



جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
Ain Témouchent University Belhadj Bouchaib



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم : علوم التسيير

التخصص: إدارة اعمال

الموضوع

قياس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي

دراسة حالة دار المقاولاتية بجامعة عين تموشنت

مذكرة مكملة لشهادة الماستر

إعداد الطالب :

عينة أسامة

مقدمة أمام لجنة المناقشة المكونة من:

رئيسا

خويلد عفاف

الأستاذ (ة): الاسم واللقب

مشرفا

توازن أحمد

الأستاذ (ة): الاسم واللقب

ممتحنا

عدادي توفيق

الأستاذ (ة): الاسم واللقب

السنة الجامعية 2024-2025





شكر وتقدير

قال الله تعالى:

﴿لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾ [إبراهيم: 7]

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

"لا يشكر الله من لا يشكر الناس"

الحمد لله الذي منّ علينا بإتمام هذا العمل، ووفقنا بعونه وتوفيقه، فله الحمد أولاً وآخراً.

وإقراراً بفضل أهل الفضل، نتوجه بجزيل الشكر وعظيم التقدير إلى الأستاذ المشرف الدكتور **توزان احمد**، لما قدّمه من توجيهات دقيقة وملاحظات بناءة كان لها الأثر البالغ في توجيه مسار هذا البحث وإخراجه في صورته النهائية، فجزاه الله عنا خير الجزاء.

كما نعبر عن خالص امتناننا لأساتذة قسم **علوم التسيير** على ما قدّموه لنا من دعم علمي متواصل، وللجنة المناقشة الموقرة التي تكرمت بقبول مناقشة هذا العمل وتحملت عناء مراجعته وتقييمه.

كما نخص بالشكر كل من قدّم لنا الدعم والمؤازرة، وساهم من قريب أو بعيد في تيسير هذا العمل، سائلين المولى عز وجل أن يجعل هذا الجهد نافعا لكل من يرجع إليه، وأن يثيب كل من أعاننا خير الجزاء.

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى إله وصحبه
ومن اتبعهم الى يوم الدين

اهدي ثمرة جهدي المتواضع الى الذي قال فيهما الله عز و جل: "وقل ربي ارحمهما كما
ربياني صغيرا."

الى الوالدين الكريمين

الى كل عائلتي واصدقائي

الى كل من يحمل ولو ذرة حب الله ورسوله محمد صل الله عليه وسلم

أسامة



ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي من خلال دراسة ميدانية بدار المقاولاتية بجامعة عين تموشنت، والكشف عن مدى إسهام الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز هذه الثقافة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أدوات إحصائية أبرزها معامل ارتباط بيرسون واختبار T لعينة واحدة. كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباط قوية وذات دلالة إحصائية بين إسهام الجامعة والثقافة المقاولاتية، في حين لم تكن الخصائص الشخصية للطلبة ذات تأثير يُذكر. كما أظهرت النتائج أن الطلبة يتمتعون بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية، وأن دار المقاولاتية تحقق أهدافها بدرجة ذات دلالة إحصائية. تُبرز هذه النتائج أهمية الدعم المؤسسي في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة، وتدعو إلى تطوير المبادرات الجامعية في هذا المجال الحيوي.

الكلمات المفتاحية: الثقافة المقاولاتية، الطالب الجامعي، دار المقاولاتية، جامعة عين تموشنت، ريادة الأعمال.

Abstract :

This study aimed to measure the level of entrepreneurial culture among university students through a field study at the Entrepreneurship House at the University of Ain Temouchent. It also sought to examine the contribution of the university and the Entrepreneurship House in promoting this culture. The research adopted a descriptive-analytical method, utilizing statistical tools such as Pearson correlation coefficient and one-sample T-test. Results revealed a strong and statistically significant correlation between the university's efforts and students' entrepreneurial culture, while students' personal characteristics showed no notable effect. The findings also confirmed that students possess an average or above-average level of entrepreneurial culture and that the Entrepreneurship House effectively achieves its goals in this regard. These results highlight the vital role of institutional support in fostering entrepreneurial spirit among students and call for further development of university initiatives in this field.

Keywords:

Entrepreneurial culture, university student, Entrepreneurship House, University of Ain Temouchent, entrepreneurship, Pearson, T-test.

