء المهارات، الطبعة 6، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1997، ص15.

² اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص13.

³ كمال فار، الاتصال المؤسسي والخدمة العمومية في الإدارة المحلية الجزائرية -دراسة حالة ولاية وبلدية برج بوعريج-،

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2018، ص31.

⁴ بللما أسماء، كروش نور الدين، حاضنات الاعمال كدعامة لمراقبة المؤسسات الناشئة بالجزائر - دراسة حالة حاضنة أعمال

جامعة المسيلة-، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد3، الجزائر، 2021، ص204.

8. الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية الاتصال المؤسساتي

أولاً: مفهوم الاتصال المؤسساتي

1. تعريف الاتصال:

يعتبر الاتصال من أقدم الأنشطة الإنسانية، حيث يُعتبر من الميزات التي منحها الله للإنسان بعد العقل، وإذا أردنا توضيح هذا المفهوم، فإن كلمة "اتصال" تعود إلى الكلمة اللاتينية "Communicare"، والتي تعني "مشاركة" أو "تبادل".

والاتصال لغوياً حسب لسان العرب لابن منظور، كلمة مشتقة من مصدر "وصل" الذي يعني أساساً الصلة وبلوغ الغاية.¹

ويعرّف قاموس أوكسفورد الاتصال بأنه "نقل وتبادل الأفكار والمعلومات، سواء كان ذلك بالكلام أو الكتابة أو الإشارات".² ومن جهة أخرى، يصف ريتشارد آندي الاتصال بأنه عملية تهدف إلى إثارة استجابة نوعية من قبل مستقبل معين، مما يعني أنه عملية مقصودة وهادفة تتضمن عناصر متعددة.³

من جهة أخرى، عرّف بيرلسون وستاينير الاتصال بأنه "عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب، سواء كان ذلك بشكل شفوي أو باستخدام الرموز والكلمات والصور والإحصائيات، بهدف الإقناع أو التأثير على السلوك".⁴

كما يعتقد الباحث كارل هوفلاند أن الاتصال هو العملية التي يقوم من خلالها المرسل بنقل المنبهات بشكل متعمد بهدف تعديل سلوك المستقبلين. وعلى النقيض من ذلك، يرى إدوارد سابير أن الاتصال يتضمن العلاقات التي لا تتطلب نقلاً متعمداً للمنبهات.⁵ ويقترح لوصادا فاسكس تعريفاً شاملاً للاتصال المؤسساتي، حيث لا يستثني الاتصال الداخلي من جوانبه الإدارية، مستنداً إلى مفهوم الاتصال الشامل. وقد حدد الاتصال في

¹ أحمد ماهر، السلوك التنظيمي مدخل بناء المهارات، مرجع سابق، ص13.

² أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص22.

³ احمد عرفة، سمية شلبي، فعاليات التنظيم وتوجيه السلوك الإنساني، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2000، ص43.

⁴ برنت روبن، الاتصال والسلوك الإنساني، تر: نخبة من أعضاء معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 1991، ص5.

⁵ دحدوح منية، محاضرات في مادة الاتصال في المؤسسة، محاضرات موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس علوم التسيير، جامعة قالمة، الجزائر، 2016، ص8.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

المؤسسة على أنه مجموعة العلاقات التي تشمل جميع مجالات التفاعل التنظيمي، والتي تتمثل في تعبير رسمي مقصود عن المؤسسة. ويشمل ذلك جميع الوسائل المتاحة لديها لتسهيل عملها الداخلي وإدارة تكوين صورة عامة معينة، تنبع من نشر هوية محددة تتماشى مع واقع المؤسسة وتطلعاتها وأهدافها ومشاعر أعضائها واحتياجات محيطها.¹

ثانياً: أهمية الاتصال المؤسسي

تشير الأدلة العلمية إلى أن الفروق الأساسية بين المؤسسات الناجحة وتلك المتعثرة أو الفاشلة لا تقتصر على نقص الموارد أو قلة الإمكانيات، ولا تتعلق بشكل رئيسي بمدى ملاءمة التنظيم الإداري للمؤسسة.²

فقد أظهرت الدراسات التطبيقية والبحوث الميدانية أن جودة الاتصال المؤسسي تُعتبر من أهم العوامل التي تحدد فعالية الأداء الوظيفي ونجاح المؤسسات. إذ أن الاتصال، بمختلف أشكاله الرسمية وغير الرسمية، يلعب دوراً بالغ الأهمية في المؤسسات، حيث تشير الأبحاث إلى أن عمليات الاتصال تمثل أكثر من 75% من نشاط المؤسسة.³

وتتجلى أهمية الاتصال كعملية أساسية وحيوية في كونه الأداة التي تستخدمها القيادة لنقل الأوامر والتعليمات، بالإضافة إلى تزويد العاملين في المؤسسة بالبيانات والمعلومات الضرورية لأداء مهامهم، كما يسهم الاتصال في التأثير على سلوكهم وتعديل هذا السلوك عند الحاجة، علاوة على ذلك، يُعتبر وسيلة يعتمد عليها العاملون للتعبير عن آرائهم ومقترحاتهم وشكاواهم للقيادة، مما يمكّن هذه الأخيرة من فهم ومعايشة التحديات التي يواجهها العمال، ويساعد في وضع الحلول المناسبة لها،⁴ وهذا الأمر يعزز من معنويات العاملين ويحسن من مستوى أدائهم، حيث إن الاستخدام الفعال لنظم الاتصال يمكّن الإدارة من بناء علاقات وثيقة بين مختلف أجزاء التنظيم، مستتدة إلى الفهم السليم والمعرفة الكاملة بأهدافه

¹ فضيل دليو، اتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 29-30.

² مصطفى محمود أبو بكر، عبد الله بن عبد الرحمان البريدي، الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلو العلاقات في الحياة والأعمال الدار الجامعية، الرياض، 2008، ص 48.

³ عابدي لدمية، مهية زينب، دور الاتصال في ضمان الجودة الشاملة بمؤسسات التعليم العالي أيام 15 و 16 أبريل 2019، مداخلة بعنوان دور الاتصال المؤسسي في تحقيق جودة الرقابة بالجامعة، جامعة تبسة، الجزائر، 2019، ص 5.

⁴ مارس هناء، أثر الاتصال التنظيمي على دافعية الانجاز لدى العمال من خلال آراء الإطارات ومنفذة - دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع جيجل، رسالة ماجستير في علم النفس العملي والسلوك التنظيمي، قسنطينة، 2008، ص 55.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

وظروف العمل فيه، مما يؤدي إلى توحيد الأفكار والمفاهيم وتقليل احتمالات الصراع والتناقض.¹

كما تتجلى أهمية الاتصال في ارتباطه المباشر بالعمليات الإدارية التي تُنفذ داخل المؤسسة، فإعداد الخطط يتطلب توافر بيانات ومعلومات كافية، والتي لا يمكن الحصول عليها إلا من خلال الاتصال، كما أن وظيفة التنظيم والرقابة واتخاذ القرارات تعتمد على وجود شبكة اتصال فعالة وجيدة، تتيح للقادة متابعة الأعمال، وتوزيع المسؤوليات، واتخاذ القرارات. لذا، يُعتبر الاتصال وسيلة رقابية وإرشادية وتوجيهية لفعاليات ونشاطات المرؤوسين في المؤسسة.²

ثالثاً: مهام الاتصال المؤسسي

بغض النظر عن الهدف من إنشاء المؤسسة، سواء كان لإنتاج منتج أو تقديم خدمة، سواء كانت ربحية أو غير ربحية، فإن المؤسسة تقوم بأربع مهام اتصالية رئيسية تتمثل فيما يلي:³

1. المهمة الإعلامية للاتصال:

تتجلى المهام الإعلامية للاتصال من خلال تدفق المعلومات على جميع المستويات الإدارية والتنفيذية، فالمدير الناجح هو الذي يتخذ قرارات فعالة، وهذه القرارات تعتمد على كمية كبيرة من المعلومات الدقيقة وفي الوقت المناسب، حيث يعتمد تدفق المعلومات على فعالية الاتصال، وفي المستوى التنفيذي، يحتاج العاملون إلى معلومات وفيرة تتعلق بأداء وظائفهم وسياسات المؤسسة، بالإضافة إلى التغييرات المستمرة التي تطرأ عليها.

2. المهمة الانضباطية للاتصال:

يعتمد سير العمل في المؤسسة على تنفيذ العديد من العمليات الإدارية مثل الضبط، الرقابة، والتنسيق بين الأنشطة المختلفة. لذا، يتطلب الأمر وجود سياسات واستراتيجيات، بالإضافة إلى مجموعة من التعليمات والقرارات والإرشادات والمذكرات الدورية

¹ سليمان بن دخيل الله بن صالح المطرفي، معوقات الاتصال الإداري وأثرها على مستوى ضغوط العمل على ضباط قوات الأمن الخاصة، رسالة ماجستير في العلوم الشرطية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمني، 2001، ص 12.

² عابدي لدمية، مهية زينب، مرجع سابق، ص 5.

³ يس عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986، ص 68.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

التي توضح لأعضاء المؤسسة ما يجب اتباعه وما يجب تجنبه، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال ممارسة عملية الاتصال.¹

3. المهمة الإقناعية للاتصال:

في بعض الأحيان، لا تكفي سلطة الإدارة لضمان سير العمل بشكل فعال في بيئة العمل. بل يجب أن تتيح الإدارة للعاملين حرية التعبير عن آرائهم، وحرية الموافقة أو الرفض تجاه قرارات الرؤساء. يرتبط هذا الأمر بالمهمة الإقناعية في الاتصال، حيث تُمنح الفرصة للموظفين لطرح المزيد من الاستفسارات بهدف الإقناع بشأن موضوع معين. وقد أظهر التطور الإداري أهمية الإقناع كعنصر أساسي في تحسين الأداء الوظيفي.²

4. المهمة التكاملية للاتصال:

تتبع أبعاد المهمة التكاملية للاتصال من كونه تجسيداً لممارسات متنوعة حيث يتفاعل الأفراد من أجل تحقيق التكامل الذاتي والجماعي. تسهم هذه المهمة في تعزيز روح الوحدة داخل المؤسسة، مما يتطلب توفير الوسائل التي تمكن الموظف من التعرف على نفسه من خلال انتمائه إلى مجموعة معينة داخل المؤسسة.³

رابعاً: أنواع الاتصال المؤسسي

يصنف العلماء والباحثون الاتصال إلى نوعين هما:

1. الاتصال اللفظي

يعتبر استخدام اللفظ وسيلة فعالة لنقل الرسالة، بشرط أن يكون هذا اللفظ منطوقاً، مما يسهل فهمه من قبل المتلقي. يركز هذا النوع من الاتصال على اللغة، التي تحمل معاني وكلمات يفهمها الأفراد، حيث يعتمدون على دلالات لغوية ورموز لتنظيم علاقاتهم. يجب أن تكون هذه الرموز اللغوية ملائمة لنوع الرسالة الموجهة، والتي قد تؤثر على المتلقي. ولضمان فعالية الاتصال اللفظي، يجب أن يمتلك أطراف الاتصال مهارات في هذا المجال، وينقسم الاتصال اللفظي إلى نوعين:⁴

¹ يس عامر، مرجع سابق، ص68.

² عابدي لدمية، مهية زينب، مرجع سابق، ص6.

³ عابدي لدمية، مهية زينب، المرجع نفسه، ص5.

⁴ وسام فاضل راضي مهند حميد التميمي، الاتصال ووسائله الشخصية والجماعية والتفاعلية، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، لبنان، 2017، ص 28.

1.1. الاتصال الشفهي:

في هذا النوع، يتم نقل اللفظ بشكل منطوق إلى المتلقي، الذي يدركه من خلال حاسة السمع. يتم ذلك عبر إرسال رسائل صوتية من المصدر إلى المتلقي بهدف الحصول على استجابة مباشرة من الجمهور المستهدف. من أمثلة هذا النوع: المحاضرات، الندوات، المناقشات، المناظرات، المقابلات، والخطب. ولنجاح الاتصال الشفهي، يجب مراعاة توفر مقومات تتيح مجالاً للحوار والتحدث في جو ودي قائم على التفاهم وتشجيع الأفكار الجديدة.

2.1. الاتصال الكتابي:

يعتبر الاتصال الكتابي من أكثر أساليب الاتصال نجاحاً، حيث يساهم في نقل المعلومات المطلوبة إلى عدد كبير من الأفراد، مع إمكانية الرجوع إليها في المستقبل. يُستخدم كوسيلة خاصة في المراسلات، مما يتيح توصيل جميع المعلومات المراد إيصالها، سواء كانت تعليمية أو بيانات أو إحصاءات، بشكل واضح وفعال للجمهور المستهدف. ولضمان فعالية الاتصال الكتابي، يجب أن تكون العبارات واضحة وخالية من التعقيد، كما ينبغي أن يكون النص موجزاً مع التركيز على النقاط المهمة واستخدام عبارات قصيرة ذات معاني واضحة¹.

2. الاتصال غير اللفظي

تعتبر عملية الاتصال غير اللفظي إحدى وسائل الاتصال الفعّالة، وهي الوسيلة الوحيدة التي تستخدم فيها جميع الحواس الخمس، سواء بشكل جماعي أو فردي. بالإضافة إلى ذلك، يُمثل هذا النوع من الاتصال تواصلاً بين البشر بطرق أخرى غير اللغة المنطوقة، ويتجلى في الإشارات والإيماءات والحركات التي يستخدمها الإنسان لنقل تعبيرات الوجه².

خامساً: أنواع وأشكال الاتصال في المؤسسة

تعد عملية الاتصال داخل المؤسسة الأداة أو الركيزة الأساسية للعمليات التفاعلية من خلال الممارسات التي تتم داخل وخارج المؤسسة وذلك من خلال الرموز والوسائل الخاصة المنطق

¹ محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، (د.س)، القاهرة، ص35-36.

² مهراوي إيمان، سردوك سعاد، دور الاتصال المؤسسي في تعزيز صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي -دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع قالمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، جامعة قالمة، الجزائر، 2023،

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

عليها لتحقيق المكاسب والأهداف المؤسسية حيث تنقسم أنواع الاتصال داخل المؤسسة الى قسمين رئيسيين هما الاتصال الرسمي والاتصال غير رسمي.

1. الاتصال الرسمي

هو الاتصال الذي يمر عبر العناوين الرسمية او هو نموذج اتصالي مبرمج ومبني داخل المؤسسة يمر من خلاله الرسائل الاتصالية حيث يتمثل هذا النوع من الاتصال في:

1.1. الاتصال الصاعد: هو عملية إرسال المعلومات ويتم هذا الاتصال من الاسفل الى أعلى الهرم، مروراً بمختلف المستويات التنظيمية فهو عبارة عن تقديم تقارير وتوضيحات عن سير العمل وكذلك تقديم الشكاوى¹.

2.1. الاتصال النازل: هو عملية إرسال المعلومات من الجهات الإدارية العليا الى الجهات الدنيا متضمنة تعليمات محدودة ونظم وقوانين وأساليب تطوير الأداء، وقواعد الجزاء والعقاب ومختلف الأوامر والتعليمات الخاصة بتنفيذ القرارات اليومية.

3.1. الاتصال الأفقي: يعتبر الاتصال الأفقي نوعاً من أشكال التواصل الرسمي الذي يركز على تبادل المعلومات بين زملاء العمل الذين يشغلون نفس المناصب في الهيكل الإداري. يتم هذا النوع من الاتصال بين الأفراد والجماعات، ويُستخدم للحصول على المعلومات وتعزيز الشعور بالراحة النفسية، بالإضافة إلى تبادل الأحاديث، على عكس الاتصال العمودي الذي قد يسود في المؤسسات ذات الطابع التسلسلي².

2. الاتصال غير الرسمي

الاتصال غير الرسمي هو نتاج الاتصال الرسمي، حيث يتم هذا النوع من الاتصال عبر وسائل غير رسمية بين الأفراد والجماعات، دون وجود قواعد تنظيمية محددة، حيث يتميز الاتصال غير الرسمي بسرعه، ويُعتبر بمثابة التفاعلات التي تحدث بين الأفراد والجماعات، وغالباً ما تفنقر إلى القواعد الواضحة والمحددة، مما يجعلها أسرع مقارنة بالاتصالات الرسمية³.

¹ نصيرة ملال، الاتصال الداخلي في المؤسسة، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 4، العدد 1، الجزائر، 2015، ص 3.

² مهراوي إيمان، سردوك سعاد، مرجع سابق، ص 28.

³ عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، اليازور العلمية للنشر و التوزيع الأردن عمان، 2009، ص 117.

المبحث الثاني: ماهية المؤسسات الناشئة ومرافقة حاضنات الأعمال

إن المؤسسات الناشئة وحاضنات الأعمال مؤسسات حديثة النشأة لها أهمية كبيرة في التطور الإقتصادي، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث من خلال التطرق إلى المفاهيم الأدبية لهذه المؤسسات.

أولاً: مفهوم المؤسسات الناشئة وأهميتها

1. تعريف المؤسسات الناشئة

حسب القاموس الانجليزي تعرف المؤسسة الناشئة startup اصطلاحاً على أنها مشروع صغير بدأ للتو وكلمة start-up تتكون من جزأين "start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و "up" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي.¹

وتُعرف المؤسسة الناشئة بأنها شركة تمتلك تاريخاً تشغيلياً قصيراً، وغالباً ما تكون حديثة التأسيس وفي مرحلة النمو والبحث عن الأسواق. أصبح هذا المصطلح شائعاً عالمياً بعد فقاعة الدوت كوم، حيث يقوم المؤسسون بتصميم هذه المؤسسات بهدف تطوير نماذج أعمال قابلة للتوسع بفعالية.²

كما تعرف المؤسسة الناشئة "Startup" بأنها مشروع صغير في بدايته، وكلمة "Startup" تتألف من جزأين "Start": الذي يدل على الانطلاق، و "Up" الذي يشير إلى النمو القوي. بدأ استخدام هذا المصطلح بعد الحرب العالمية الثانية بظهور شركات رأس المال المغامر (Capital Venture)، وانتشر لاحقاً ليعبر عن الشركات الفتية المبتكرة في مجال التكنولوجيا الحديثة.³

¹ بوالشعور شريفة، مرجع سابق، ص 420.

² زايدي عبد الكريم، زيوش أسامة، المؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق تخصص: قانون الأعمال، جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريبيج-، الجزائر، 2023، ص7.

³ حويذق عثمان، سلخ محمد لمين، مفهوم المؤسسات الناشئة وحاضنات الأعمال، الملتقى الوطني الثاني عشر حول المؤسسات الناشئة وحاضنات الأعمال، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 15 فيفري 2021، ص3.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

وعرفها بول غراهام (Paul Graham) بأنها شركة مصممة للنمو السريع. لا يعني كون الشركة حديثة التأسيس أنها ناشئة بالضرورة، كما أنه ليس من الضروري أن تعمل في مجال التكنولوجيا أو أن تحصل على تمويل من مستثمرين مغامرين، أو أن يكون لديها خطط خروج محددة. العنصر الأهم الذي يميز الشركات الناشئة هو النمو، وكل شيء آخر يرتبط بها يتبع هذا النمو. وفقاً له، يُعتبر النمو الجيد بين 5% و 7% أسبوعياً، وأحياناً يصل إلى 10%¹.

وفقاً لإريك ريس (Eric Ries) ، أحد منظري مفهوم "The Lean Startup" ، تُعرف المؤسسة الناشئة بأنها كيان مصمم لتطوير منتج أو خدمة جديدة في ظروف تتسم بعدم اليقين الشديد².

وفقاً لباتريك فريدمان (Patrick Fridenson) ، فإن كون الشركة ناشئة لا يتعلق بعمرها أو حجمها أو قطاع نشاطها، بل يعتمد على الإجابة على الأسئلة التالية:

- هل لديها إمكانية لنمو قوي؟
- هل تستخدم تكنولوجيا حديثة؟
- هل تحتاج إلى تمويل لتلبية سوق جديد يصعب تقييم مخاطره؟
- هل السوق المستهدف جديد بحيث يكون تقييم المخاطر صعباً؟³

كما تُعرف بأنها "مؤسسات تعمل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتهدف إلى ابتكار وتسويق تقنيات جديدة"، أو مؤسسات شابة وديناميكية تعتمد على التكنولوجيا

¹ حويذق عثمان، سلخ محمد لمين، مرجع سابق، ص3.

² أمينة عثمانية، منال بلعابد، المؤسسات الناشئة في الجزائر بين جهود التنظيم وهياكل الدعم، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2021، ص359.

³ رمضاني مروى، بوقرة كريمة، تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر- (نماذج لشركات ناشئة ناجحة عربياً)، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2020، 31 جانفي 2021، ص278-279.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

والابتكار، حيث يسعى مؤسسوها إلى تطوير منتجات أو خدمات جديدة وغير معروفة لإنشاء أسواق جديدة¹.

وهناك من يعرف المؤسسة الناشئة (Start-up) بأنها "مشروع ريادي يركز على الفكرة والإبداع والابتكار، ويعنى بتطوير منتجات أو خدمات جديدة واستكشاف الفرص وتحقيقها، بمعنى أن فكرة المؤسسات الناشئة تدور حول تحويل الأفكار إلى أعمال وخلق القيمة والتعرف على الفرص وتقييمها واستغلالها"².

ولهذا يمكننا القول بأن المؤسسة الناشئة هي شركة حديثة التأسيس تهدف إلى تطوير منتجات أو خدمات مبتكرة تحت ظروف من عدم اليقين، وتسعى للنمو السريع من خلال استغلال الفرص الجديدة في السوق.

2. أهمية المؤسسات الناشئة

تكمن أهمية المؤسسات الناشئة في العديد من الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والعلمية منها:

- تعمل على تثمين البحث العلمي بما يتماشى مع تطور المجتمعات وتلبية احتياجاتها الجديدة.
- تساهم هذه المؤسسات في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، مما يؤدي إلى تنويع الموارد الاقتصادية للبلاد واستغلال الموارد المحلية المتاحة بشكل أمثل، بالإضافة إلى تلبية متطلبات المؤسسات الكبرى من المنتجات نصف المصنعة وغيرها³.
- تعزز المؤسسات الناشئة روح المبادرة الفردية والجماعية من خلال خلق أنشطة اقتصادية جديدة وإحياء الأنشطة الاقتصادية التي توقفت لأي سبب من الأسباب.

¹ مخانشة أمنة، المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة صوت القانون، المجلد 8، العدد 1، الجزائر، 2021، ص 771.

² مخانشة أمنة، مرجع نفسه، ص 771.

³ حكيم زليدي، حاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات الناشئة start-up - دراسة حالة، أطروحة نيل شهادة دكتوراه مقاولاتية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمد لخضر، الوادي، 2023، ص 31.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

- تساهم في خلق فرص عمل جديدة بشكل مباشر لمؤسسيها وبشكل غير مباشر من خلال توظيفهم لأشخاص آخرين¹.
- تعتمد هذه المؤسسات على التكنولوجيات الحديثة والابتكار، مما يسهل تحقيق الأسلوب الابتكاري فيها.
- تسهم في تزويد السوق بمجموعة متنوعة من المنتجات، مما يقلل من الحاجة إلى الواردات ويساهم في استبدالها².
- تساهم في تزويد المشاريع المختلفة بما تحتاجه من موارد وخدمات لتعزيز عملية الاستثمار، وتعد أداة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية، مما يعزز تنمية الثروة المحلية ويسهم في تحقيق التكامل بين المناطق³.
- تخلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، مما يساعد في القضاء على مشكلة الفقر والبطالة⁴.
- تساهم في رفع معدلات النمو الاقتصادي بفضل القيم المضافة التي تحققها، وتلعب دوراً مهماً في الشبكة الاقتصادية من خلال العلاقات المتنوعة التي تربطها بباقي المؤسسات المحيطة والمتفاعلة، مما يعزز استخدام نفس المدخلات بشكل فعال⁵.

ثانياً: خصائص وأهداف المؤسسات الناشئة

1. خصائص المؤسسات الناشئة

تتميز المؤسسات الناشئة بمجموعة من الخصائص التي تتجلى في:

- 1.1 **حادثة التأسيس:** تتميز المؤسسات الناشئة بأنها شابة وحديثة التأسيس، ولديها خياران: إما النمو والتطور لتصبح مؤسسات ناجحة، أو مواجهة خطر الإغلاق والخسارة.

¹ مروى رمضاني، كريمة بوقرة، مرجع سابق، ص 280.

² حكيم زايد، مرجع سابق، ص 31.

³ كمال بايزيد، أهمية ومعوقات المؤسسات الناشئة قراءة في تقرير الشركات الناشئة المعاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالأردن، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2022، ص 62.

⁴ مروى رمضاني، كريمة بوقرة، مرجع سابق، ص 280.

⁵ كمال بايزيد، مرجع سابق، ص 62.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

2.1. سرعة النمو: من السمات الأساسية للمؤسسات الناشئة هو قدرتها على النمو السريع وتحقيق إيرادات تفوق التكاليف التي تتطلبها، حيث تتمتع هذه المؤسسات بإمكانية زيادة الإنتاج والمبيعات دون زيادة كبيرة في التكاليف، مما يؤدي إلى نمو هامش الأرباح بشكل ملحوظ.¹

3.1. الاعتماد على التكنولوجيا: تتميز المؤسسات الناشئة بأنها تعتمد على أفكار مبتكرة وتلبي احتياجات السوق بطرق ذكية وعصرية. حيث تعتمد هذه المؤسسات على التكنولوجيا لتحقيق النمو والتقدم.²

4.1. استنساخ نموذج مستدام: تعتبر كل مؤسسة ناشئة قابلة للاستنساخ في كثير من الأحيان. وقد تتطلب عملية الاستنساخ بعض التعديلات الطفيفة، وأحياناً الضرورية، لتكييف النموذج مع السياق المحلي. ومع ذلك، إذا كانت شركتك تلبية حاجة محددة بدقة أو تقدم خدمة موجهة لجمهور معين، فمن الصعب تصنيفها كمؤسسة ناشئة.

2. أهداف المؤسسات الناشئة

توجد جملة من الأهداف التي تسعى المؤسسات الناشئة إلى تحقيقها ومن بينها:

- تعزيز روح المبادرة الفردية والجماعية من خلال إطلاق أنشطة اقتصادية جديدة في القطاعات السلعية والخدمية التي لم تكن موجودة من قبل، وكذلك من خلال إحياء وتفعيل الأنشطة الاقتصادية التقليدية في قطاعات مثل الصناعة والبناء والأشغال العمومية، وغيرها.
- تخلق فرص عمل جديدة بشكل مباشر لمؤسسي هذه المبادرات وبشكل غير مباشر عن طريق توظيف الأشخاص الآخرين.³

¹ بسويح منى، ميموني ياسين، بوقطاية سفيان، واقع وإفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، الجزائر، 2021، ص 405.

² بسويح منى، ميموني ياسين، مرجع نفسه، ص 405.

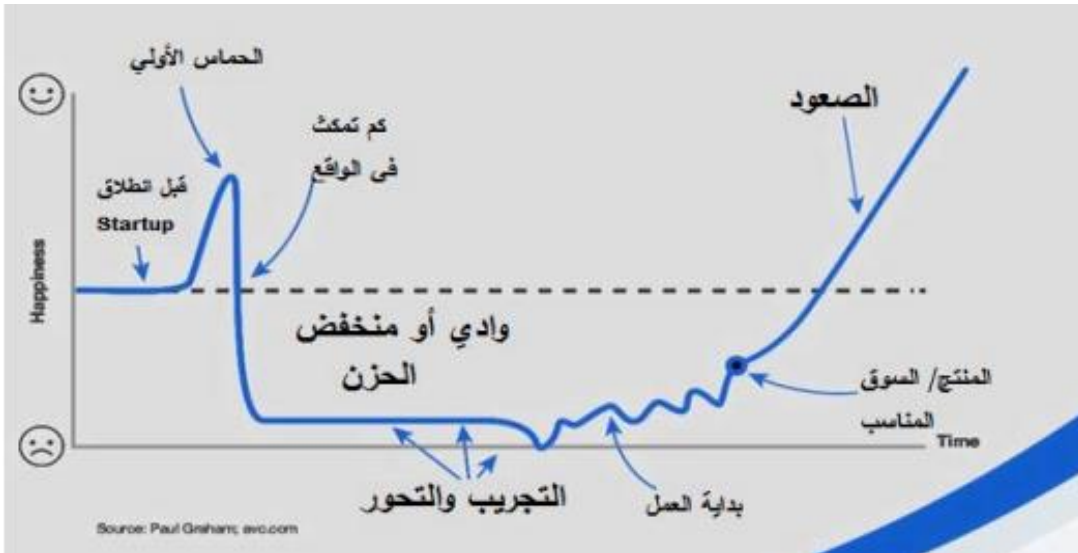
³ حرمة محمد، خميرة عبده، إدارة المؤسسات الناشئة في الجزائر أهداف وتحديات دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة - CNAC - وكالة أدرار، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة الاعمال، جامعة أحمد دراية- أدرار، الجزائر. 2022، ص 11.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

- تسهم في إعادة إدماج العمال الذين فقدوا وظائفهم بسبب الإفلاس أو التقليل في عدد العمالة في المؤسسات العمومية، وذلك بفضل تعويض الأنشطة الاقتصادية المفقودة.
 - تُعد أداة فعالة لتوطين الأنشطة الاقتصادية في المناطق النائية، مما يسهم في تعزيز وتنمية الثروة المحلية وتعزيز التكامل بين المناطق.
 - تهدف إلى أن تكون جزءًا من النسيج الاقتصادي من خلال العلاقات التي تربطها بالمؤسسات المحيطة والمتفاعلة، والتي تشترك في استخدام نفس المدخلات وتعزز التكامل الاقتصادي.
 - تمكن فئات متعددة من المجتمع التي تمتلك أفكارا استثمارية مبتكرة ولكن ليس لديها القدرة المالية والإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية.¹
3. دورة حياة المؤسسة الناشئة

صمم غراهام المراحل التي تمر بها الشركات الناشئة من خلال الشكل التالي:

الشكل (1): يمثل دورة حياة المؤسسات الناشئة



- 1.3 المرحلة الأولى: تبدأ قبل إطلاق المؤسسة الناشئة، حيث يقوم شخص أو مجموعة من الأفراد بوضع نموذج أولي لفكرة مبتكرة. خلال هذه المرحلة، يتم التركيز على البحث

¹ حرمة محمد، خميرة عبده، مرجع سابق، ص 11.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

العميق ودراسة الفكرة بشكل دقيق، بالإضافة إلى تحليل السوق للتأكد من إمكانية تنفيذ الفكرة وتطويرها واستمرارها في المستقبل. كما تُجرى عمليات البحث عن مصادر التمويل، وعادةً ما يكون التمويل ذاتيًا، إضافة إلى بعض المساعدات الحكومية¹.

2.3. المرحلة الثانية: الانطلاق، حيث يتم في هذه المرحلة إطلاق النسخة الأولى من المنتج أو الخدمة. ومن الصعوبات التي يواجهها المقاول هو إيجاد من يتبنى الفكرة ويمولها. فيتجه رواد الأعمال في هذه المرحلة إلى الأصدقاء، أو العائلة، أو الأشخاص المستعدين للمخاطرة بأموالهم للتمويل، في هذه المرحلة، يحتاج المنتج إلى الكثير من الترويج ويكون سعره مرتفعًا، ويبدأ الإعلام في الترويج للمنتج².

3.3. المرحلة الثالثة: مرحلة النمو المبكر، حيث يصل المنتج إلى ذروته ويكون هناك حماس كبير. في هذه المرحلة، ينتشر العرض بشكل واسع. ومع ذلك، يبدأ الضغط ليتزايد عدد المعارضين للمنتج، ويظهر الفشل أو تظهر عقبات أخرى قد تدفع المنحنى نحو التراجع³.

4.3. المرحلة الرابعة: مرحلة الانزلاق، حيث يستمر الممولون المغامرون في دعم المشروع، إلا أن التراجع يستمر حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها "وادي الموت". حيث تصبح معدلات النمو منخفضة جدًا، مما قد يؤدي إلى خروج المشروع من السوق⁴.

5.3. المرحلة الخامسة: تسلق المنحدر، حيث يعمل رائد الأعمال في هذه المرحلة على إدخال تعديلات على منتجه وإطلاق إصدارات محسنة، مما يساعد الشركة الناشئة على

¹ بو الشعور شريفة، مرجع سابق، ص 421.

² حميدود نسيم، شعابنية يمينية، دور التسويق الإلكتروني في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسات الناشئة دراسة عينة من المؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص مقاولاتية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2022، ص49.

³ بسويح منى، ميموني ياسين، بوقطاية سفيان، مرجع سابق، ص408.

⁴ بو الشعور شريفة، مرجع سابق، ص 421.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

النهوض من جديد، ويتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج، وضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع¹.

6.3. المرحلة السادسة: مرحلة النمو المرتفع، حيث يتم تطوير المنتج بشكل نهائي ويخرج من مرحلة الاختبار، ليُطرح في السوق المستهدفة. تبدأ الشركة الناشئة في تحقيق نمو مستمر، ويتجه المنحنى نحو الارتفاع، حيث قد يعتمد ما بين 20% إلى 30% من الجمهور المستهدف على الابتكار الجديد. وتبدأ الشركة بعد ذلك بتحقيق أرباح ضخمة².

ثالثا: الآلية القانونية لإنشاء مؤسسة ناشئة حسب القرار الوزاري قرار 1275 في الجامعة الجزائرية

القرار الوزاري 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 جاء في إطار تجسيد سياسة قطاع التعليم العالي والبحث العلمي الساعية إلى تثمين الأعمال والمشاريع المنجزة من طرف الطلبة أثناء مسارهم التكويني، عند إعداد مذكرات التخرج في الماستر أو مهندس أو أطروحة دكتوراه، وذلك في إطار آلية شهادة مؤسسة ناشئة أو شهادة براءة اختراع بالولوج الى المنصة الرقمية التي خصصتها وزارة التعليم العالي للطلبة المبتكرين وأصحاب المشاريع.

1. آليات تطبيق القرار 1275 شهادة ماستر مؤسسة ناشئة براءة اختراع تتمثل في:³

تشمل آليات تنفيذ القرار 1275 خمس محاور نذكرها كالاتي:

1.1. الجانب البيداغوجي: يركز على نقاط أساسية هي:

- ✓ فريق العمل
- ✓ اعداد مذكرة التخرج
- ✓ الاشراف
- ✓ لجنة مناقشة الشهادة

¹ بسويح منى، ميموني ياسين، بوقطاية سفيان، مرجع سابق، ص408

² حميدود نسيم، شعابنية يمينة، مرجع سابق، ص50.

³ حسب القرار الوزاري 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

✓ محتوى المذكرة

✓ معايير التقييم

✓ الشهادة

2.1. مجال التحسيس والتدريب: يمكن تنظيم أبواب مفتوحة وأيام إعلامية وبرامج تدريبية.

3.1. العلاقة مع المحيط الخارجي: تتمثل في الزيارات الميدانية إلى المؤسسات الكبرى، إضافة إلى لقاءات الأعمال وزيارات إلى المعارض الوطنية والدولية.

4.1. براءات الاختراع " لابل مشروع مبتكر " لابل مؤسسة ناشئة": تتكفل الجامعة بتسديد مصاريف ورسوم حقوق الملكية الفكرية وإبرام وتفعيل اتفاقيات بين الجامعة والديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ONDA وبين الجامعة والمعهد الوطني للملكية الصناعية INAPI وعملية الحصول على رقم الإيداع للحماية الفكرية والصناعية للمشروع.¹

5.1. آليات التمويل: تفعيل الاتفاقية الممضاة بين وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ووزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة وذلك لحث الجهات الممولة (صندوق تمويل المؤسسات الناشئة ASF والوكالة الوطنية لترقية وتطوير المقاولات ANADE.... الخ) على الالتزام بأخذ مشاريع الطلبة كأولوية في عملية التمويل.

- تسهيل اجراءات الحصول على الدعم المالي خاصة فيما يتعلق بحصول الطلبة المنخرطين في مشروع شهادة مؤسسة ناشئة على وسم "لابل" مشروع مبتكر" ولابل مؤسسة ناشئة".²

- توجيه المشاريع التي يقل فيها معدل الابتكار الى الحد المطلوب إلى وكالة دعم وتطوير المقاولات ANADE

- فتح المجال لكل آليات التمويل الأخرى المتاحة لتمويل الطلبة المنخرطين في مشروع شهادة مؤسسة ناشئة.