قائمة

المحتويات

I.....	شكر
II.....	اهداء
V.....	ملخص الدراسة
IX.....	قائمة المحتويات
XIII.....	قائمة الجداول والاشكال
أ.....	توطئة

الفصل الأول: مدخل نظري حول الثقافة المقاولاتية والطالب الجامعي

2.....	تمهيد
3.....	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للثقافة المقاولاتية
3.....	المطلب الأول: مفهوم الثقافة المقاولاتية وخصائصها
7.....	المطلب الثاني: مقومات وعناصر الثقافة المقاولاتية
10.....	المطلب الثالث: قياس الثقافة المقاولاتية الطرق و الأدوات
13.....	المبحث الثاني : الثقافة المقاولاتية و المحيط الجامعي
13.....	المطلب الأول : مفاهيم نظرية حول الجامعات الجزائرية
18.....	المطلب الثاني: الطالب الجامعي والعوامل المؤثرة في بناء الثقافة المقاولاتية لديه
23.....	المطلب الثالث: إسهام الجامعة الجزائرية في تفعيل وتكريس الثقافة المقاولاتية
32.....	خلاصة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

28.....	تمهيد
---------	-------

المبحث الأول : تقديم مركز تطوير المقاولاتية بجامعة عين تموشنت	29
المطلب الأول : تعريف مركز تطوير المقاولاتية	29
المطلب الثاني: مهام وأهداف مركز تطوير المقاولاتية	29
المطلب الثالث: مصالح مركز تطوير المقاولاتية	30
المبحث الثاني: الطريقة و الأدوات	31
المطلب الأول: منهج وأدوات جمع البيانات	31
المطلب الثاني: الأساليب والبرامج الاحصائية المستخدمة في الدراسة	32
المطلب الثالث : مجتمع وعينة الدراسة	33
المبحث الثالث : تحليل النتائج ومناقشتها	34
المطلب الأول : تحليل البيانات الشخصية	34
المطلب الثاني: اختبار صدق و ثبات أداة الدراسة وتحليل البيانات	37
المطلب الثالث: اختبار الفرضيات و تحليل النتائج	46
خلاصة	53
خاتمة	56
قائمة المصادر والمراجع	60
قائمة الملاحق	66

قائمة الجداول والأشكال

الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	جدول رقم سلم ليكرت الخماسي	32
2	عينة الدراسة	33
3	يمثل توزيع افراد العينة حسب الجنس	34
4	توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية	35
5	توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	36
6	معامل الفا كرومباخ	37
7	معامل الارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (اسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية)	38
8	معامل الارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني (الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة)	40
9	معامل الارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث (اهداف دار المقاولاتية)	41
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالمحور الأول	42
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالمحور الثاني	43
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالمحور الثالث	45
13	نتائج تحليل معامل الارتباط بيرسون للفرضية الرئيسية	47
14	نتائج تحليل الارتباط بيرسون للفرضية الفرعية الأولى	49
15	نتائج تحليل T Test للفرضية الفرعية الثانية	50
16	نتائج تحليل T Test للفرضية الفرعية الثالثة	51

قائمة الاشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	يمثل توزيع افراد العينة حسب الجنس	34
2	توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية	35
3	توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	36

المقدمة

كما هو متعارف عليه ان الثقافة المقاولاتية تُعد من الركائز الأساسية التي تسهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات الحديثة، حيث باتت ريادة الأعمال والمبادرة الفردية من أهم العوامل التي تساعد على خلق فرص العمل وتنمية المهارات الفردية وتعزيز روح الابتكار والإبداع بين الشباب. في ظل التحديات الاقتصادية العالمية المتزايدة، والتغيرات المستمرة في سوق العمل، أصبحت الحاجة ملحة لترسيخ مفهوم الثقافة المقاولاتية، خاصة لدى فئة الطلاب الجامعيين، الذين يمثلون المستقبل الواعد لأي مجتمع ويشكلون الفئة الأكثر قدرة على التأثير والتغيير. فتنمية هذه الثقافة بين الطلبة تساهم في بناء جيل يمتلك القدرة على التفكير بطرق جديدة، وتحمل المخاطر المحسوبة، وتبني مشروعات اقتصادية مستدامة تسهم في تقليل معدلات البطالة، وتنويع مصادر الدخل الوطني.