¹ حسب القرار الوزاري 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022

² حسب القرار الوزاري 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022.

2. طريقة تقييم مشروع مؤسسة ناشئة:

حسب المنشور رقم 001 المؤرخ في 18 ماي 2023 الذي يحدد كيفية مناقشة مشروع نهاية الدراسة المعد بغرض إنشاء مؤسسة ناشئة أو الحصول على براءة اختراع وقد تم استحداث هذا المنشور بموجب القرار 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022.

1.2. شكل إعداد مشروع نهاية الدراسة: يعد من طرف الطالب بالتنسيق مع

المشرف وفقا لأحد الخيارين:

الخيار الأول: إعداد المشروع يكون على شكل مذكرة تتشكل من جزأين الأول يتعلق بالجانب النظري ويتم اعداده بطريقة ملخصة وفقا للأحكام المنصوص عليها في القرار 171 المؤرخ في 9 فيفري 2023. والجزء الثاني يتعلق بملحق يحتوي على الجانبين التجاري والتقني للمشروع.

الخيار الثاني: اعداد المشروع بالاختصار فقط على صياغة مخطط نموذج الأعمال (BMC) مباشرة.¹

2.2. رزنامة مناقشة مشروع نهاية الدراسة: وهي كالتالي:

تاريخ بداية المناقشات: من شهر ماي تاريخ اختتام المناقشات: شهر جويلية، ثم تستأنف المناقشات مباشرة مع بداية الدخول الجامعي القادم وتتواصل إلى غاية أواخر شهر سبتمبر. وتطبق الرزنامة لعنوان المناقشات التي تجرى بعنوان السنة الجامعية الحالية بشرط على أن تكيف بعنوان السنوات الجامعية المقبلة وفقا لخصوصية كل سنة.

3.2. سير مناقشة مشروع نهاية الدراسة:

أ. تشكيلة لجنة المناقشة: تتشكل حسب أحد الخيارين:

في حالة الاختيار الأول:

▪ أستاذ باحث رئيس اللجنة

¹ حسب القرار الوزاري 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

- الأستاذ المشرف والأستاذ المشرف المساعد. إن وجد أستاذ باحث ممتحن ذي الصلة بالتخصص موضوع المشروع.
- ممثل عن الحاضنة أو دار المقاولاتية
- ممثل أو أكثر عن الشريك الاقتصادي لمؤسسة التعليم العالي ممن لهم علاقة بموضوع مشروع نهاية الدراسة أو المؤسسة الناشئة المستهدف إنشاؤها.
- وفي حالة ما إذا كان مشروع نهاية الدراسة براءة اختراع يدعى للمشاركة ضمن لجنة المناقشة أيضا مسؤول مركز الدعم التكنولوجي والابتكار.

في حالة الاختيار الثاني:

- أستاذ باحث رئيس اللجنة
- الأستاذ المشرف والأستاذ المشرف المساعد إن وجد
- ممثل عن الحاضنة أو دار المقاولاتية أو مركز الدعم التكنولوجي والابتكار
- ممثل أو أكثر عن الشريك الاقتصادي لمؤسسة التعليم العالي، ممن لهم علاقة بموضوع مشروع نهاية الدراسة أو المؤسسة الناشئة المستهدف إنشاؤها

ب. محضر المناقشة وتقييم مشروع نهاية الدراسة:

تفيد نتائج مشروع نهاية الدراسة في محضر وفقا للنموذج الملحق بهذا المنشور استنادا الى معايير التقييم التالية:¹

4.2. بالنسبة للمناقشة وفقا للاختبار الأول:

- تخول حيازة مشروع نهاية الدراسة علامة " مؤسسة ناشئة" ومشروع مبتكر " الطالب الحصول على النقطة القصوى.
- تخول حيازة مشروع نهاية الدراسة استمارة ايداع طلب براءة اختراع" الطالب الحصول على 50% من النقطة القصوى، على أن تكون هذه

¹ حسب القرار الوزاري 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

الاستمارة موثقة برقم ايداع ومؤشرة من طرف كل من مدير مؤسسة التعليم العالي المعنية ومصالح المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

تداول لجنة المناقشة حول 50% المتبقية من النقطة القصوى استنادا للمعايير

التالية:

- الجانب النظري.
- وضوح عنوان الابتكار وأصالته بعد عملية البحث من قبل مركز الدعم التكنولوجي والابتكار.
- بطاقة وصف الاختراع مفصلة وفق دليل إعداد مذكرة التخرج شهادة اختراع من طرف اللجنة الوطنية والتنسيقية لمتابعة الابتكار وريادة الاعمال الجامعية.
- بلوغ مرحلة نضج النموذج الأولي للمشروع المعتمد.

قد يحدث أن يتعذر الحصول على العلامة القصوى وذلك لعدم تطبيق شروط منح

العلامة وفي هذه الحالة يقيم المشروع كالتالي:¹

- الجانب النظري والمعرفي 15%
- وضوح الفكرة الأساسية وسلامتها 10%
- الجوانب الابتكارية للمشروع 25%
- صحة نموذج العمل التجاري 25%
- الوصول الى النموذج الأولي 25%

لا يراعى الجانب الابتكاري في تقييم مشروع نهاية الدراسة الذي يكون موضوعه

استهداف إنشاء مؤسسة مصغرة وفي هذه الحالة يجرى التقييم كالتالي:

- الجانب النظري والمعرفي 20%
- وضوح الفكرة الأساسية وسلامتها 20%

¹ حسب القرار الوزاري 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

- صحة نموذج العمل التجاري 30
- الوصول الى النموذج الأولي 30%

قد يتعذر أيضا إيداع طلب براءة اختراع لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية وفي هذه الحالة يتم التقييم كالتالي:

- الجانب النظري والمعرفي 15%
- وضوح عنوان الابتكار وأصالته بعد عملية البحث من قبل مركز الدعم التكنولوجي والابتكار 15%
- بطاقة وصف الاختراع مفصلة وفق دليل إعداد مذكرة التخرج شهادة اختراع المعتمد من طرف اللجنة الوطنية والتنسيقية لمتابعة الابتكار وريادة الاعمال الجامعية 35%
- الوصول الى النموذج الأولي وفق سلم مستوى النضج التكنولوجي 35%

بالنسبة للمناقشة وفقا للاختيار الثاني:

يقيم مشروع نهاية الدراسة المعد في إطار هذا الاختيار بالكيفيات نقيسها مع تلك المقررة بالنسبة للاختيار الأول، باستثناء معيار الجانب النظري والمعرفي للمشروع الذي يمتد به في شبكة التقييم مع توزيع نسبته من النقطة القصوى على المعايير الاخرى للشبكة بالتساوي.¹

5.2. شهادة التخرج وملحق شهادة "شهادة مؤسسة ناشئة - وشهادة براءة

اختراع"

عقب إتمام المناقشة وبعد استيفاء الطالب شروط الحصول على شهادة التعليم العالي المتوجه لمساره التكويني تسلم له كذلك شهادة إضافية تسمى "شهادة مؤسسة ناشئة وشهادة - براءة اختراع" في نسخة محررة بلغة وطنية ومترجمة إلى لغة أجنبية، حيث تتولى اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وريادة الاعمال الجامعية إعداد نموذجها.

¹ حسب القرار الوزاري 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022

وفي هذه الحالة يكيف الملحق الوصفي الذي يلحق بشهادة التعليم العالي المسلمة للطالب المعني عبر ادراج ملاحظة تفيد بتحضير مشروع نهاية الدراسة وفقا لصيغة "شهادة مؤسسة ناشئة وشهادة براءة اختراع" المحدثة بالقرار رقم 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022.

رابعاً: دور حاضنات الأعمال في إستحداث مؤسسات ناشئة

1. تعريف حاضنة الأعمال

عرفت الجمعية الوطنية الأمريكية لحاضنات الأعمال (NBIA) حاضنات الأعمال بأنها: هيئات معينة تسعى إلى دعم المؤسسات الناشئة والمبدعة ورجال الأعمال الجدد، حيث تقدم لهم الوسائل اللازمة والدعم المطلوب، بما في ذلك الخبرات والأماكن والدعم المالي، لمساعدتهم في تجاوز التحديات والمراحل الأولى من التأسيس، كما تقوم هذه الهيئات بعمليات تسويق وترويج لمنتجات هذه المؤسسات¹.

فالحاضنة هي نظام متكامل يوفر جميع الوسائل اللازمة من مكان مجهز بشكل مناسب يحتوي على كافة الإمكانيات المطلوبة لبدء المشروع وتطويره، وتدار هذه المنظومة بواسطة إدارة متخصصة تقدم أنواع الدعم الضروري لزيادة فرص نجاح المؤسسات الصغيرة.²

ولهذا يمكننا تعريف حاضنات الأعمال بشكل شمولي بأنها مؤسسات تهدف إلى دعم رواد الأعمال والمبادرين في إنشاء وإدارة وتطوير مشاريعهم الجديدة. وتقدم هذه الحاضنات الدعم لفترة زمنية محددة تتناسب مع طبيعة النشاط الذي تعمل فيه، حيث توفر بيئة عمل ملائمة خلال السنوات الأولى من عمر المشروع، مما يزيد من فرص نجاحه. كما تساعد الحاضنات في استكمال الجوانب الفنية والإدارية بتكاليف منخفضة، مما يتيح لصاحب

¹ عبد الحكيم بيسار، دور حاضنات الأعمال الجامعية في مرافقة المشاريع الابتكارية وإنشاء المؤسسات الناشئة -دراسة حالة حاضنة أعمال جامعة المسيلة-، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 6، العدد2، الجزائر، 2022، ص384.

² الشريف ربحان، ريم بنوالة، حاضنات الأعمال كآلية لمرافقة المؤسسات الصغيرة -نموذج مقترح في مجال تكنولوجيا الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر، د.س، ص 7.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

المشروع التركيز على جوهر عمله. بعد انتهاء فترة الدعم، تتضاءل العلاقة مع الحاضنة، مما يمكن المبادر من الانطلاق بمفرده.¹

2. أهداف حاضنة الأعمال

تهدف حاضنات الأعمال أساسا إلى احتضان المؤسسات الناشئة وتعمل على تحقيق الآتي:

- تقليص الوقت اللازم لتطوير نشاط المشروع وتحسين إنتاجه.
- تجنب الأخطاء وتقليل تكرار الجهود مما يسهم في خفض التكاليف.
- إيجاد حلول فعالة للمشاكل الفنية، المالية، الإدارية، والقانونية التي يواجهها المشروع.
- تعزيز معدلات النجاح، دعم الأفكار المبدعة، وضمان استدامة المؤسسات المحتضنة.
- تقليص التكاليف المرتبطة ببداية النشاط.
- الحد من المخاطر المرتبطة بالمرحلة الأولى من انطلاق المشروع.
- مساعدة المؤسسات في الوصول إلى أنواع جديدة من المنتجات أو استكشاف مجالات جديدة للنشاط.
- تعزيز ثقافة التعاون بين المشروعات.²

3. أنواع حاضنة الأعمال

أنها مؤسسات مستقلة تتمتع بكيان قانوني خاص بها، وتعمل على تقديم مجموعة من الخدمات والتسهيلات للمستثمرين الصغار الذين يسعون لإنشاء مشاريع صغيرة ويمكن أن تكون هذه المؤسسات تابعة للدولة، أو خاصة، أو مختلطة وهي كالاتي.³

1.3. **حاضنات أعمال حكومية:** هي حاضنات تعود ملكيتها للدولة وتقوم بتمويلها ولا تهدف للربح حيث يتمثل هدفها الرئيسي في تعزيز جهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

¹ بلالطة مبارك، **حاضنات الأعمال في الجزائر**، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 10، العدد2، الجزائر، 2006، ص15.

² الشريف ربحان، ريم بونواله، مرجع سابق، ص8.

³ الشريف ربحان، ريم بونواله، مرجع نفسه، ص8.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

2.3. **حاضنات أعمال خاصة:** والتي تكون ملكيتها للقطاع الخاص وغالبا ما تهدف إلى الربح، ويتولى تمويلها جهات خاصة أو مستثمرون أو مجموعة شركات صناعية.

3.3. **حاضنات أعمال مختلطة:** وتكون ملكيتها مشتركة بين المؤسسة الحكومية والقطاع الخاص وعادة ما تقوم الدولة بتمويل إنشائها وبنوط بالقطاع الخاص توفير الخبرات والاستشارات وتمويل المشروعات الوليدة.

4.3. **حاضنات مرتبطة بالجامعات والمعاهد والهيئات الخاصة:** هي حاضنات تؤسسها الجامعات والمعاهد التعليمية أو بعض الهيئات الخاصة كغرف الصناعة والتجارة والجمعيات والمؤسسات الدولية¹.

خامسا: دور المرافقة البيداغوجية عند إستحداث مؤسسات ناشئة

1. تعريف المرافقة

المرافقة تشير إلى الخدمات التي تقدمها الهيئات الداعمة بهدف تعزيز وتطوير المهارات والمعارف وأساليب الإدارة لدى أصحاب المشاريع، ويتم ذلك من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل والإجراءات المتاحة، مثل الدورات التدريبية، والاستشارات، والتدريب. الهدف من هذه المرافقة هو تسهيل انطلاق المشاريع ومساعدتها على دخول الأسواق واستدامتها².

فالمرافقة هي عملية تتضمن نقل شخص من حالة إلى أخرى من خلال التأثير عليه لاتخاذ قرارات محددة، حيث تهدف المرافقة إلى تحقيق الاستقلالية للمنشئ، وهي تتعلق

¹ بعلة كوثر، داودي مريم، دور حاضنات الأعمال في مرافقة المؤسسات الناشئة -دراسة حالة حاضنات الأعمال جامعة غرداية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في اقتصاد وتسيير مؤسسات، جامعة غرداية، الجزائر، 2023، ص9.

² لويظة بوشعير، فاتح مرزوق، دور المرافقة المقاولاتية في بناء القدرات التنافسية لحاملي المشاريع بالحاضنة التكنولوجية بسيدي عبد الله، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 8، العدد 2، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الابراهيمى برج بوعريبيج، الجزائر، 2020، ص 419.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

بالصاحب المشروع الذي يمتلك المؤسسة. وتسعى المرافقة إلى دعم شخص أو فريق يحمل فكرة استثمارية، وتوجيه هذه الفكرة نحو تحقيق مشروع قابل للاستدامة.¹

ووفقاً لـ (bryyat2000)، تشمل خدمات المرافقة التحسيس، الاستقبال، الإعلام، النصح، التكوين، الدعم اللوجستي، التمويل، الإنشاء والمتابعة. ويشير (Olivier Culliere) إلى أن نشاط هيئات الدعم والمرافقة يعتمد على تعزيز التواصل بين جميع الفاعلين في عملية إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة، بما في ذلك الهيئات القانونية، المنظمات الاستشارية، الجماعات المحلية، الوكالات العامة والخاصة، الجمعيات المهنية، المجالس المختلفة، البنوك، مؤسسات التأمين، الضرائب، ومؤسسات رأس المال المخاطر، وغيرها.²

2. أهمية المرافقة

تعتبر المرافقة حلاً للمشاكل التي تعترض المؤسسات الناشئة فهي³:

- ضرورة لمعظم حاملي المشاريع
- تساعد المبتدئين على تجنب العديد من الأخطاء؛
- تقدم فوائد كبيرة في مجال إعداد التقديرات المالية؛
- تعزز فرص نجاح المشاريع؛
- تساهم بشكل كبير في تخفيف الشعور بالوحدة.

3. مراحل المرافقة

¹ محمد مداحي محمد هاني، فعالية المرافقة المقاولاتية في إنشاء المؤسسات الصغيرة وتطوير استثمار السياحي المحلي في الجزائر، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والاثار المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، المجلد 3، العدد 4، مصر، ص 100.

² زيغم عبد الجليل، دور حاضرات الأعمال في مرافقة المشاريع المقاولاتية -دراسة حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في المقاولاتية، جامعة قلمة، الجزائر، 2023، ص25.

³ الشريف ربحان، ريم بونوالة، مرجع سابق، ص4.

تمر المرافقة بثلاث مراحل أساسية هي:¹

1.3. مرحلة الاستقبال: تعتبر هذه مرحلة بمثابة تقييم أولي لحامل المشروع، حيث يتم تحليل قدراته ومعارفه ورغبته في تنفيذ المشروع، بالإضافة إلى مدى إلمامه بالجوانب التقنية. يتم ذلك من خلال العرض الذي يقدمه حامل المشروع أمام هيئة الدعم، والذي يُستخدم لجمع المعلومات الضرورية حول المشروع وتحديد طبيعة المنتج أو الخدمة المراد تقديمها. بناءً على هذه المعلومات، يتم تحديد نوع الدعم الذي يحتاجه حامل المشروع وفقاً لما تم استنتاجه من الخطوات السابقة.

2.3. مرحلة المرافقة: تتمثل هذه المرحلة في تقديم أنواع مختلفة من الدعم لحامل المشروع وللمشروع نفسه. يشمل ذلك تدريب حامل المشروع في الجوانب الأساسية مثل الجوانب التقنية والإدارية والقانونية، بالإضافة إلى مساعدته في إعداد خطة العمل الخاصة بالمشروع. كما تتضمن هذه المرحلة الدعم المالي من خلال إجراء تقييم مالي للمشروع وتحليل الملف المقدم للبنك المتعلق بالتركيبة المالية للمشروع.

3.3. مرحلة المتابعة بعد الإنشاء: تتميز هذه المرحلة بتقديم أشكال متنوعة من الدعم التي تساعد المقاول في إدارة المشروع بشكل فعال، واتخاذ القرارات المناسبة، وتحديد الاستراتيجيات الملائمة. يهدف ذلك إلى ضمان دخول ناجح في بيئة الأعمال، مما يساهم في استمرارية المشروع ونموه.

9. الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: منهج الدراسة

المنهج هو الأسلوب المنظم الذي يتبعه الباحث في دراسته أو في تتبعه لظاهرة معينة، بهدف فهم أبعادها بشكل شامل. يتيح له ذلك التعرف عليها وتمييزها، بالإضافة إلى معرفة أسبابها ومؤثراتها والعوامل المؤثرة فيها، مما يساعده في الوصول إلى نتائج دقيقة.

¹ دباح محمد رضا، باشا نجاة، هياكل المرافقة ودعم المؤسسات الناشئة في الجامعة الجزائرية حاضرات الأعمال الجامعية ومركز تطوير المقاولاتية نموذجاً، ملتقى وطني بعنوان مستقبل المؤسسات الناشئة الرياضية في الجامعة الجزائرية، جامعة بسكرة، الجزائر، يومي 12 و13 ديسمبر 2023، ص11-12.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

كما يُعتبر المنهج مجموعة من القواعد والمبادئ العامة التي يسترشد بها الباحثون في أبحاثهم، حيث تحدد لهم الإجراءات العلمية اللازمة لتحقيق معرفة موثوقة بين الظواهر.¹ وقد وقع اختيارنا على المنهج الوصفي في دراستنا وذلك كونه عرف على أنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كميًا عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة، أو المشكلة، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.²

ثانياً: أدوات جمع البيانات

بهدف إجراء دراستنا تمت إجراء مقابلة مع مسؤول حاضنة جامعة غرداية، وصياغة استبيان إلكتروني حول " دور الاتصال المؤسسي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة -دراسة حالة لحاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية- " تم تقسيمه إلى جزئين:

- الجزء الأول: ويضم البيانات الشخصية الذي شمل:
- الجنس، السن، المستوى التعليمي.
- الجزء الثاني: والذي ضم محاور الدراسة والذي ينقسم بدوره الى محورين:
- المحور الأول: كان بعنوان "الاتصال المؤسسي" والذي يتضمن 12 فقرة قسم إلى ثلاث أبعاد

- البعد الأول: الإتصال الكتابي ويتضمن 5 فقرات
- البعد الثاني: الإتصال الشفهي ويتضمن 4 فقرات
- البعد الثالث: الوسائل التكنولوجية ويتضمن 3 فقرات
- المحور الثاني: وقد تطرق إلى "استقطاب الطلبة لإستحداث مؤسسات ناشئة" والذي تضمن 9 فقرات

¹ در محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والتنفسية، العدد 9، مصر، 2017، ص311.

² عبد الرحمان سيد سليمان، مناهج البحث، عالم الكتب، جامعة عين الشمس، مصر، 2014، ص131.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

ولقد تم بناء الاستبيان باتباع الخطوات التالية:

- الاطلاع على المفاهيم النظرية للموضوع والدراسات السابقة والاستفادة من فقرات البيانات المستعملة فيها.
 - بتوجيه من الأستاذ المشرف قمنا بتحديد فقرات الاستبيان ومحاورة
 - تم بعدها وضع المحاور والفقرات التي تدخل تحت كل محور
 - تم تنقيح الاستبيان من طرف الأستاذ المشرف
- وقد تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الإستبيان حسب الجدول التالي:

الجدول (1): درجات مقياس ليكرت الثلاثي

التصنيف	3	2	1
الدرجة	موافق بالكامل	محايد	غير موافق أبدا

المصدر: مقياس ليكرت الثلاثي

الجدول (2): اتجاه الرأي حسب مقياس ليكرت الثلاثي

الاتجاه	المتوسط
غير موافق	من 1 إلى 1.66
محايد	من 1.67 إلى 2.33
موافق	من 2.34 إلى 3

المصدر: مقياس ليكرت الثلاثي

وعند تصميم الاستبيان وجب التأكد من صدق الاستبيان وثباته، حيث أن تحليل صدق الاستبيان المستخدم يعني أن المقياس المستخدم يمكن أن يقيس بالفعل ما يطلب قياسه. وعليه من أجل تحقيق ذلك وجب الحرص على شمول الاستبيان على جميع العناصر ووضوح فقراتها ومفرداتها قمت بحساب معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل فقرة من فقرات المحورين واختبار ألفا كرونباخ لثبات محاور الإستبيان.

ثالثاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة

1. مجتمع البحث

هو المجتمع الأكبر أو المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه لضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أي عينة البحث.¹

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة حاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية

2. عينة البحث

نظراً لطبيعة الموضوع المختار للدراسة استلزم منا أن نقوم بتحديد العينة بدقة من مجتمع البحث، ولهذا الغرض قمنا باختيار العينة القصدية حيث تستخدم العينة القصدية في البحوث التي يكون الباحث على معرفة بخصائص المجتمع ومدى توافر صفة معينة في مفرداته المتعمد اختيارها، بغية الحصول على مجموعة أفراد تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً جيداً.² وتمثلت دراستنا في عينة من طلبة حاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية، فقمنا بنشر استمارة الإستبيان الإلكترونية على هذه الفئة فبلغ عدد الردود 21 استمارة إلكترونية، لتبلغ عينة البحث 21 مفردة من حاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية.

رابعاً: مجال الدراسة

الحدود الموضوعية: والتي تمثلت في تسليط الضوء على مفهومي الإتصال المؤسسي والمؤسسات الناشئة.

الحدود الزمانية: من 2024/11/05 إلى 2024/12/21

الحدود البشرية: تمثلت الفئة المستهدفة من هذه الدراسة حاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية.

¹ طلحة إلياس، نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، المجلة الجزائرية، الجزائر، 2017، ص1.

² علي بن أحمد الصبيحي وآخرون، دليل إجراء البحوث والإجراءات المسحية، إعداد مركز البحوث، المملكة العربية السعودية، 2004، ص38.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

خامسا: الخصائص السيكومترية للدراسة

1. اختبار ثبات الإستبيان

الجدول (3): اختبار ألفا كرونباخ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	21

المصدر: (مخرجات spss.29)

من خلال الجدول (3) الذي يمثل صدق وثبات فقرات الاستبيان، نلاحظ أن قيمة الثبات تساوي (0.911) لاختبار ألفا كرونباخ، مما يشير هذا إلى مستوى قوي لثبات ومصداقية الاستبيان الذي ستعتمد عليه دراستنا.

2. صدق الاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة

يقصد بصدق الاتساق الداخلي لعبارة الاستبيان مدى اتساق جميع فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه، وعليه قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة من عبارات المحور الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة.

الجدول رقم (4): يوضح الاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	الفقرات	ثبات الإستبيان	مستوى الدلالة
الإتصال الكتابي	05	0.936	0.000
الإتصال الشفهي	04	0.987	0.000
الوسائل التكنولوجية	03	0.987	0.000
استقطاب الطلبة لاستحداث المؤسسات الناشئة	09	0.936	0.000
المجموع الكلي لمعامل الثبات	21	0.911	0.000

المصدر: من اعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج spss.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والإجراءات المنهجية للدراسة

تُظهر نتائج اختبار معاملات بيرسون المقدمة في الجدول قوة الاستبيان المستخدم في الدراسة وصلاحيته لقياس المتغيرات بموثوقية عالية، حيث بلغ معامل الثبات لكل من البعدين الاتصال الكتابي والشفهي 0.936 و 0.987 ، وبعد الوسائل التكنولوجية 0.987 ، وهي جميعها معاملات ثبات مرتفعة تشير إلى أن فقرات كل متغير تقيس المفهوم المراد قياسه بشكل متسق، وعليه فإن النتائج تعزز من موثوقية البيانات التي سيتم الحصول عليها باستخدام هذا الاستبيان، وتضفي مزيداً من الثقة في النتائج المستقبلية للدراسة.

سادساً: الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة

لقد قمت بتحليل البيانات التي تم جمعها من الإستبيان الإلكتروني باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS. v29 ، وقد تم الاعتماد على عدد من الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات، وهي:

- اختبار ثبات الإستبيان (الفا كرونباخ)
- اختبار بيرسون للصدق الداخلي لفقرات الإستبيان
- التكرارات و النسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية لعينة الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور.
- حساب المتوسط الحسابي لمعرفة مدى اتجاه آراء أفراد العينة عن كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة
- حساب الانحراف المعياري لمعرفة وتقييم درجة استقامة آراء أفراد العينة عن المتوسط الحسابي.
- الاعتماد على اختبار بيرسون لمعرفة طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة والتحقق من الفرضيات.

10. صعوبات الدراسة

تعتبر صعوبات الدراسة جزءاً لا يتجزأ من كل بحث علمي، ولهذا فلم تخلو دراستي أيضاً من صعوبات دراسية، ومن أبرز هذه الصعوبات التي تلقيتها هو عدم وجود القدر الكافي من الدراسات السابقة التي تبنت موضوع دراستي، ونقص في المراجع الأدبية التي تخص متغير المؤسسات الناشئة، كما أنني تلقيت صعوبة في الجانب الميداني، وذلك باستغراق وقت طويل في استرجاع ردود الاستمارة الإلكترونية من طرف الطلبة حاملي المشاريع، وذلك لعدددهم القليل.

خلاصة الفصل:

كخلاصة لهذا الفصل، يتضح أن الاتصال المؤسسي هو عملية يتم فيها تبادل المعلومات والأفكار وهو يشمل جميع أساليب ووسائل الإتصال، فيمكن أن يكون الإتصال رسمياً أو غير رسمي، أو يكون لفظياً أو غير لفظي، وللاِتصال أهمية كبيرة تتجلى في نقل المعلومات والتعبير عن الآراء والمقترحات ويساعد في إيجاد الحلول. أما المؤسسات الناشئة فهي الشركات التي تأسست حديثاً بهدف تقديم حلول مبتكرة أو منتجات جديدة في السوق، وتتميز بأنها في مراحلها الأولى من النمو وتعتمد على الابتكار والقدرة على التوسع السريع. هذه المؤسسات تحتاج إلى بيئة مناسبة تمكنها من النمو، وهو ما توفره حاضنات الأعمال، التي تعد مؤسسات دعم ومرافقة تهدف إلى رعاية الشركات الناشئة في مراحلها الأولى. من خلال الإعتماد على العديد من وسائل وقنوات الإتصال وذلك باستقطاب الطلبة والمبدعين لإنشاء مشاريعهم الخاصة، وبالتالي تعزيز الابتكار والنمو الاقتصادي.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

تمهيد:

بعد التطرق إلى الإطار النظري والمنهجي لدراستنا، في هذا الفصل سنقوم بتقديم بطاقة تقنية حول حاضنة الأعمال بجامعة غرداية مبرزين أهدافها وهيكلها التنظيمي، محل الدراسة. وعرض نتائج الدراسة التي تم تجميعها من أفراد العينة وتحليلها ومناقشتها لتقديم نتائج عامة حول علاقة الإتصال المؤسسي وإستقطاب الطلبة لإستحداث مؤسسات ناشئة.

1. التعريف بحاضنة الأعمال الجامعة غرداية

أنشئت حاضنة الأعمال الجامعة غرداية طبقاً للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 13 رجب عام 1443 الموافق ل 14 فبراير سنة 2022 والذي يتضمن إنشاء مصلحة مشتركة للبحث العلمي تسمى حاضنة لدى جامعة غرداية¹.

وحددت المؤسسات التي تعتبر طرفاً بالنسبة للحاضنة كالاتي:

➤ جامعة غرداية؛

➤ الوكالة الوطنية لتنمين نتائج البحث والتنمية التكنولوجية؛

➤ الشركاء الاجتماعيون والاقتصاديون.

وتتكون الحاضنة من فرعين اثنين (2) هما:

فرع هندسة إدارة الأعمال: ويكلف بما يأتي:

➤ استقبال ومرافقة مشروع ابتكاري ذي صلة مباشرة بالبحث؛

➤ مساعدة صاحب المشروع على تحقيق فكرته؛

➤ انتقاء وإثبات إمكانية تطبيق الفكرة في المدى البعيد.

➤ تقديم الدعم لأصحاب المشاريع في مجال التكوين والاستشارة والتمويل مع مرافقتهم إلى غاية إنشاء المؤسسة؛

➤ متابعة تطور المؤسسات المنشأة من طرف الحاضنة.

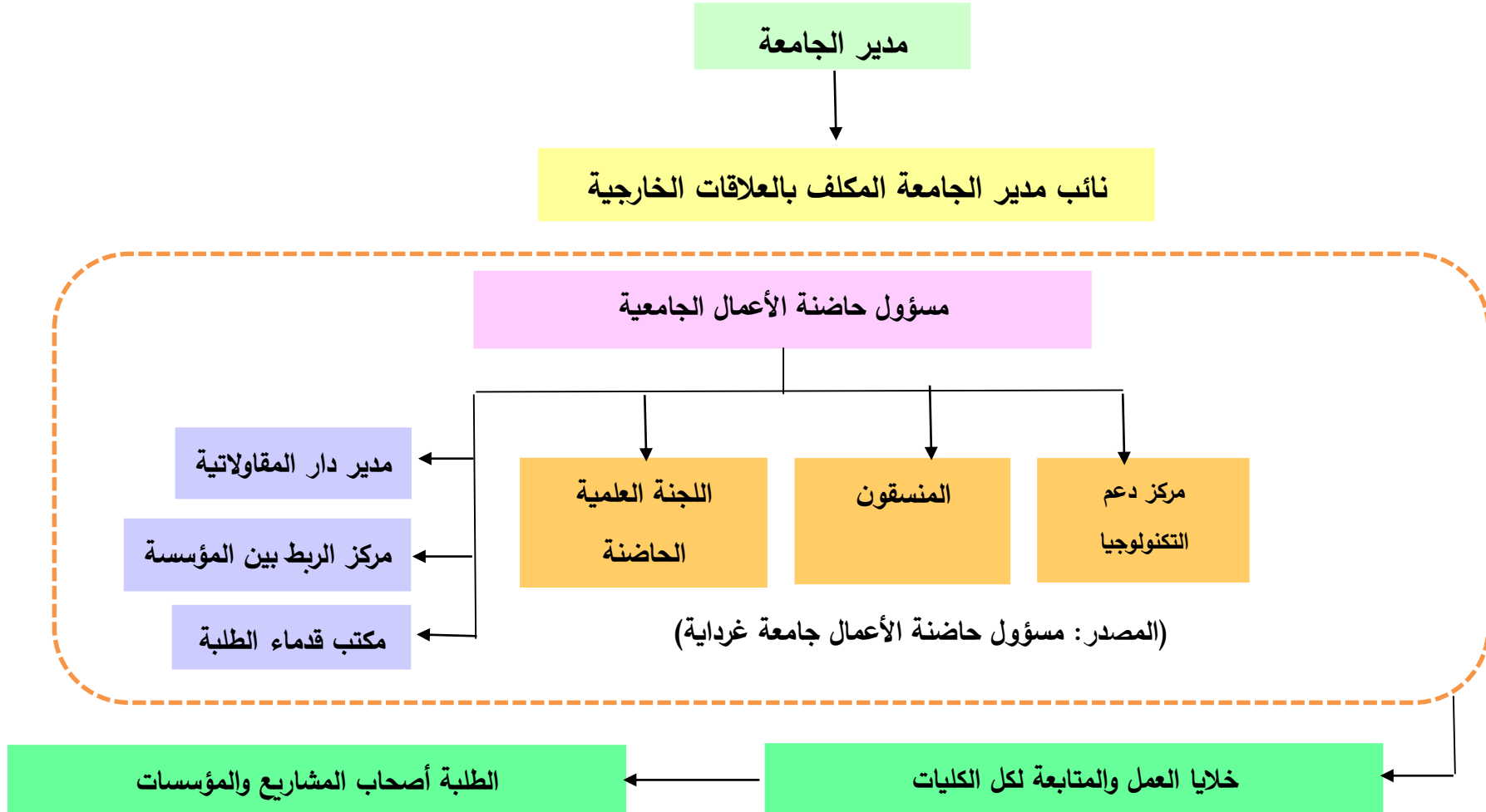
فرع صيانة وأمن التجهيزات العلمية: ويكلف بما يأتي:

➤ صيانة التجهيزات العلمية الموضوعة تحت تصرف الحاضنة؛

➤ ضمان أمن الموقع والتجهيزات العلمية.

¹ انظر: القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 13 رجب عام 1443 الموافق ل 14 فبراير سنة 2022 يتضمن إنشاء مصلحة مشتركة للبحث العلمي تسمى حاضنة لدى جامعة غرداية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 23 الصادر في 6 ابريل سنة 2022.