كما تلعب الثقافة المقاولاتية دورًا محوريًا في تعزيز الاستقلالية الشخصية والمالية للطلبة، وتشجيعهم على اكتساب مهارات متعددة مثل التخطيط، والابتكار، وإدارة الموارد، ما يجعلهم أكثر جاهزية لمواجهة تحديات سوق العمل أو خلق فرص عمل خاصة بهم، بما يساهم في بناء اقتصاد متين يعتمد على القدرات الذاتية وروح المبادرة. وفي هذا السياق، لا يمكن إغفال أهمية الأوساط الجامعية كونها البيئة المثلى التي تجمع بين المعرفة النظرية والتفاعل العملي، حيث تتيح للطلبة اختبار أفكارهم وتحويلها إلى مشاريع ملموسة، مما يعزز لديهم حس المسؤولية والريادة.

إن إدماج مفاهيم ريادة الأعمال في المناهج الجامعية يخلق بيئة تعليمية محفزة تنمي مهارات التفكير النقدي، والقيادة، والعمل الجماعي، ويشجع الطلبة على أن يكونوا فاعلين في مجتمعاتهم وليسوا مجرد متلقين للمعلومات، مما يرسخ لديهم روح المبادرة والابتكار. وعليه، يمثل تعزيز الثقافة المقاولاتية في الوسط الجامعي استثمارًا استراتيجيًا طويل الأمد في الإنسان والاقتصاد معًا، حيث يمكن الشباب من امتلاك أدوات النجاح والابتكار، ويدعم بناء اقتصاد قائم على المعرفة والإبداع، ما ينعكس إيجابيًا على التنمية المحلية والوطنية ويعزز من تنافسية المجتمع في ظل العولمة والتحديات الاقتصادية العالمية.

لذلك، يكتسب الاهتمام بالثقافة المقاولاتية لدى الطلاب الجامعيين أهمية كبرى، ويستلزم توفير الدعم اللازم من المؤسسات التعليمية والحكومية والمجتمعية، لضمان ترسيخ هذه القيم وتنمية المهارات اللازمة، مما

يسهم في بناء مستقبل أكثر استدامة وحيوية لشبابنا وبلدنا، ويعزز من قدرة الجيل الجديد على مواجهة تحديات العصر وتحويلها إلى فرص حقيقية للنمو والازدهار. و من هنا ينبع السؤال الجوهرى التالي :

ما مدى فعالية الجهود المبذولة داخل جامعة عين تموشنت في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟

و تنقسم الإشكالية الرئيسية الى التساؤلات التالية :

1. ما هو دور المؤسسات الجامعية في تنمية الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة؟
2. كيف يؤثر مستوى وعي الطلبة بالمقاولاتية على توجهاتهم وسلوكياتهم الريادية؟
3. ما مدى فعالية البرامج والمبادرات المخصصة لدعم الحس المقاولاتي داخل البيئة الجامعية؟

فرضيات الدراسة :

-الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة عين تموشنت.

-الفرضيات الفرعية:

- الفرضية الفرعية الأولى : لإسهام الجامعة دور ذو دلالة إحصائية في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.
- الفرضية الفرعية الثانية : يتمتع الطلبة الجامعيون بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية وفقاً لنتائج الاستبيان.
- الفرضية الفرعية الثالثة : تحقق دار المقاولاتية أهدافها في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين بدرجة ذات دلالة إحصائية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على دور الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية بين الطلبة.
- قياس مستوى وعي الطلبة وثقافتهم المقاولاتية ومدى تأثيرها على توجهاتهم وسلوكياتهم.
- تقييم مدى تحقيق البرامج والهيئات الداعمة لدار المقاولاتية لأهدافها في تحفيز الحس الريادي لدى الطلبة.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في مساهمتها في فهم واقع الثقافة المقاولاتية داخل الجامعات الجزائرية، وتحديد نقاط القوة والضعف في الجهود المبذولة لتعزيز هذا المجال. كما تتيح الدراسة تقديم توصيات عملية لتطوير البرامج والمبادرات الجامعية، بما يساهم في إعداد جيل قادر على الابتكار وريادة الأعمال، وبالتالي دفع التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد.

أسباب اختيار الموضوع

اختير موضوع الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي لأسباب موضوعية تتمثل في أهمية ريادة الأعمال كوسيلة لمواجهة البطالة وتحفيز التنمية الاقتصادية. كما أن هناك اهتمامًا شخصيًا بموضوع ريادة الأعمال وتأثيرها على الشباب، ورغبة في المساهمة العلمية في تطوير بيئة تعليمية محفزة للمقاولاتية داخل الجامعات، خصوصًا في سياق جامعة عين تموشنت التي تمثل نموذجًا حيويًا في هذا المجال.

صعوبات الدراسة

واجهت الدراسة بعض الصعوبات، منها محدودية حجم العينة نتيجة الظروف الزمنية واللوجستية، وصعوبة الحصول على معلومات دقيقة من بعض الطلبة بسبب تفاوت مستوى الوعي لديهم، بالإضافة إلى التحديات المرتبطة بجمع وتحليل البيانات بشكل منهجي ومنسق.

منهج الدراسة

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من طلبة جامعة عين تموشنت. ثم تحليل البيانات إحصائيًا لاستكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة وفحص الفرضيات الموضوعة، مما مكن من الوصول إلى استنتاجات دقيقة تدعم أهداف البحث.

هيكل الدراسة :

استنادا الى المعلومات المتوفرة ، تم تقسيم البحث إلى فصلين وفق منهجية IMRAD ، حيث خصص الفصل الأول للجانب النظري ، وقد تم فيه التركيز على الأسس النظرية المتعلقة بالثقافة المقاولاتية و الطالب الجامعي ، أما الفصل الثاني فقد خصص للدراسة الميدانية ، وتم من خلاله تناول دراسة دار المقاولاتية بجامعة عين تموشنت بالإضافة الى توزيع استبيان وتجميعه وتحليله باستخدام برنامج spss .

الدراسات السابقة :

1. Manuela Andreea Petrescu & Dan Mircea Suci (2024): في هذه الدراسة الحديثة، استكشف الباحثان تصورات طلبة الدراسات العليا في أوروبا حول ريادة الأعمال. استخدمتا استبيانًا إلكترونيًا موجّهًا لطلبة الاقتصاد وإدارة الأعمال، لتحليل معوقات وتوجهات الطلاب نحو المشاريع الريادية. توصلت النتائج إلى أن العديد من الطلبة يعتبرون ريادة الأعمال خيارًا جذابًا للاستقلالية المالية، غير أن عوائق مثل غياب التمويل، ونقص الخبرة، والتحديات الثقافية – خاصة تجاه النساء – تحد من الانخراط المقاولاتي.¹

2. زين العابدين فوزاري وآخرون (2023): تناولت هذه الدراسة موضوع "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي"، وهي مذكرة ماستر بجامعة 8 ماي 1945 – قالمة. هدفت إلى معرفة ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك ويوتيوب تساهم في نشر مفاهيم الريادة وروح المبادرة لدى الطلبة الجامعيين. اعتمد الباحثون على المنهج الوصفي التحليلي، ووزعوا استبيانًا على عينة من

¹ Petrescu, M. A., & Suci, D. M. , Perceptions of Entrepreneurship Among Graduate Students. arXiv preprint, 2024

100 طالب من مختلف التخصصات. أظهرت النتائج أن الطلبة يتفاعلون بشكل إيجابي مع محتوى المقاولاتية المنتشر على هذه المنصات، مما يعزز نيتهم في إنشاء مشاريع مستقبلية¹.

3. (2023) Attila Lajos Makai & Tibor Dóry : هدفت هذه الدراسة الأجنبية إلى تحليل تأثير الدعم المؤسسي الجامعي والإطار التعليمي على نية ريادة الأعمال لدى الطلبة. اعتمد الباحثان على منهج كمي باستعمال استبيانات وتحليل SEM الإحصائي على عينة واسعة من الطلاب الأوروبيين. بيّنت النتائج أن الدعم الإداري والبيئة الإيجابية داخل الجامعة تلعب دورًا مهمًا في تعزيز الشعور بالكفاءة والتحكم السلوكي المرتبط بريادة الأعمال، ما يعزز نية إنشاء المشاريع بعد التخرج².