الشكل رقم (2): يمثل الهيكل التنظيمي لحاضنة الأعمال جامعة غرداية



2. عرض البيانات الديمغرافية لعينة الدراسة

قدرت عينة الدراسة بـ 21 طالبا وطالبة أجابوا على استبيان الدراسة الإلكتروني، وتمثلت خصائص العينة كالتالي:

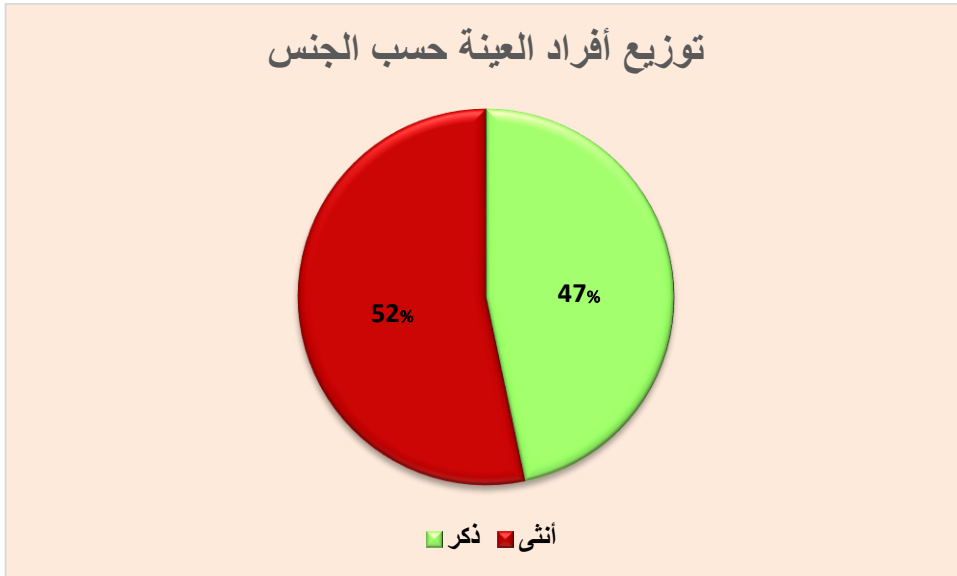
- الجنس

الجدول (5): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

	Frequency	Percent
ذكر	10	47.62
Valid أنثى	11	52.38
Total	21	100.0

المصدر: (مخرجات Spss 29)

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول الممثل أعلاه (5) أن الفئة الغالبة من أفراد العينة هم الإناث بنسبة 52.38 %، أما باقي أفراد العينة فهي تمثل فئة الذكور بنسبة 47.62 %. وهي نسبة متقاربة نوعا ما مما يفسر إهتمام كلا الجنسين بفكرة إستحداث مؤسسة ناشئة، ويمثل الشكل التالي توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



الشكل (3): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

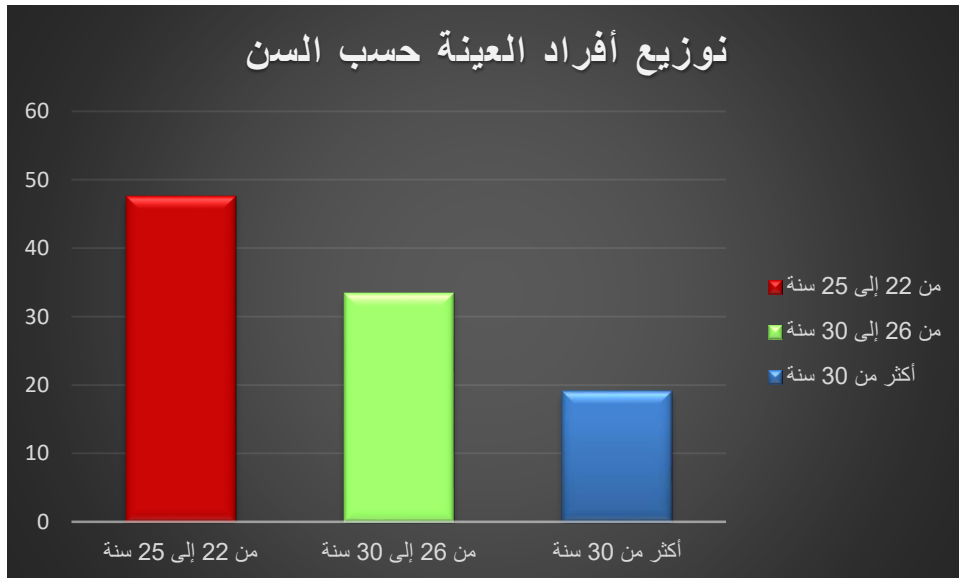
- السن:

الجدول(6): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

	Frequency	Percent
Valid من 22 إلى 25 سنة	10	47.62
من 26 إلى 30 سنة	7	33.33
أكثر من 30 سنة	4	19.05
Total	21	100.0

المصدر: (مخرجات Spss 29)

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول الممثل أعلاه رقم (6) أن أغلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 22 إلى 25 سنة بنسبة 47.62 %، لتليها نسبة 33.33 % وهي تمثل سن أفراد العينة الذين يتراوح ما بين 26 إلى 30 سنة، لتأتي آخر فئة وهم أفراد العينة الذين يتجاوز سنهم 30 سنة بنسبة 19.05 %، وفي الشكل الموالي نلاحظ توزيع أفراد العينة حسب السن.



الشكل (4): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

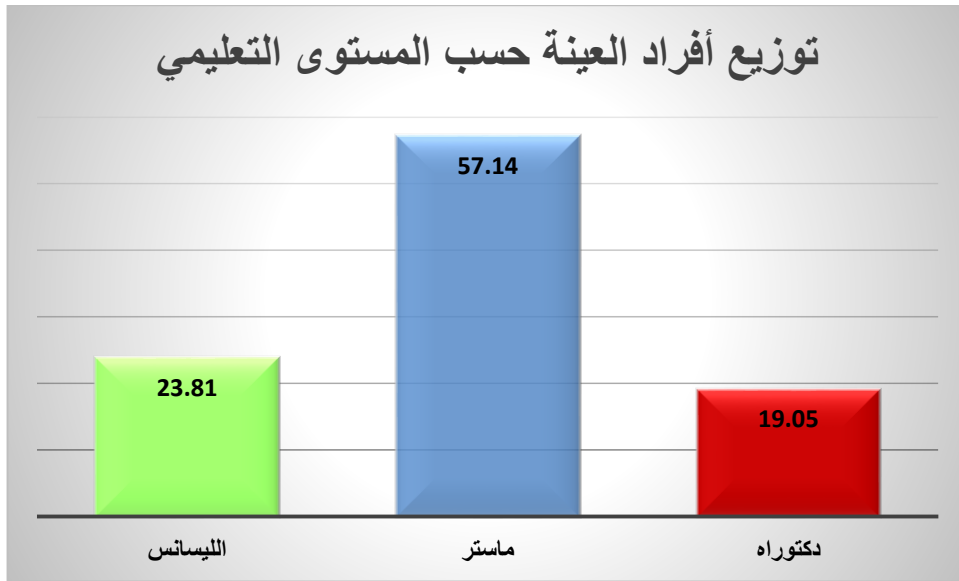
- المستوى التعليمي

الجدول (7): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

	Frequency	Percent
الليسانس	5	23.81
ماستر	12	57.14
دكتوراه	4	19.05
Total	21	100.0

المصدر: (مخرجات Spss 29)

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول الممثل أعلاه رقم (7) أن أغلب أفراد العينة يدرسون في الطور الثاني من التعليم العالي (الماستر) بنسبة 57.14 %، لتليها الأفراد الذين هم بمرحلة الطور الأول من التعليم العالي (الليسانس) بنسبة 23.81 %، أما باقي أفراد العينة فهم بمرحلة الطور الثالث من التعليم العالي (الدكتوراه) بنسبة 19.05 %، وفي الشكل الموالي نلاحظ توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.



الشكل (5): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

3. عرض ومناقشة نتائج المحور الأول (الاتصال المؤسسي)

1.3. البعد الأول: الاتصال الكتابي

الجدول (8): تحليل فقرات البعد الأول (الاتصال الكتابي) للمحور الأول

الاتجاه العام	اتجاه العينة	الانحراف المعياري العام	الانحراف المعياري	المتوسط العام	المتوسط الحسابي	العبارة
موافق بالكامل	موافق بالكامل	0.611	0.421	2.684	2.37	ساعدتني التقارير التي تنشرها حاضنة الأعمال كانت في توجيهي نحو تأسيس مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.781		2.53	تتميز الرسائل التي أتلقاها من حاضنة الأعمال بالوضوح فيما يتعلق بتأسيس مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.621		2.88	ساهمت الإعلانات والمنشورات بشكل كبير في اتخاذ قرار لانضمامي إلى حاضنة الأعمال.
	موافق بالكامل		0.621		2.88	ساعدني جدا توفير دليل إرشادي حول الخطوات اللازمة لتأسيس مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.611		2.76	استجابت حاضنة الأعمال للاستفسارات المكتوبة التي تقدمت بها فيما يتعلق بفكرة منشورك.
موافق بالكامل			2.684		الاتجاه العام	

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج Spss 29

نلاحظ من خلال الجدول رقم (8) أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن التقارير التي تنشرها حاضنة الأعمال ساعدتهم في توجيههم نحو تأسيس مؤسسة ناشئة. بمتوسط حسابي قدر بـ (2.37) وانحراف معياري قدر بـ (0.421)، وأن الرسائل التي يتلقونها من حاضنة الأعمال تتميز بالوضوح فيما يتعلق بتأسيس مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.53) وانحراف معياري قدر بـ (0.781). كما أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن الإعلانات والمنشورات ساهمت بشكل كبير في اتخاذ قرار لانضمامهم إلى حاضنة الأعمال بمتوسط حسابي قدر بـ (2.88) وانحراف معياري قدر بـ (0.621). وأن توفير دليل إرشادي حول الخطوات اللازمة ساعدهم لتأسيس مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.88) وانحراف معياري قدر بـ (0.621). وأن حاضنة الأعمال استجابت

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

للاستفسارات المكتوبة التي تقدم بها أفراد العينة فيما يتعلق بفكرة مشروعهم بمتوسط حسابي قدر بـ (2.76) وانحراف معياري قدر بـ (0.611).

كما أن الإتجاه العام لأفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن الإتصال الكتابي يسهم في استقطاب الطلبة في استحداث مؤسسات ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.68) وانحراف معياري قدر بـ (0.611).

2.3. البعد الثاني: الإتصال الشفهي

الجدول (9): تحليل فقرات البعد الثاني (الإتصال الشفهي) للمحور الأول

الاتجاه العام	اتجاه العينة	الانحراف المعياري العام	الانحراف المعياري	المتوسط العام	المتوسط الحسابي	العبارة
موافق بالكامل	موافق بالكامل	0.871	0.000	2.91	3.00	ساهمت الندوات مع أعضاء حاضنة الأعمال في تحفيزي لتأسيس مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.000		3.00	ساهمت الدورات التكوينية التي أجريتها مع المرشدين والمستشارين في حاضنة الأعمال في تقديم التوجيه والدعم لمشروعي الناشئ.
	موافق بالكامل		0.711		2.92	ساعدتني ورش الأعمال في استيعاب المعلومات بشكل أفضل لإنشاء مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.641		2.71	ساعدتني اللقاءات مع أعضاء حاضنة الأعمال في تجنب الأخطاء عند بدايتي في تأسيس مؤسسة ناشئة.
موافق بالكامل			2.91		الإتجاه العام	

المصدر: من إعداد الطالب اعتماداً على مخرجات برنامج Spss 29

نلاحظ من خلال الجدول (9) أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن الندوات مع أعضاء حاضنة الأعمال ساهمت في تحفيزهم لتأسيس مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (3.00) وانحراف معياري قدر بـ (0.000). وأن الدورات التكوينية التي أجروها مع المرشدين والمستشارين في حاضنة الأعمال ساهمت في تقديم التوجيه والدعم لمشروعهم الناشئ بمتوسط حسابي قدر بـ (3.00) وانحراف معياري قدر بـ (0.000). كما أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن ورش الأعمال ساعدتهم في استيعاب المعلومات بشكل

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

أفضل لإنشاء مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.92) وانحراف معياري قدر بـ (0.711). وأن اللقاءات مع أعضاء حاضنة الأعمال ساعدتهم في تجنب الأخطاء عند بدايتهم في تأسيس مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.71) وانحراف معياري قدر بـ (0.641).

كما أن الإتجاه العام لأفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن الإتصال الشفهي يسهم في استقطاب الطلبة في استحداث مؤسسات ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.91) وانحراف معياري قدر بـ (0.871).

3.3. البعد الثالث: الوسائل التكنولوجية

الجدول (10): يمثل تحليل فقرات البعد الثالث (الوسائل التكنولوجية) للمحور الأول

الاتجاه العام	اتجاه العينة	الانحراف المعياري العام	الانحراف المعياري	المتوسط العام	المتوسط الحسابي	العبارة
موافق بالكامل	موافق بالكامل	0.304	0.00	2.235	3.0	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات التعليمية في استقطابي في استحداث مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.512		2.69	سهلت مواقع التواصل الاجتماعي جمع الطلبة الموهوبين من مختلف التخصصات واستحداث مؤسسات ناشئة.
	موافق بالكامل		0.401		2.36	ساهم البريد الإلكتروني والموقع الجامعي في تواصلني مع أعضاء حاضنة الأعمال لإرشادي في تأسيس مؤسسة ناشئة.
موافق بالكامل			2.24		الإتجاه العام	

المصدر: من إعداد الطالب إعمادا على مخرجات برنامج Spss 29

نلاحظ من خلال الجدول (10) أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات التعليمية ساهمت في استقطابهم في استحداث مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (3.0) وانحراف معياري قدر بـ (0.00). وأن مواقع التواصل الاجتماعي سهلت في جمع الطلبة الموهوبين من مختلف التخصصات واستحداث مؤسسات ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.69) وانحراف معياري قدر بـ (0.512). كما أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن البريد الإلكتروني والموقع الجامعي ساهما في

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

تواصلهم مع أعضاء حاضنة الأعمال لإرشادهم في تأسيس مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.36) وانحراف معياري قدر بـ (0.401).

كما أن الإتجاه العام لأفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن الوسائل التكنولوجية ساهمت في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.235) وانحراف معياري قدر بـ (0.304).

4. عرض ومناقشة نتائج المحور الثاني (استقطاب الطلبة لاستحداث المؤسسات الناشئة)

الجدول (11): يمثل تحليل فقرات المحور الثاني

الاتجاه العام	اتجاه العينة	الانحراف المعياري العام	الانحراف المعياري	المتوسط العام	المتوسط الحسابي	العبارة
موافق بالكامل	موافق بالكامل	2.266	0.000	2.767	3.00	ساهمت العملية الاتصالية للجامعة وحاضنة الأعمال في استقطابي لإستحداث مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.620		2.52	ساهمت الندوات واللقاءات التي نظمتها حاضنة الأعمال في استقطابي على إستحداث مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.421		2.61	قدمت الجامعة وحاضنة الأعمال الدعم الكافي لي من أجل استحداث مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.000		3.00	ساهمت ندوات حاضنة الأعمال بتعريفي على الإجراءات القانونية لإستحداث مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.000		3.00	تواصلني مع المسؤولين في الحاضنة للحصول على المعلومات والاستفسارات لاستحداث مؤسسة ناشئة كان فعالا.
	موافق بالكامل		0.511		2.43	اعتبر المعلومات التي تقدمتها الحاضنة من خلال وسائل الاتصال واضحة ومفصلة بما يكفي لإستقطابي لاستحداث مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.423		2.67	أثار الاتصال الشخصي المباشر مع مرشدي الحاضنة على استقطابي لإستحداث مؤسسة ناشئة.
	موافق بالكامل		0.423		2.67	أعتقد أن قنوات الاتصال المفتوحة بيني وبين الحاضنة كافية لتلبية احتياجاتي وتقديم التوجيه اللازم.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

أفادتي المرافقة التي وفرتها الحاضنة في نجاحي لإستحداث مؤسسة ناشئة.	3.00	0.000	موافق بالكامل
الإتجاه العام	2.767		موافق بالكامل

المصدر: من إعداد الطالب إعتامدا على مخرجات برنامج Spss 29

نلاحظ من خلال الجدول (11) أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن العملية الاتصالية للجامعة وحاضنة الأعمال ساهمت في استقطابهم لإستحداث مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (3.00) وانحراف معياري قدر بـ (0.000). وأن الندوات واللقاءات التي نظمتها حاضنة الأعمال ساهمت في استقطابهم على إستحداث مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.52) وانحراف معياري قدر بـ (0.620). كما أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن الجامعة وحاضنة الأعمال قدمت الدعم الكافي لهم من أجل استحداث مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.61) وانحراف معياري قدر بـ (0.421). إضافة إلى ذلك، أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن ندوات حاضنة الأعمال ساهمت بتعريفهم على الإجراءات القانونية لإستحداث مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (3.00) وانحراف معياري قدر بـ (0.000). وأن تواصلهم مع المسؤولين في الحاضنة الحصول على المعلومات والاستفسارات لاستحداث مؤسسة ناشئة كان فعالا بمتوسط حسابي قدر بـ (3.00) وانحراف معياري قدر بـ (0.000). كما أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن المعلومات التي تقدمتها الحاضنة من خلال وسائل الاتصال كانت واضحة ومفصلة بما يكفي على إستقطابهم لاستحداث مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.43) وانحراف معياري قدر بـ (0.511). بالإضافة، فإن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن الاتصال الشخصي المباشر مع مرشدي الحاضنة ساهم على استقطابهم لإستحداث مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.67) وانحراف معياري قدر بـ (0.423). وأن قنوات الاتصال المفتوحة بين أفراد العينة وبين الحاضنة كافية لتلبية احتياجاتهم وتقديم التوجيه اللازم بمتوسط حسابي قدر بـ (2.67) وانحراف معياري قدر بـ (0.423). كما أن أفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن المرافقة التي وفرتها الحاضنة أفادتهم في نجاحهم لإستحداث مؤسسة ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (3.00) وانحراف معياري قدر بـ (0.000).

كما أن الإتجاه العام لأفراد العينة كانوا موافقين بالكامل على أن قنوات الإتصال والمرافقة البيداغوجية التي تعتمد عليها إدارة الجامعة وحاضنة الأعمال ساهمت في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.767) وانحراف معياري قدر بـ (2.266).