4. فاطمة الزهراء عزيزي وإدريس بولكعبيات (2022): في دراسة منشورة بمجلة الواحات للدراسات والبحوث، ناقش الباحثان "دور مخابر البحث في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين"، معتمدين على المنهج الوصفي التحليلي. تمت الدراسة ميدانيًا في مخبرين بجامعة عنابة، وهدفت لتحديد مدى مساهمة المخابر الجامعية في تحفيز روح المبادرة. أشارت النتائج إلى أن رغم محدودية التجهيزات، فإن التخصصات العلمية تميل أكثر نحو التفكير المقاولاتي، ويؤثر إطار البحث على محفزات الطلاب³.

5. عبد الصمد حريزي وهشام بن عيسى (2022) : تركزت الدراسة المعنونة بـ "آليات نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين" على دراسة العلاقة بين الجامعة ودار المقاولاتية في نشر روح المبادرة. أنجزت هذه المذكرة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، باستخدام المنهج الوصفي والمقابلة كأداة لجمع

¹ فوزاري، زين العابدين ، بولعسل فاتح ، وبارك، محمد ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي .مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2023

² Makai, A. L., & Dóry, T, Perceived university support and environment as a factor of entrepreneurial intention. arXiv preprint, 2023

³ عزيزي فاطمة الزهراء ، و بولكعبيات إدريس ، دور مخابر البحث في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين .مجلة الواحات للدراسات والبحوث، المجلد 15 ، العدد 01 ، 2022

البيانات. خلصت النتائج إلى وجود انسجام وتكامل بين الفاعلين الجامعيين في دعم الطلبة، غير أن بعض العراقيل مثل ضعف التمويل وعدم استمرارية البرامج التكوينية تعيق فعالية هذا الدور.¹

6. سليمان الذهبي وليلى سالمي (2022): تناولت هذه الدراسة الجزائرية دور التعليم الجامعي في ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال بين الطلاب، وقد أنجزت كدراسة ميدانية في جامعة أحمد دراية بأدرار. استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي باستبيان شمل 100 طالب. أشارت النتائج إلى أن المواد الدراسية والأنشطة المرافقة لها مثل التظاهرات واللقاءات مع رواد الأعمال تسهم بشكل كبير في تنمية ثقافة المبادرة، لكن نُصح بزيادة التنسيق بين الإدارة ودار المقاولاتية لضمان فعالية أكبر.

التعقيب على الدراسات السابقة:

أولاً: من حيث الأهداف²

اتفقت الدراسات الست على أهمية تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي كدعامة أساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية. وقد تنوعت الأهداف بين من ركّز على دور الجامعة ومخابر البحث في بناء هذه الثقافة مثل دراسة (عزيزي وبولكعبيات، 2022)، وبين من اهتم بـ تأثير الوسائط الاجتماعية في نشر الوعي المقاولاتي كما في دراسة (فوزاري وآخرون، 2023). في المقابل، سعت الدراسات الأجنبية إلى استكشاف النية الريادية لدى الطلبة وتحديد العوامل المؤثرة عليها (Makai & Dóry, 2023) ؛ Petrescu & Suci, 2024)، مما يعكس طابعاً تحليلياً وتوقعياً أكثر دقة. أما الدراسات الجزائرية، فغلبت عليها الأهداف التقييمية والتشخيصية، خصوصاً في ربط الطالب بالإمكانيات المتاحة داخل الجامعة.

ثانياً: من حيث الموضوع

رغم اشتراك الدراسات في محور الثقافة المقاولاتية، إلا أن زاوية المعالجة تباينت بوضوح؛ حيث تناولت دراسات محلية مثل (حريزي وبن عيسى، 2022) العلاقة بين الجامعة ودار المقاولاتية، بينما ركزت دراسات

¹ حريزي عبد الصمد ، و بن عيسى هشام ، آليات نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين .مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة،

أخرى مثل (الدهبي وسالمي، 2022) على التعليم الجامعي ككل ومحتواه البيداغوجي. من جهة أخرى، تميزت الدراسات الأجنبية بتركيزها على السلوك المقاولاتي ونية الريادة، مستندة إلى نماذج نفسية وسلوكية متقدمة. وتفردت دراسة (فوزاري وآخرون، 2023) بطرح جديد يتمثل في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي كعامل حديث في تشكيل ثقافة ريادة الأعمال، مما يعكس تطوراً في الموضوع وأبعاده الرقمية. وبالتالي، فإن الموضوع مشترك في المضمون، لكنه متنوع من حيث السياقات والتحليلات.

ثالثاً: من حيث الأدوات المستخدمة

اعتمدت غالبية الدراسات أدوات كمية تقليدية مثل الاستبيان، حيث كانت الأداة الأساسية المعتمدة في الدراسات الجزائرية الستة، ما عدا دراسة واحدة (حريزي وبن عيسى، 2022) التي أضافت أداة المقابلة للحصول على معطيات أعمق من الفاعلين الجامعيين. أما في السياق الأجنبي، فقد استخدمت أدوات أكثر تقدماً مثل تحليل المعادلات الهيكلية SEM في دراسة (Makai & Dóry, 2023)، والاستبيانات الرقمية المتخصصة في دراسة (Petrescu & Suciu, 2024) ومن الملاحظ أن الأدوات في الدراسات المحلية بقيت تقليدية ومحدودة نسبياً، فيما أظهرت الدراسات الأجنبية تطوراً في التحليل واستخدام النماذج الكمية الدقيقة.

رابعاً: من حيث المنهج

جمعت معظم الدراسات بين المنهج الوصفي والتحليلي، لا سيما في الدراسات الجزائرية التي سعت إلى وصف واقع الثقافة المقاولاتية وتحليل عوامل ضعفها أو قوتها (مثل دراسة فوزاري، ودراسة الدهبي). أما الدراسات الأجنبية، فقد استخدمت المنهج الكمي التجريبي (Quantitative Design) المعتمد على النماذج السببية، لتفسير العلاقة بين دعم الجامعة ونية الطلبة المقاولاتية. وهذا يبرز الفارق المنهجي بين الدراسات، حيث تميل الأجنبية إلى تقديم نماذج تفسيرية قابلة للاختبار الإحصائي، في حين تركز المحلية على التشخيص الميداني والوصفي، مما يعكس تفاوتاً في العمق المنهجي والتقني في معالجة الموضوع.

الفصل الأول:

مدخل نظري حول الثقافة
المقاولاتية والطالب الجامعي

تمهيد:

أصبحت الثقافة المقاولاتية من المفاهيم الحيوية في النقاشات الأكاديمية والسياسات التعليمية، نظراً لدورها المتزايد في دعم روح المبادرة والابتكار لدى الأفراد، لاسيما في الأوساط الجامعية. ففي ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية الراهنة، لم يعد الهدف الوحيد من التعليم الجامعي هو تخريج طالب باحث عن وظيفة، بل إعداد فرد قادر على خلقها. وتزايدت بذلك الحاجة إلى ترسيخ ثقافة مقاولاتية تسهم في بناء جيل يتمتع بالاستقلالية والطموح والكفاءة في إدارة المشاريع. ويُعد الطالب الجامعي محورياً أساسياً في هذه المعادلة، كونه يمثل القوة الحيوية التي تُراهن عليها الدول لتحقيق التنمية المستدامة. لذلك، يهدف هذا الفصل إلى تأطير الثقافة المقاولاتية ضمن بعدها النظري، مع تقديم تصور عام حول الطالب الجامعي كفاعل مستهدف في نشر وترسيخ هذه الثقافة داخل المحيط الجامعي. كما يسعى إلى وضع الأسس النظرية لفهم العلاقة بين الطرفين دون التعمق في الجوانب التطبيقية أو الإحصائية. و من هنا قسمنا هذا الفصل الى :

- المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للثقافة المقاولاتية
- المبحث الثاني : الثقافة المقاولاتية و المحيط الجامعي