5. عرض وتحليل ومناقشة الفرضيات

1.5. اختبار الفرضية الرئيسية: لدينا:

H_1 : يوجد ارتباط دال إحصائياً للاتصال المؤسساتي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

H_0 : لا يوجد ارتباط دال إحصائياً للاتصال المؤسساتي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

ومن أجل التحقق من هذه الفرضية نعتمد على اختبار بيرسون، حيث أن الفرضية البديلة (H_1) حيث معامل الارتباط بيرسون = 0 والفرضية الصفرية (H_0) حيث أن معامل الارتباط بيرسون يختلف معنوياً عن 0. من خلال الجدول التالي:

جدول (12): اختبار الفرضية الرئيسية من خلال معامل ارتباط بيرسون

Correlations			
		الاتصال_المؤسساتي	استقطاب_الطلبة
الاتصال_المؤسساتي	Pearson Correlation	1	.653**
	Sig. (2-tailed)		.008
	N	21	21
استقطاب_الطلبة	Pearson Correlation	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	
	N	21	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss 29

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) أن درجة الارتباط بين نفس المتعامل (الاتصال المؤسساتي) أو (استقطاب الطلبة لإستحداث مؤسسة ناشئة) هو 1، ونلاحظ أيضاً أن

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

معامل الارتباط بيرسون هو 0.65 وهي درجة ارتباط متوسطة إلى قوية قليلا بين الإتصال المؤسساتي واستقطاب الطلبة في استحداث مؤسسة ناشئة، ومن خلال مستوى الدلالة Sig=0.008 وهو أقل من مستوى الدلالة المفترض 0.01 وعلى هذا الأساس يتم رفض الفرضية الصفرية التي تنص على أن معامل الإرتباط يساوي 0 ويتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على أن معامل الارتباط يختلف معنويا عن الصفر، إضافة أن قيمة معامل الإرتباط موجبة وعلى هذا الأساس يتم قبول الفرضية المطروحة مسبقا وذلك أنه يوجد ارتباط دال إحصائيا للاتصال المؤسساتي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

2.5. اختبار الفرضيات الفرعية:

- الفرضية الفرعية الأولى: لدينا

H_1 : يوجد ارتباط دال إحصائيا للاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

H_0 : لا يوجد ارتباط دال إحصائيا للاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

جدول (13): نتائج تحليل اختبار بيرسون لبعد للاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

Correlations			
		الاتصال الكتابي	استقطا الطلبة
	Pearson Correlation	1	.588**
الاتصال_الكتابي	Sig. (2-tailed)		.000
	N	21	21
	Pearson Correlation	.588**	1
استقطاب_الطلبة	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	21	21

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss 29

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) أن معامل الارتباط بيرسون بين الاتصال الكتابي واستقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة هو 0.58 وهي قيمة متوسطة كما أنه معامل موجب، أيضا نلاحظ أن مستوى الدلالة تساوي 0.00 وهي أقل من الدلالة المفترضة ومنه فإننا نسقط الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة بأنه يوجد ارتباط دال إحصائيا للاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

- الفرضية الفرعية الثانية: لدينا

H_1 : يوجد ارتباط دال إحصائيا للاتصال الشفهي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

H_0 : لا ارتباط دال إحصائيا للاتصال الشفهي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

جدول (14): نتائج اختبار بيرسون ارتباط للاتصال الشفهي لاستقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

Correlations			
		الاتصال الشفهي	استقطاب
الاتصال_الشفهي	Pearson Correlation	1	.618**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	21	21
استقطاب_الطلبة	Pearson Correlation	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	21	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss 29

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) أن معامل الارتباط بيرسون بين الاتصال الشفهي واستقطاب الطلبة في استحداث مؤسسات ناشئة هو 0.61 وهي قيمة مرتفعة كما أنه معامل موجب، أيضا نلاحظ أن الدلالة تساوي 0.00 وهي أقل من الدلالة المفترضة ومنه فإننا

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

نسقط الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة بأنه يوجد ارتباط دال إحصائياً للاتصال الشفهي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

- الفرضية الفرعية الثالثة: لدينا

H_1 : يوجد ارتباط دال إحصائياً للوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

H_0 : لا يوجد ارتباط دال إحصائياً للوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

جدول (15): نتائج تحليل اختبار بيرسون لبعد الوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

Correlations			
		الوسائل التكنولوجية	استقطاب
	Pearson Correlation	1	.641**
الوسائل_تكنولوجية	Sig. (2-tailed)		.000
	N	21	21
	Pearson Correlation	.641**	1
استقطاب_الطلبة	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	21	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: بالإعتماد على مخرجات برنامج Spss 29

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) أن معامل الارتباط بيرسون بين الوسائل التكنولوجية واستقطاب الطلبة لاستحداث المؤسسات الناشئة هو 0.64 وهي قيمة عالية كما أنه معامل موجب، أيضاً نلاحظ أن الدلالة تساوي 0.00 وهي أقل من الدلالة المفترضة ومنه فإننا نسقط الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة بأنه يوجد ارتباط دال إحصائياً للوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

- تحليل وتفسير النتائج:

- تفسير نتائج البعد الأول: الإتصال الكتابي

من خلال الجدول السابق رقم (8) أظهر الإتجاه العام لأفراد العينة بأنهم موافقين على أن التقارير التي تنشرها حاضنة الأعمال ساهمت بشكل كبير في توجيههم نحو تأسيس مؤسسات ناشئة. وتفسر هذه النتيجة على أن الإتصال الذي تقدمه الحاضنة عبر التقارير يعد مصدرًا موثوقًا وموجهًا فعالًا لإستقطاب الطلبة في استحداث مؤسسات ناشئة. كما أن هذه التقارير والرسائل تتسم بالوضوح والبساطة، ليتضح لنا أن الاتصال الكتابي يعزز الفهم ويساعد في إزالة الغموض عن الإجراءات المطلوبة، مما يشجع الطلبة على المضي قدمًا في تأسيس مشاريعهم وإستحداث مؤسسات ناشئة. كما أن النتائج أظهرت الإتجاه العام لأفراد العينة حول أثر الإعلانات والمنشورات في جذب الطلبة وتحفيزهم لإستحداث مؤسسات ناشئة وتوفير دليل إرشادي يقدم الخطوات اللازمة لتأسيس مؤسسة ناشئة، فاستخدام وسائل الاتصال الدعائية المكتوبة فعالة في التأثير على القرار الانضمامي لأفراد العينة. لحاضنة الأعمال، كما أن الأدلة الإرشادية تُعتبر أداة تعليمية مهمة. كذلك، استجابة الحاضنة للاستفسارات المكتوبة حول مشاريع الإبتكار تعزز شعور الانتماء والدعم لدى الطلبة، مما يشجعهم على الاستمرار في مساهمهم الريادي. وهذا النوع من الاتصال يشير إلى اهتمام والمرافقة البيداغوجية العالية لحاضنة الأعمال بتلبية احتياجات الطلبة واستقطابهم لإستحداث مؤسسات ناشئة. ولهذا كان الإجماع على أن الاتصال الكتابي يسهم في استقطاب الطلبة لإستحداث مؤسسات ناشئة مما يعزز قيمة هذا النوع من الإتصال بمختلف أشكاله (تقارير، رسائل، إعلانات، أدلة إرشادية) كوسيلة أساسية للترويج نحو ريادة الأعمال وذلك مع المرافقة البيداغوجية لحاضنة الأعمال بالجامعة.

- تفسير نتائج البعد الثاني: الإتصال الشفهي

أظهرت النتائج المبينة في الجدول السابق رقم (9) الإتجاه العام لأفراد العينة فيما يخص دور الندوات في تحفيز وإستقطاب الطلبة لإستحداث المؤسسات الناشئة، فالنتائج عكست إجماعا تاما لأفراد العينة على أن الندوات مع أعضاء حاضنة الأعمال كانت محفزًا

رئيسياً لإستقطابهم، مما يمكن تفسير ذلك بأن الندوات تتيح فرصة شفوية لفهم إستحداث المؤسسات الناشئة وإجراءاتها بشكل عملي مع تعزيز الحماس والثقة لدى الطلبة. وأن للدورات التكوينية أثر كبير في تقديم الإرشاد والدعم. فالدورات التكوينية التي توفرها حاضنة الأعمال تلعب دوراً جوهرياً في تجهيز ومرافقة الطلبة بالمعرفة العملية. كما أظهرت النتائج الاتجاه العام لأفراد العينة على أن ورش الأعمال التي تقدمها حاضنة الأعمال واللقاءات المباشرة لها فعالية كبيرة في مرافقة الطلبة واستعابهم للمعلومات اللازمة وتقديم استشارات مخصصة لتجنب الأخطاء عند إستحداث مؤسسات ناشئة، ويفسر ذلك على أهمية الإتصال الشفهي بأية صفة كان من خلال الندوات أو ورش الأعمال على دوره في استقطاب الطلبة وتشجيعهم على إستحداث مؤسسات ناشئة، خاصة أنه يتيح التفاعل المباشر الذي يعزز من المرافقة وفهم الأفكار وتوضيح الاستفسارات.

- تفسير نتائج البعد الثالث: الوسائل التكنولوجية

تشير النتائج الموضحة في الجدول السابق رقم (10) إلى الإتجاه العام لأفراد العينة حول الوسائل التكنولوجية، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات التعليمية، والتي لعبت دوراً جوهرياً في استقطاب الطلبة وتحفيزهم على استحداث مؤسسات ناشئة، حيث أظهر أفراد العينة إجماعاً تاماً على ذلك. كما بيّنت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت بشكل كبير في تسهيل استقطاب الطلبة الموهوبين من مختلف التخصصات بهدف استحداث مؤسسات ناشئة، مما يشير إلى دورها الفعال في استقطاب الطلبة لحاضنة الأعمال. كذلك، كان للبريد الإلكتروني والموقع الجامعي دور فعال، حيث ساعدا في تعزيز التواصل مع أعضاء حاضنة الأعمال لإرشاد الطلبة في تأسيس مشاريعهم الناشئة، ونفسر ذلك إلى أهمية استخدام الوسائل التكنولوجية في عصر التطور والرقمنة.

- تفسير نتائج المحور الثاني:

تشير النتائج الظاهرة مسبقاً إلى أن العملية الاتصالية التي تنتهجها الجامعة وحاضنة الأعمال كانت عاملاً أساسياً في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة، حيث أبدى أفراد العينة إجماعاً كاملاً على هذا الدور، مما يدل على فعالية هذا التواصل في تحقيق

أهدافه. فقد أكدت الندوات واللقاءات التي نظمتها الحاضنة دورها في استقطاب الطلبة. إضافةً إلى ذلك، كان هناك إجماع على أن الجامعة وحاضنة الأعمال قدمت دعمًا كافيًا لاستحداث المؤسسات الناشئة. وفي سياق الإرشاد القانوني، أظهرت النتائج أن ندوات الحاضنة كانت فعالة للغاية في تعريف الطلبة بالإجراءات القانونية، مما يعكس كفاءة التنظيم والتقديم والمرافقة من قبل حاضنة الأعمال في هذا الجانب. أما من حيث الحصول على المعلومات والإجابة عن الاستفسارات، فقد حظيت قنوات التواصل مع مسؤولي الحاضنة بإشادة عالية، مما يعزز الثقة في فعالية هذه القنوات. وعلى صعيد الاتصال الشخصي والمباشر مع مرشدي الحاضنة، أظهرت النتائج دورًا إيجابيًا، وهو ما يعكس أهمية الإتصال الشخصي في جذب الطلبة وتقديم الإرشاد اللازم. كما حظيت قنوات الاتصال المفتوحة بين الطلبة والحاضنة بتقييم مماثل، مما يدل على دورها الجوهري في تلبية احتياجات المستفيدين. أما المرافقة التي وفرتها الحاضنة، فقد حصلت على تقييم عالٍ جدًا مما يؤكد فعاليتها في دعم الطلبة لإنجاح مشاريعهم الناشئة.

بشكل عام، أظهرت النتائج أن قنوات الاتصال والمرافقة البيداغوجية التي تعتمدها الجامعة وحاضنة الأعمال كان لها أثر كبير في استقطاب الطلبة وتوفير الدعم اللازم لاستحداث مؤسسات ناشئة، مما يبرز أهمية تعزيز هذه القنوات واستمراريتها لتحقيق المزيد من النجاح في البيئة الريادية الجامعية.

- تفسير نتائج اختبار الفرضيات:

تشير النتائج المستخلصة من الجدول رقم (12) إلى وجود علاقة ارتباط واضحة ذات دلالة إحصائية بين الاتصال المؤسسي واستقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة، مما يعكس التأثير الملموس للاتصال المؤسسي في عملية استقطاب الطلبة. وهنا تبرز أهمية الاتصال المؤسسي كأداة فعالة في جذب الطلبة وتحفيزهم على الانخراط في المجال الريادي.

- الفرضية الفرعية 1:

تشير النتائج المستخلصة من الجدول رقم (13) إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية متوسطة بين الاتصال الكتابي واستقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة، وهو ما يدل على تأثير ملحوظ للاتصال الكتابي في جذب الطلبة نحو زيادة الأعمال واستحداث مؤسسات ناشئة. يعكس هذا المعامل الإيجابي وجود علاقة طردية، بمعنى أن تحسين جودة الاتصال الكتابي أو زيادته يؤدي إلى زيادة استقطاب الطلبة نحو إنشاء مؤسسات ناشئة.

هذه النتائج تسلط الضوء على أهمية الاتصال الكتابي، مثل الرسائل، النشرات الإرشادية، والدلائل المكتوبة، كأدوات فعالة لنقل المعلومات وتوضيح الإجراءات اللازمة للطلبة المهتمين باستحداث مؤسسات ناشئة.

الفرضية الفرعية 2:

تشير النتائج المستخلصة من الجدول رقم (14) إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية نسبياً بين الاتصال الشفهي واستقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة، تظهر هذه القيمة أن الاتصال الشفهي يلعب دوراً فعالاً ومؤثراً في جذب الطلبة وتحفيزهم نحو الدخول في مجال زيادة الأعمال واستحداث مؤسسات ناشئة، مما يعكس أهمية الاتصال المباشر كوسيلة فعالة لتوصيل المعلومات والإقناع.

هذه النتائج تبرز أهمية الاتصال الشفهي كأداة أساسية في العملية الاتصالية، مثل المحادثات المباشرة، الاجتماعات، الندوات، وورش العمل. وذلك أن الاتصال الشفهي يتميز بقدرته على تقديم المعلومات بشكل فوري، توضيح الاستفسارات، وتعزيز التفاعل الشخصي، مما يساعد الطلبة على بناء ثقة أكبر في خطواتهم الأولى نحو استحداث مشاريعهم الناشئة.

الفرضية الفرعية 3:

تشير النتائج المستخلصة من الجدول رقم (15) إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين استخدام الوسائل التكنولوجية واستقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة، وتظهر هذه القيمة أن الوسائل التكنولوجية تعد أداة فعالة ومؤثرة في استقطاب الطلبة نحو تأسيس

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

مشاريعهم ومؤسساتهم الخاصة. بمعنى أن زيادة استخدام الوسائل التكنولوجية وتحسينها ينعكس بشكل مباشر على ارتفاع معدلات استقطاب الطلبة.

- نتائج المقابلة:

س1: ما هو عدد المشاريع المسجلة على أساس (مؤسسات ناشئة) حسب الكليات بجامعة غرداية للسنة الحالية 2024؟

ج1: إحصاء لمؤسسات الناشئة 2023 / 2024

الجدول رقم (16): يمثل إحصاء لمؤسسات الناشئة بجامعة غرداية سنة 2023 / 2024

العدد	التعيين
130	المؤسسات الناشئة وبراءة الاختراع
6	المؤسسات المصغرة
12	فكرة تحتاج توضيح
148	العدد الكلي للمشاريع

الجدول رقم (17): يمثل التكوينات المبرمجة

الرقم	عنوان التكوين	التاريخ	ملاحظات
	Idiation	فيفري 2024	
	Design thinking	فيفري 2024	
	Formation spécifiques (IT....etc)	فيفري 2024	
	Gestion de l'entreprise	مارس 2024	
	Finance de l'entreprise	مارس 2024	
	Formes des entreprises et coté juridique	مارس 2024	

	أفريل 2024	Marketing digital	
	أفريل 2024	Prototyping	
	ماي 2024	BMC	
	ماي 2024	Inscription dans la plateforme Start up.dz + modalités de l'obtention du label	

س2: فيما يتمثل عمل حاضنة الأعمال؟

ج2: تجدر الإشارة إلى أنه يمكن الاستعانة بمدرّبين من جامعات أخرى.

- هناك زيارة لرئيس وأعضاء اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الأعمال لتنشيط يوم تحسيبي لفائدة الطلبة للانخراط في القرار 1275 بالإضافة إلى ورشة عمل لفائدة الطلبة حاملي المشاريع والأساتذة المشرفين عليهم.

- فيما يخص استغلال المخبر الجهوي للنمذجة (طلبنا توضيحا بشأن الجهة المسؤولة على تسييره) وفي انتظار تجهيز مخبر النمذجة الخاص بالحاضنة للبدء في استغلاله مع حلول شهر أفريل المقبل (بحكم مرحلة إنجاز المشاريع)

- طلبنا توصيل الحاضنة بشبكة الألياف البصرية لأننا ولحد الآن غير موصولين بالإنترنت.

6. النتائج العامة للدراسة

بعد تحليل وتفسير البيانات المجمعة من طرف أفراد العينة توصلنا إلى مجموعة من النتائج العامة المتمثلة في النقاط التالية:

- أن للإتصال المؤسسي دور في استقطاب الطلبة حاملي المشاريع في استحداث مؤسسات ناشئة.
- أن للإتصال الكتابي دور في استقطاب الطلبة حاملي المشاريع في استحداث مؤسسات ناشئة، وذلك من خلال العمليات الكتابية التي كانت تقوم بها إدارة الجامعة وحاضنة العمال منها التقارير، الرسائل، المنشورات، والإستجابة لاستفسارات الطلبة.
- أن للإتصال الشفهي دور في استقطاب الطلبة حاملي المشاريع في استحداث مؤسسات ناشئة، وذلك من خلال الندوات، والدورات التكوينية، وورش الأعمال التي تبنتها حاضنة الأعمال، مما يظهر إلى أهمية التفاعل المباشر.
- أن للوسائل التكنولوجية دور في استقطاب الطلبة حاملي المشاريع في استحداث مؤسسات ناشئة، كالاتماد على المواقع الإلكترونية، وهذا ما يظهر أهمية تبني التكنولوجيا واستخدامها في المجال الريادي.
- أظهرت نتائج المقابلة أن حاضنة العمال بغرداية تعمل على متابعة الأعمال والإبتكارات والإشراف عليها حتى بالإستعانة بمدربين من جامعات أخرى، وتنظيم تنسيقات وورش الأعمال لاستقطاب الطلبة لإستحداث مؤسسات ناشئة.

خاتمة

خاتمة

ختاما لدراستنا توصلنا إلى أن الإتصال يساهم في استقطاب الطلبة لإستحداث المؤسسات الناشئة من خلال إعتماة على أهم الوسائل والقنوات كتابية أو شفوية أو تكنولوجية ومنه يمكننا القول بأن:

- الفرضية الرئيسية التي تقول بأن للاتصال المؤسسي دور في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة مقبولة.
- وأن الفرضية الفرعية 1 التي تقول بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة مقبولة.
- وأن الفرضية الفرعية 2 التي تقول بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للاتصال الشفهي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة مقبولة.
- وأن الفرضية الفرعية 3 التي تقول بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة مقبولة.