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للثقافة المقاولاتية

تُعد الثقافة المقاولاتية من المواضيع الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في مختلف المجالات الأكاديمية والاقتصادية، نظراً لدورها الحيوي في تعزيز روح المبادرة والابتكار. ويهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على هذا المفهوم وتحليل أبعاده ضمن السياق الجامعي. و يُعد الإطار المفاهيمي للثقافة المقاولاتية مدخلاً أساسياً لفهم هذا المفهوم الحديث الذي بات يحظى باهتمام متزايد في السياسات التعليمية والاقتصادية، خاصة في البيئة الجامعية. إذ يساعد هذا الإطار في توضيح المصطلحات والمفاهيم المرتبطة بالثقافة المقاولاتية، و يبرز أبعادها ومكوناتها الأساسية. كما يُمكن من التعرف على الخلفية النظرية التي تستند إليها هذه الثقافة، وارتباطها بمفاهيم مثل ريادة الأعمال والابتكار والتنمية. ويهدف هذا المبحث إلى وضع تصور شامل لمفهوم الثقافة المقاولاتية من حيث النشأة، التطور، والوظيفة داخل السياق الجامعي. و عليه نتطرق في هذا المبحث الى المطلب الأول مفهوم الثقافة المقاولاتية وخصائصها ثم المطلب الثاني مقومات وعناصر الثقافة المقاولاتية و أخير المطلب الثالث قياس الثقافة المقاولاتية.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة المقاولاتية وخصائصها

تعد الثقافة المقاولاتية أحد المرتكزات الجوهرية في بناء اقتصاد معرفي قائم على المبادرة والابتكار وروح الريادة، وقد برزت في السنوات الأخيرة كأداة فعالة لتعزيز النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل، لاسيما في الدول الساعية إلى التحول نحو اقتصاد السوق أو تنويع مصادر الدخل. وتكمن أهمية هذا المفهوم في كونه يتجاوز مجرد إنشاء المشاريع إلى غرس عقلية تنظيمية ومبادرة لدى الأفراد والمجتمعات. و في هذا المطلب سنتناول مفهوم الثقافة المقاولاتية في الفرع الأول ثم خصائصها في الفرع الثاني.

الفرع الأول: مفهوم الثقافة المقاولاتية

ولفهم الثقافة المقاولاتية بشكل دقيق، من الضروري الانطلاق أولاً من المفهوم العام للثقافة، ثم ربطه بسياق ريادة الأعمال، حيث تُبنى الثقافة المقاولاتية في ضوء التفاعل بين المعتقدات والقيم والمعايير الاجتماعية التي تحفّز على الإبداع والمخاطرة والانخراط في المبادرات الاقتصادية.

1- مفهوم الثقافة

يُعد مفهوم الثقافة من المفاهيم الإشكالية متعددة الأبعاد، ويتميز بغموضه وتعدد تعريفاته في العلوم الإنسانية، شأنه في ذلك شأن استعمالاته اليومية. وتشير الثقافة إلى جميع الجوانب المكتسبة من حياة الإنسان، تلك التي لا تُورث بل تُكتسب من خلال التفاعل الاجتماعي. وتُعرف الثقافة بأنها نسق من القيم والمعتقدات والاتجاهات والرموز التي تطورها جماعة بشرية معينة وتُعبّر عنها من خلال أنماط سلوكية مميزة، تميزها عن غيرها من الجماعات أو الأمم الأخرى¹.

وتتميز الثقافة بعدة خصائص، من أبرزها²:

- خلق الحاجات والرغبات الإنسانية من خلال القيم والمعايير الاجتماعية.
- قابليتها للتعليم والاكساب من خلال مصادر متعددة كالأسرة، الأصدقاء، والمدرسة، خاصة في مراحل الطفولة الأولى، حيث تُكتسب العديد من القيم ثقافيًا لا بيولوجيًا.

2- الثقافة المقاولاتية

تُعرف الثقافة المقاولاتية بأنها "مزيج من القيم والمعتقدات والسلوكيات المشتركة، التي تعكس استعداد الأفراد والمؤسسات والمجتمع نحو ممارسة المقاولاتية والانخراط فيها. وهي تتضمن الدراية العملية، والمهارات الذاتية، والقدرة على المبادرة والتطبيق، مما يجعلها مرآةً للوعي المقاولاتي والتوجه السلوكي نحو إنشاء المشاريع وتحمل المخاطر."³

¹ بابة وقنوني، اثر العلاقات العامة على سلوك المستهلك النهائي، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد بوقرة ، بومرداس، 2008، ص12.

² زقاوة احمد، خطوات منهجية لتعزيز الثقافة المقاولاتية في البرامج التكوينية الجامعية ، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 04، العدد02، جامعة احمد زبانة ، غليزان ، الجزائر ، 2019، ص11.

³ منير سلامي، التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر بين متطلبات الثقافة وضرورة المرافقة، ملتقى دولي حول: استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كمية العموم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقمة، يومي 19-18أفريل، 2012 ص3.