وبعد التوصل إلى هذه النتائج، نوصي إلى ضرورة اعتماد استراتيجيات اتصال رقمي مبتكرة لجذب الطلاب المهتمين بتأسيس مشاريع ناشئة، وتنظيم ورش عمل وبرامج تدريبية تهدف إلى تطوير مهارات الطلاب في مجالات ريادة الأعمال والابتكار، ويجب على حاضنات الأعمال توسيع شبكة الشركاء مع الجامعات والمؤسسات الأخرى. وينبغي على حاضنات الأعمال نشر قصص نجاح حاملي المشاريع السابقين الذين استفادوا من دعم الحاضنة لتحفيز الطلاب على الانضمام إلى الحاضنة واستحداث مؤسسات ناشئة.

ومن المواضيع المقترحة لاستكمال ما توصلنا إليه في هذه الدراسة:

- أثر استراتيجيات الاتصال المؤسسي في تحفيز الابتكار وريادة الأعمال لدى الطلبة.
- دور برامج التوجيه والإرشاد في استحداث مؤسسات ناشئة لدى الطلاب داخل حاضنات الأعمال: دراسة ميدانية على مستوى حاضنة الأعمال.
- التواصل الفعال بين الجامعة وحاضنات الأعمال كآلية لتحفيز الطلبة على ابتكار المشاريع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. احمد عرفة، سمية شلبي، فعاليات التنظيم وتوجيه السلوك الإنساني، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2000.
2. أحمد ماهر، السلوك التنظيمي مدخل بناء المهارات، الطبعة 6، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1997.
3. أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
4. اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
5. برنت روبن، الاتصال والسلوك الإنساني، تر: نخبة من أعضاء معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 1991.
6. عبد الرحمان سيد سليمان، مناهج البحث، عالم الكتب، جامعة عين الشمس، مصر، 2014.
7. عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع الأردن عمان، 2009.
8. علي بن أحمد الصبيحي وآخرون، دليل إجراء البحوث والإجراءات المسحية، إعداد مركز البحوث، المملكة العربية السعودية، 2004.
9. فضيل دليو، اتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
10. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، (د.س)، القاهرة.
11. مصطفى محمود أبو بكر، عبد الله بن عبد الرحمان البريدي، الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلو العلاقات في الحياة والأعمال الدار الجامعية، الرياض، 2008.
12. وسام فاضل راضي مهند حميد التميمي، الاتصال ووسائله الشخصية والجماهيرية والتفاعلية، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، لبنان، 2017.
13. يس عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986.

الرسائل الجامعية

أطروحات الدكتوراه:

1. حكيم زايدي، حاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات الناشئة start-up - دراسة حالة، أطروحة نيل شهادة دكتوراه مقاولاتية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمد لخضر، الوادي، 2023.

قائمة المراجع

2. كمال فار، الاتصال المؤسساتي والخدمة العمومية في الإدارة المحلية الجزائرية -دراسة حالة ولاية وبلدية برج بوعرييج-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2018.

رسائل ماجستير:

1. سليمان بن دخيل الله بن صالح المطرفي، معوقات الاتصال الإداري وأثرها على مستوى ضغوط العمل على ضباط قوات الأمن الخاصة، رسالة ماجستير في العلوم الشرطية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمني، 2001.
2. مارس هناء، أثر الاتصال التنظيمي على دافعية الانجاز لدى العمال من خلال آراء الإطارات ومنفذة - دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع جيجل، رسالة ماجستير في علم النفس العملي والسلوك التنظيمي، قسنطينة، 2008.

رسائل ماستر:

1. بعلة كوثر، داودي مريم، دور حاضنات الأعمال في مرافقة المؤسسات الناشئة -دراسة حالة حاضنات الأعمال جامعة غرداية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في اقتصاد وتسيير مؤسسات، جامعة غرداية، الجزائر، 2023.
2. حرمة محمد، خميرة عبده، إدارة المؤسسات الناشئة في الجزائر اهداف وتحديات دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة - CNAC - وكالة أدرار، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة الاعمال، جامعة أحمد دراية- أدرار، الجزائر. 2022.
3. حميدود نسيم، شعابنية يمينة، دور التسويق الالكتروني في تحسين الأداء التسويقي للمؤسسات الناشئة دراسة عينة من المؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص مقاولاتية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2022.
4. زايدي عبد الكريم، زيوش أسامة، المؤسسات الناشئة في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق قانون الأعمال، جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج-، الجزائر، 2023.
5. زيغم عبد الجليل، دور حاضنات الأعمال في مرافقة المشاريع المقاولاتية -دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في المقاولاتية، جامعة قالمة، الجزائر، 2023.
6. مهداوي إيمان، سردوك سعاد، دور الاتصال المؤسساتي في تعزيز صورة المؤسسة لدى الجمهور الخارجي -دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع قالمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال، جامعة قالمة، الجزائر، 2023.

1. أمينة عثمانية، منال بلعابد، المؤسسات الناشئة في الجزائر بين جهود التنظيم وهياكل الدعم، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2021.
2. بسويح منى، ميموني ياسين، بوقطاية سفيان، واقع وافاق المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد3، الجزائر، 2021.
3. بلالطة مبارك، حاضنات الأعمال في الجزائر، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 10، العدد2، الجزائر، 2006.
4. بللعماء أسماء، كروش نور الدين، حاضنات الاعمال كدعامة لمرافقة المؤسسات الناشئة بالجزائر - دراسة حالة حاضنة أعمال جامعة المسيلة-، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد3، الجزائر، 2021.
5. در محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والتنفسية، العدد 9، مصر، 2017.
6. رمضان مروي، بوقرة كريمة، تحديات المؤسسات الناشئة في الجزائر- (نماذج لشركات ناشئة ناجحة عربيا)، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 07، العدد 03، 2020، 31 جانفي 2021.
7. الشريف ربحان، ريم بونواله، حاضنات الأعمال كآلية لمرافقة المؤسسات الصغيرة -نموذج مقترح في مجال تكنولوجيا الأعمال-، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر، د.س.
8. طلحة إلياس، نظام المعاينة في البحوث الاجتماعية والإعلامية، المجلة الجزائرية، الجزائر، 2017.
9. عبد الحكيم ببيصار، دور حاضنات الأعمال الجامعية في مرافقة المشاريع الابتكارية وإنشاء المؤسسات الناشئة -دراسة حالة حاضنة أعمال جامعة المسيلة-، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 6، العدد2، الجزائر، 2022، ص384.
10. كمال بايزيد، أهمية ومعوقات المؤسسات الناشئة قراءة في تقرير الشركات الناشئة المعاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالأردن، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2022.
11. لويذة بوشعير، فاتح مرزوق، دور المرافقة المقاولاتية في بناء القدرات التنافسية لحاملي المشاريع بالحاضنة التكنولوجية بسيدي عبد الله، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 8، العدد 2، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريبيج، الجزائر، 2020.

قائمة المراجع

12. محمد مداحي محمد هاني، فعالية المرافقة المقاولاتية في انشاء المؤسسات الصغيرة وتطوير استثمار السياحي المحلي في الجزائر، المجلة العربية لعلوم السياحة والضيافة والاثار المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، المجلد 3، العدد 4، مصر.
13. مخانشة أمينة، المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة صوت القانون، المجلد 8، العدد 1، الجزائر، 2021.
14. نصيرة ملال، الاتصال الداخلي في المؤسسة، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 4، العدد 1، الجزائر، 2015.

الملتقيات:

1. حويدق عثمان، سلخ محمد لمين، مفهوم المؤسسات الناشئة وحاضرات الأعمال، الملتقى الوطني الثاني عشر حول المؤسسات الناشئة وحاضرات الأعمال، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 15 فيفري 2021.
2. دباح محمد رضا، باشا نجاة، هياكل المرافقة ودعم المؤسسات الناشئة في الجامعة الجزائرية حاضرات الأعمال الجامعية ومركز تطوير المقاولاتية نموذجا، ملتقى وطني بعنوان مستقبل المؤسسات الناشئة الرياضية في الجامعة الجزائرية، جامعة بسكرة، الجزائر، يومي 12 و 13 ديسمبر 2023.
3. عابدي لدمية، مهية زينب، دور الاتصال في ضمان الجودة الشاملة بمؤسسات التعليم العالي أيام 15 و 16 أفريل 2019، مداخلة بعنوان دور الاتصال المؤسسي في تحقيق جودة الرقابة بالجامعة، جامعة تبسة، الجزائر، 2019.

محاضرات:

1. دحدوح منية، محاضرات في مادة الاتصال في المؤسسة، محاضرات موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس علوم التسيير، جامعة قالم، الجزائر، 2016.

موقع إلكتروني:

1. الموقع الرسمي لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي: <https://www.mesrs.dz/>

قائمة الملاحق

الملحق رقم 01: الاستبيان المعتمد في الدراسة



جامعة غرداية



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان مذكرة شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال بعنوان:

دور الاتصال المؤسسي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة

دراسة حالة لحاملي مشاريع حاضنات الأعمال بجامعة غرداية-

يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان في إطار استكمال شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال للسنة الجامعية 2023-2024، راجين منكم التجاوب مع هذه الأسئلة بكل شفافية علما بأن هذه المعلومات المعبئة من طرفكم ستعامل بسرية تامة وتستخدم لأغراض البحث العملي فقط.

تحت إشراف: د. مهيري دلييلة

من إعداد الطالب: كريمي توفيق

الجزء الأول: البيانات الشخصية

نرجو منكم وضع علامة (X) أمام العبارة الصحيحة.

الجنس: ذكر أنثى

السن: من 22 إلى 25 سنة من 26 إلى 30 سنة أكثر من 30 سنة

المستوى التعليمي: الليسانس ماستر دكتوراه

الجزء الثاني: متغيرات الدراسة

المحور الأول: الاتصال المؤسسي

رقم	العبارة	موافق بالكامل	محايد	غير موافق أبدا
الاتصال الكتابي				
1	ساعدتني التقارير التي تنشرها حاضنة الأعمال كانت في توجيهي نحو تأسيس مؤسسة ناشئة.			
2	تتميز الرسائل التي ألقاها من حاضنة الأعمال بالوضوح فيما يتعلق بتأسيس مؤسسة ناشئة.			
3	ساهمت الإعلانات والمنشورات بشكل كبير في اتخاذ قرار لانضمامي إلى حاضنة الأعمال.			
4	ساعدني جدا توفير دليل إرشادي حول الخطوات اللازمة لتأسيس مؤسسة ناشئة.			
5	استجابت حاضنة الأعمال للاستفسارات المكتوبة التي تقدمت بها فيما يتعلق بفكرة منشورك.			
الاتصال الشفهي				
6	ساهمت الندوات مع أعضاء حاضنة الأعمال في تحفيزي لتأسيس مؤسسة ناشئة.			
7	ساهمت الدورات التكوينية التي أجريتها مع المرشدين والمستشارين في حاضنة الأعمال في تقديم التوجيه والدعم لمشروعي الناشئ.			
8	ساعدتني ورش الأعمال في استيعاب المعلومات بشكل أفضل لإنشاء مؤسسة ناشئة.			
9	ساعدتني اللقاءات مع أعضاء حاضنة الأعمال في تجنب الأخطاء عند بدايتي في تأسيس مؤسسة ناشئة.			
الوسائل التكنولوجية				
10	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات التعليمية في استقطابي في استحداث مؤسسة ناشئة.			

			سهلت مواقع التواصل الاجتماعي جمع الطلبة المهويين من مختلف التخصصات واستحداث مؤسسات ناشئة.	11
			ساهم البريد الالكتروني والموقع الجامعي في تواصل مع أعضاء حاضنة الأعمال لإرشادي في تأسيس مؤسسة ناشئة.	12

المحور الثاني: استقطاب الطلبة لاستحداث المؤسسات الناشئة

رقم	العبارة	موافق بالكامل	محايد	غير موافق أبدا
17	ساهمت العملية الاتصالية للجامعة وحاضنة الأعمال في استقطابي لإستحداث مؤسسة ناشئة.			
18	ساهمت الندوات واللقاءات التي نظمتها حاضنة الأعمال في استقطابي على إستحداث مؤسسة ناشئة.			
19	قدمت الجامعة وحاضنة الأعمال الدعم الكافي لي من أجل استحداث مؤسسة ناشئة.			
21	ساهمت ندوات حاضنة الأعمال بتعريفي على الإجراءات القانونية لإستحداث مؤسسة ناشئة.			
22	تواصلت مع المسؤولين في الحاضنة للحصول على المعلومات والاستفسارات لاستحداث مؤسسة ناشئة كان فعالا.			
23	اعتبر المعلومات التي تقدمتها الحاضنة من خلال وسائل الاتصال واضحة ومفصلة بما يكفي لإستقطابي لاستحداث مؤسسة ناشئة.			
24	أثار الاتصال الشخصي المباشر مع مرشدي الحاضنة على استقطابي لإستحداث مؤسسة ناشئة.			
25	أعتقد أن قنوات الاتصال المفتوحة بيني وبين الحاضنة كافية لتلبية احتياجاتي وتقديم التوجيه اللازم.			
26	أفادتي المرافقة التي وفرتها الحاضنة في نجاحي لإستحداث مؤسسة ناشئة.			

اختبار ألفا كرونباخ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	21

يوضح الاتساق الداخلي للمتغيرات الدراسة

مستوى الدلالة	ثبات الإسنيين	الفقرات	المتغيرات
0.000	0.936	05	الإتصال الكتابي
0.000	0.987	04	الإتصال الشفهي
0.000	0.987	03	الوسائل التكنولوجية
0.000	0.936	09	استقطاب الطلبة لاستحداث المؤسسات الناشئة
0.000	0.911	21	المجموع الكلي لمعامل الثبات

توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

	Frequency	Percent
ذكر	10	47.62
Valid أنثى	11	52.38
Total	21	100.0

توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

	Frequency	Percent
من 22 إلى 25 سنة	10	47.62
Valid من 26 إلى 30 سنة	7	33.33
أكثر من 30 سنة	4	19.05
Total	21	100.0

توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

	Frequency	Percent
الليسانس	5	23.81
Valid ماجستير	12	57.14
دكتوراه	4	19.05
Total	21	100.0

اختبار الفرضية الرئيسية من خلال معامل ارتباط بيرسون

Correlations

		الاتصال_المؤسسي	استقطاب_الطلبة
الاتصال_المؤسسي	Pearson Correlation	1	.653**
	Sig. (2-tailed)		.008
	N	21	21
استقطاب_الطلبة	Pearson Correlation	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	
	N	21	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

نتائج تحليل اختبار بيرسون لبعء للاتصال الكتابي في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

Correlations

		الاتصال_الكتابي	استقطاب_الطلبة
الاتصال_الكتابي	Pearson Correlation	1	.588**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	21	21
استقطاب_الطلبة	Pearson Correlation	.588**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	21	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

نتائج اختبار بيرسون ارتباط للاتصال الشفهي لاستقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

Correlations

		الاتصال_الشفهي	استقطاب
الاتصال_الشفهي	Pearson Correlation	1	.618**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	21	21
استقطاب_الطلبة	Pearson Correlation	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	21	21

نتائج تحليل اختبار بيرسون لبعء الوسائل التكنولوجية في استقطاب الطلبة لاستحداث مؤسسات ناشئة.

Correlations

		الوسائل_التكنولوجية	استقطاب
الوسائل_تكنولوجية	Pearson Correlation	1	.641**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	21	21
استقطاب_الطلبة	Pearson Correlation	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	21	21

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<p>3 صفر عام 1442 هـ 21 سبتمبر سنة 2020 م</p>	<p>الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 58 10</p>
<p>يرسم ما يأتي :</p> <p>الفصل الأول أحكام عامة</p> <p>المادة الأولى : يهدف هذا المرسوم إلى إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال"، تدعى في صلب النص "اللجنة الوطنية"، وتمديد مهامها وتشكيلتها وسيرها.</p>	<p>مرسوم تنفيذي رقم 20-254 مؤرخ في 27 محرم عام 1442 الموافق 15 سبتمبر سنة 2020، يتضمن إنشاء لجنة وطنية لمنح علامة "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"حاضنة أعمال"، وتحديد مهامها وتشكيلتها وسيرها.</p>
<p>تنشأ اللجنة الوطنية لدى الوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة.</p> <p>يحدد مقر اللجنة الوطنية في مدينة الجزائر.</p>	<p>إن الوزير الأول،</p> <p>- بناء على تقرير الوزير المنتدب لدى الوزير الأول المكلف بالتنسيق والمعرفة والمؤسسات الناشئة،</p> <p>- وبناء على الاستور، لا سيما المادتان 4-99 و 143 (المفردة 2) منه،</p>
<p>الفصل الثاني المهام والاختصاصات</p> <p>المادة 2 : تتولى اللجنة الوطنية المهام الآتية :</p> <ul style="list-style-type: none"> - منح علامة "مؤسسة ناشئة"، - منح علامة "مشروع مبتكر"، - منح علامة "حاضنة أعمال"، - المساهمة في تشخيص المشاريع المبتكرة وترقيتها، - المشاركة في ترقية النظم البيئية للمؤسسات الناشئة. 	<p>- وبمقتضى الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم،</p> <p>- وبمقتضى القانون رقم 90-11 المؤرخ في 26 رمضان عام 1410 الموافق 21 أبريل سنة 1990 والمتعلق بعلاقات العمل، المعدل والمتمم،</p> <p>- وبمقتضى الأمر رقم 95-20 المؤرخ في 19 صفر عام 1416 الموافق 17 يوليو سنة 1995 والمتعلق بمجلس المحلية، المعدل والمتمم،</p>
<p>الفصل الثالث تشكيل اللجنة الوطنية وسيرها</p>	<p>- وبمقتضى القانون رقم 06-11 المؤرخ في 28 جمادى الأولى عام 1427 الموافق 24 يونيو سنة 2006 والمتعلق بشركة الرأسمال الاستثماري، المعدل والمتمم،</p>
<p>المادة 3: يرأس اللجنة الوطنية الوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة أو ممثله.</p> <p>وتتشكل من الأعضاء الآتي ذكرهم :</p>	<p>- وبمقتضى القانون رقم 07-11 المؤرخ في 15 ذي القعدة عام 1428 الموافق 25 نوفمبر سنة 2007 والمتضمن النظام المحاسبي المالي، المعدل،</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ممثل عن الوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة، - ممثل عن وزير المالية، - ممثل عن الوزير المكلف بالتعليم العالي والبحث العلمي، - ممثل عن الوزير المكلف بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 	<p>- وبمقتضى القانون رقم 20-107 المؤرخ في 12 شوال عام 1441 الموافق 4 يونيو سنة 2020 والمتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2020،</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ممثل عن الوزير المكلف بالصناعة، - ممثل عن الوزير المكلف بالفلاحة، - ممثل عن الوزير المكلف بالصيد البحري والمنتجات الصيدية، 	<p>- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 19-370 المؤرخ في أول جمادى الأولى عام 1441 الموافق 28 ديسمبر سنة 2019 والمتضمن تعيين الوزير الأول،</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ممثل عن الوزير المكلف بالرقمنة، - ممثل عن الوزير المكلف بالانتقال الطاقوي والطاقات المتجددة. 	<p>- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 20-163 المؤرخ في أول ذي القعدة عام 1441 الموافق 23 يونيو سنة 2020 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة، المعدل والمتمم،</p>
<p>يعين أعضاء اللجنة الوطنية بموجب قرار من الوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة، بناء على اقتراح من الوزراء الذين يتبعونهم، لمدة ثلاث (3) سنوات قابلة للتجديد ولا يمكن استخلافهم في حالة غيابهم.</p>	<p>- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-205 المؤرخ في 20 شوال عام 1437 الموافق 25 يوليو سنة 2016 والمتعلق بكييفيات إنشاء وتسيير وممارسة نشاط شركة تسيير صنابير الاستثمار،</p>

المادة 4 : يجب أن يتمتع ممثل كل وزير بتجربة مهنية كافية في قطاعات الابتكار أو التكنولوجيات الجديدة.

المادة 5 : يمكن للجنة الوطنية، في إطار نشاطها، أن تستعين بكل شخص أو هيئة يمكن أن يساعدها في أشغالها.

المادة 6 : تجتمع اللجنة الوطنية مرتين (2)، على الأقل، في الشهر.

كما يمكن أن تجتمع في دورة غير عادية بناء على استدعاء من رئيسها.
بعد رئيس اللجنة الوطنية جدول الأعمال، ويحدد تاريخ الاجتماع.

المادة 7 : تصادق اللجنة الوطنية على نظامها الداخلي خلال اجتماعها الأول.

المادة 8 : تتداول اللجنة الوطنية على الموضوع، فيما يأتي :

- منح علامة "مؤسسة ناشئة" للمؤسسات الحديثة المبتكرة،
- منح علامة "مشروع مبتكر" لأصحاب المشاريع المبتكرة الذين لم ينشؤوا مؤسسة بعد،
- منح علامة "مخاضة أعمال"،
- دراسة الطلبات المودعة بعد رفض منح "مؤسسة ناشئة" و"مشروع مبتكر" و"مخاضة أعمال".

المادة 9 : لا تصح مداوات اللجنة الوطنية إلا بحضور نصف أعضائها، على الأقل.

وفي حالة عدم اكتمال النصاب، تجتمع اللجنة بعد استدعاء ثانٍ في ظرف ثمانية (8) أيام، وتتداول، حينئذ، مهما يكن عدد الأعضاء الحاضرين.

تتخذ قرارات اللجنة الوطنية بالأغلبية البسيطة لأصوات الأعضاء الحاضرين، وفي حالة تساوي عدد الأصوات، يكون صوت الرئيس مرجحا.

المادة 10 : تدون مداوات اللجنة الوطنية في محاضر تحرز في سجل برقمه ويؤشر عليه الرئيس.

تتولى أشغال أمانة اللجنة الوطنية، المهام التي تتبعها للوزير المكلف بالمؤسسات الناشئة.

الفصل الرابع

شروط منح علامة "مؤسسة ناشئة"

المادة 11 : تعتبر "مؤسسة ناشئة"، كل مؤسسة خاضعة للقانون الجزائري، وتحترم المعايير الآتية :

1 - يجب ألا يتجاوز عمر المؤسسة شماتي (8) سنوات،

2- يجب أن يعتمد نموذج أعمال المؤسسة على منتجات أو خدمات أو نموذج أعمال أو أي فكرة مبتكرة،

3- يجب ألا يتجاوز رقم الأعمال السنوي المبلغ الذي تحدده اللجنة الوطنية،

4- أن يكون رأسمال الشركة مدفوعا بنسبة 50%، على الأقل، من قبل أشخاص طبيعيين أو متناهيين استثمار معتمدة أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة "مؤسسة ناشئة"،

5 - يجب أن تكون إمكانيات نمو المؤسسة كبيرة بما فيه الكفاية،

6- يجب ألا يتجاوز عدد العمال 250 عامل.

المادة 12 : يتعين على المؤسسة الرامية في الحصول على علامة "مؤسسة ناشئة"، تقديم طلب عبر البوابة الإلكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة، مرفقا بالوثائق الآتية :

- نسخة من السجل التجاري وبطاقة التعريف الجبائي والإحصائي،
- نسخة من القانون الأساسي للشركة،
- شهادة الانخراط في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية (CNAS) مرفقة بقائمة اسمية للأجراء،
- شهادة الانخراط في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء، (CASNOS)،
- نسخة من الكشوف المالية للسنة الجارية،
- مخطط أعمال المؤسسة مفصلا،
- الموهلات العلمية والتقنية والخبرة المستخدم في المؤسسة،
- وعند الاقتضاء، كل وثيقة ملكية فكرية وأي جائزة أو مكافأة متحصل عليها.

المادة 13 : يتم الرد على كل طلب للحصول على علامة "مؤسسة ناشئة" في أجل أقصاه ثلاثون (30) يوما ابتداء من تاريخ إيداع الطلب.

كل تأخر في تقديم جزء من الوثائق المطلوبة يوقف هذا الأجل.

وعلى صاحب الطلب تقديم الوثائق التالفة في أجل خمسة عشر (15) يوما، ابتداء من تاريخ إخطاره من طرف اللجنة الوطنية، تحت طائلة رفض طلبه.

المادة 14 : تمنح علامة "مؤسسة ناشئة" للمؤسسة لمدة أربع (4) سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة (1)، حسب الأشكال نفسها.

وفي حالة رفض طلب ما، فإنه يتعين على اللجنة الوطنية تبرير قرار الرفض، وإخطار صاحب الطلب بذلك إلكترونيا.

الفصل السادس

شروط منح علامة "حاضنة أعمال"

المادة 21: يكون مؤهلا للحصول على علامة "حاضنة أعمال"، كل هيكل تابع للقطاع العام أو القطاع الخاص أو بالشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص، يقترح وبما للمؤسسات الناشئة وحاملي المشاريع المبتكرة فيما يخص الإيواء والتكوين وتقديم الاستشارة والتمويل.

المادة 22: تقدم طلبات الحصول على علامة "حاضنة أعمال" لدى اللجنة الوطنية عبر البوابة الإلكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة، مرفقة بالوثائق الآتية :

- مخطط تهيئة مفصل لحاضنة الأعمال،
- قائمة المبررات التي تضعها تحت تصرف المؤسسات الناشئة التي يتم امتحانها،
- تقديم مختلف الخدمات التي توفرها حاضنة الأعمال للمؤسسات الناشئة،
- تقديم مختلف برامج التكوين والتأطير التي تلتزمها حاضنة الأعمال،
- السيرة الذاتية لمستخدمي حاضنة الأعمال والمكونين والموظفين،
- قائمة المؤسسات الناشئة التي تم امتحانها، إن وجدت.

المادة 23: زيادة على الوثائق المذكورة في المادة 22 أعلاه، يتعين على حاضنات الأعمال التابعة للقطاع الخاص، تقديم الوثائق الآتية :

- نسخة من السجل التجاري وبطاقة التعريف الجبائي والإحصائي،
- نسخة من القانون الأساسي للشركة،
- شهادة الانضباط في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية (CNAS) مرفقة بقائمة اسمية للأجراء،
- شهادة الانضباط في الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء (CASNOS)،
- نسخة من الكشوف المالية للسنة الجارية.

المادة 24: يتعين على الرافعين في الحصول على علامة "حاضنة أعمال" أن يكون لديهم مستخدمون نورو مؤهلات مطلوبة وأور خبرة مهنية كافية في مجال مرافقة المؤسسات.

المادة 25: تتولى حاضنة الأعمال المرشحة للعمل علامة "حاضنة أعمال" مهام مرافقة المؤسسات الناشئة التي يتم امتحانها خلال فترة المحضنة، وبهذه الصفة، تلتزم بما يأتي :

- توظيف الشركاء الناشئة التي يتم امتحانها وتزويدها بوسائل عمل مهنية،

ويمكن اللجنة الوطنية إعادة النظر في هذا القرار، بناء على طلب مبرر من صاحب الطلب ويتم إخطاره بالرد النهائي إلكترونيا في أجل لا يتجاوز ثلاثين (30) يوما، ابتداء من تاريخ إيداع طلبه.

المادة 15: تنحصر قرارات منح علامة "مؤسسة ناشئة" في البوابة الإلكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة.

الفصل الخامس

شروط منح علامة "مشروع مبتكر"

المادة 16: يمكن كل شخص طبيعي أو مجموعة أشخاص طبيعيين أن يطلبوا علامة "مشروع مبتكر" على أي مشروع ذي علاقة بالابتكار.

المادة 17: يتعين على كل شخص طبيعي أو مجموعة أشخاص طبيعيين والذين في الحصول على علامة "مشروع مبتكر" إيداع طلب عبر البوابة الإلكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة، مرفقا بالوثائق الآتية :

- عرض حول المشروع وأوجه الابتكار فيه،
- العناصر التي تثبت الإمكانيات الكبيرة للنمو الاقتصادي،
- المؤهلات العلمية وأور التقنية وخبرة الفريق المكلف بالمشروع،
- وعند الاقتضاء، كل وثيقة ملكية فكرية وأور جائزة أو مكافأة متحصل عليها.

المادة 18: يتم الرد على كل طلب للحصول على علامة "مشروع مبتكر"، في أجل أقصاه ثلاثون (30) يوما، ابتداء من تاريخ إيداعه.

كل تأخر في تقديم جزء من الوثائق المطلوبة، يوقف هذا الأجل، وعلى صاحب الطلب تقديم الوثائق الناقصة في أجل خمسة عشر (15) يوما، ابتداء من تاريخ إخطاره من طرف اللجنة الوطنية، بعد طائلة رفض طلبه.

المادة 19: تمنح علامة "مشروع مبتكر"، للشخص الطبيعي أو مجموعة الأشخاص الطبيعيين، لمدة سنتين (2) قابلة للتجديد مرتين (2)، حسب الأشكال نفسها.

و في حالة رفض طلب ما فإنه يتعين على اللجنة الوطنية تبرير قرار الرفض وإخطار صاحب الطلب بذلك إلكترونيا.

ويمكن اللجنة الوطنية إعادة النظر في هذا القرار، بناء على طلب مبرر من صاحب الطلب ويتم إخطاره بالإجابة النهائية إلكترونيا في أجل لا يتجاوز ثلاثين (30) يوما، ابتداء من تاريخ إيداع طلبه.

المادة 20: تنحصر قرارات منح علامة "مشروع مبتكر" في البوابة الإلكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة.

المادة 32 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

مرر بالجزائر في 27 محرم عام 1442 الموافق 15 سبتمبر سنة 2020

عبد العزيز جراد



- مرافقة حاملي المشاريع أثناء إجراءات إنشاء المؤسسة،
- مساعدة المؤسسات الناشئة في إنجاز مخطط الأعمال ودراسات السوق ومخطط التمويل،

- توفير تكوين نوعي، خصوصا في إدارة الأعمال والالتزامات القانونية والمحاسبية،

- وضع الوسائل الفوجيستية تمتد تصرف حاملي المشاريع مثل قاعات الاجتماع وعتاد الإعلام الآلي والمستلزمات المكتبية والإنترنيت عالي التدفق،

- مساعدة المؤسسات الناشئة لإنتاج النماذج،

- مرافقة المؤسسات الناشئة التي يتم احتضانها لإيجاد مصادر التمويل والانتشار في السوق.

المادة 26 : يتم الرد على كل طلب للمحصل على علامة "مشروع مبتكر" خلال فترة اتصالها ثلاثون (30) يوما ابتداء من تاريخ إيداعه.

كل تأخر في تقديم جزء من الوثائق المطلوبة، يوقف هذا الأجل وعلى صاحب الطلب تقديم الوثائق الناقصة في أجل خمسة عشر (15) يوما، ابتداء من تاريخ إخطاره من طرف اللجنة الوطنية، تمتد طائلة رفض طلبه.

المادة 27 : تمنح اللجنة الوطنية علامة "حاضنة أعمال" لصاحب الطلب، لمدة خمس (5) سنوات قابلة للتجديد، حسب الأشكال نفسها.

وفي حالة رفض طلب ما، فإنه يتعين على اللجنة الوطنية تبرير قرار الرفض، وإخطار صاحب الطلب بذلك إلكترونيا. ويمكن اللجنة الوطنية إعادة النظر في هذا القرار، بناء على طلب مبرر من صاحب الطلب ويتم إخطاره بالإيجابية النهائية إلكترونيا في أجل لا يتجاوز ثلاثين (30) يوما، ابتداء من تاريخ إيداع طلبه.

المادة 28 : تنشر قرارات منح علامة "حاضنة أعمال" في البوابة الإلكترونية الوطنية للمؤسسات الناشئة.

المادة 29 : يخضع تنفيذ الالتزامات المتضمن عليها في المادة 25 أعلاه، إلى مراقبة دائمة من اللجنة الوطنية.

المادة 30 : كل إخلال بالالتزامات المذكورة في المادة 25 أعلاه، يترتب عليه تجميد أو سحب علامة "حاضنة أعمال" من طرف اللجنة الوطنية.

وفي حالة تجميد أو سحب علامة "حاضنة أعمال"، يتعين على اللجنة الوطنية تبرير قرارها، وإخطار المعني بذلك إلكترونيا.

يمكن اللجنة الوطنية إعادة النظر في هذا القرار، بناء على طلب مبرر من صاحب الطلب، وبعد إزالة التقائص المعيقة ويتم إخطاره بالإيجابية النهائية إلكترونيا في أجل لا يتجاوز ثلاثين (30) يوما، ابتداء من تاريخ طلبه.

المادة 31 : تخول علامة "حاضنة أعمال" الحق في تدابير مساعدة ودعم الدولة.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

قرار رقم 127/مؤرخ في 17 سبتمبر 2022 يحدد كفايات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي

إن 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 77-13 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 يحدد نظام الدراسات والتكوين للحصول على شهادات التعليم العالي،

يقرر ما يأتي:

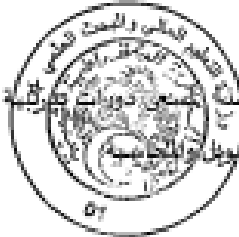
المادة الأولى: يهدف هذا القرار إلى تحديد كفايات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي.

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 تفتيا، 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 هذه التخصصات دورات تكوينية وورشات ميدانية حول نموذج الأعمال والتسويق الإلكتروني والمناجمت والتطوير والتجارية



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 يهدون 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 المفاوضات ويمثل عن الشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين، على شهادة نهاية الدراسة الجامعية وعلى دبلوم مؤسسة ناشئة، بهدف على الأقل للحصول على وسم "لايل" مشروع مبتكر.

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

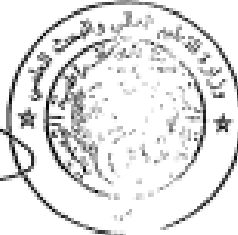
المادة 10: يتم تسجيل المشاريع المتميزة في مسابقة وطنية لأفضل المؤسسات الناشئة و تُنتقن المشاريع الفائزة بدعم مالي مناسب من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والشركاء الاقتصاديين والاجتماعيين المهتمين بالمجال.

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
عبدالحميد جداري



جامعة غرداية
حاضنة الاعمال الجامعية
وبالتنسيق مع

ASF
ALGERIAN STARTUP FUND

أصحاب المشاريع المبتكرة

أصحاب براءات الاختراع

الطلبة المهتمين

أصحاب المؤسسات الناشئة

الأساتذة المشرقيين

يوم تعريفى بأليات التمويل عن طريق صندوق دعم المؤسسات الناشئة

من تقديم خبراء واطارات الصندوق الجزائري لدعم المؤسسات الناشئة

Supporting Innovation as Entrepreneurship
يوم 03 نوفمبر 2024 على الساعة 08:00 صباحا

في قاعة التطعيم المتلفز بالقطب 1 - جامعة غرداية



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Le Secrétaire Général

بالجزائر، في: 2024/10/31.....

وزارة التعليم العالي
والبحث العلمي

الأمين العام

رقم: 1741 /ع.أ/ 2024

السادة رؤساء الندوات الجهوية للجامعات
بالاتصال مع مديري المؤسسات الجامعية المعنيين

الموضوع: بخصوص وتيرة إجراء مراكز تطوير المقاولاتية للدورات التكوينية لفائدة حاملي المشاريع.
المرفقات: ملحق يتضمن قائمة المؤسسات الجامعية المعنية بتسريع وتيرة برمجة وإجراء الدورات التكوينية لفائدة حاملي المشاريع عن طريق مراكز تطوير المقاولاتية.

لقد لفت انتباهي، تهاون مراكز تطوير المقاولاتية على مستوى مؤسساتكم الجامعية في ما يخص برمجة وإجراء دورات تكوينية لفائدة الطلبة الجامعيين وخريجي المؤسسات الجامعية حاملي المشاريع، وهذا ما يثبط تنفيذ استراتيجية وطنية منبثقة عن التزامات السيد رئيس الجمهورية لاسيما حين يتعلق الأمر بالتزام خلق جيل جديد من رواد الأعمال.

ومن هذا المنطلق، يتعين عليكم اتخاذ التدابير اللازمة وفي أحسن الأجل، قصد تسريع وتيرة برمجة وإجراء دورات تكوينية على مستوى مراكز تطوير المقاولاتية لفائدة حاملي المشاريع، مع إخطار المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي بأي صعوبة أو إشكال يحول دون ذلك.

وإني لأولي أهمية قصوى لما جاء في هذه الإرسالية.

Digitally signed by Abdelhakim
BENTELLIS
Date: 2024.10.31 18:22:20 +01'00'

- نسخة إلى السيد الوزير (على سبيل عرض حال).
- نسخة إلى السيد المدير العام للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي (للمتابعة).