ويمكن النظر إلى الثقافة المقاولاتية باعتبارها بيئة فكرية واجتماعية محفزة تدعم بروز المبادرات الفردية والمؤسسية، وتُساهم في إبراز روح المبادرة والابتكار . كما أنها تعبر عن مدى تأثير المقاولين في بيئتهم الاجتماعية والاقتصادية، ومدى قدرتهم على إحداث التغيير عبر تبني ثقافة إنتاجية مسؤولة¹.

اما E-Jacquées يعرف الثقافة المقاولاتية بأنها "طريقة التفكير والسلوك الاعتيادي والتقليدي وتتميز بتقاسمها واشتراكها بين أعضاء التنظيم، وتعلم تدريجيا الأعضاء الجدد بهدف قبولهم في المقولة، فهي تتضمن التصرفات والتحفيز ، ردود أفعال المقاولين بالإضافة إلى التخطيط و اتخاذ القرارات التنظيم المراقبة أرجع الباحث الثقافة المقاولاتية لطبيعة السلوك و طريقة التفكير و أنها تكتسب عن طريق التعلم"² .

أما MorySiomy فأشار على أن الثقافة المقاولاتية هي "عبارة عن مجموعة من المهارات، بما في ذلك الدراية العملية (البراعة) والمهارة الذاتية (مثل الحكم الذاتي، الثقة بالنفس الشعور بالمسؤولية الإبداع والابتكار، الرؤية المستقبلية، والقيادة الجيدة، روح الفريق، وحسن الأخلاق المهنية والتضامن المناسبة لسياق الحياة التي ترمي إلى التصدي للتحديات بشكل سليم من قبل الفرد الجماعات المجتمع الأمة، المنظمة أو وكيل للتغيير ، و لا تكفي المهارة العملية للثقافة المقاولاتية بل حتى المهارة الفردية لها دور كبير في تطوير قدرات الفرد بحيث يكون قادرا على التغيير."³

يُعد مفهوم الثقافة المقاولاتية من المفاهيم المعتمدة في عدة مجالات، حيث تُشكل عنصراً أساسياً في دعم الاستراتيجيات الريادية داخل المؤسسات. وتُفهم الثقافة المقاولاتية على أنها منظومة من القيم والاعتقادات المشتركة بين أعضاء المؤسسة، تحدد ما هو مهم لديهم، وتوجه سلوكهم في كيفية إنجاز الأعمال. فهي تُسهم

¹ يونس بنمورو ، ثقافة المقولة و خصائصها و مكوناتها، دار الفكر للنشر والتوزيع ، مجلة بنك القارئ، 21ديسمبر، 2003، ص40.

² مهاوة امال، خالدي فراح، فعالية التعليم المقاولاتي في نشر وتوعية الثقافة المقاولاتية في الجامعة الجزائرية دراسة استطلاعية لآراء مسيري دور المقاولاتية في بعض الجامعات الجزائرية، مجلة الامتياز للبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 05، العدد 02، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر، 2021، ص181.

³ عبد العزيز جمعة ، الرغبة المقاولاتية وبعد الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي مدخل استكشافي، مخبر النقود والمؤسسات المالية في المغرب العربي، المجلد 07، العدد 01، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان، الجزائر ، 2021، ص411.

في بناء الهيكل التنظيمي وصياغة المعايير السلوكية المتبعة داخل المؤسسة. كما تتجلى في الاستعداد لتحمل المخاطر، والتعامل مع البيئات غير المستقرة، والقدرة على استكشاف الفرص واكتساب الميزة التنافسية. وبصورة أشمل، تمثل الثقافة المقاولاتية المعتقدات والقيم الاجتماعية السائدة ومدى الإيمان بها من طرف الأفراد، وهي التي تؤثر على طبيعة الإجراءات التنظيمية. فهي في النهاية نتاج ما يكتسبه العاملون من خبرات وأنماط تفكير وسلوكيات ومهارات استراتيجية ريادية حتى قبل التحاقهم بالمؤسسة التي يعملون بها.¹

و عليه نستنتج تعريف للثقافة المقاولاتية اذ هي هي مجموعة من القيم والمعتقدات والمعايير والسلوكيات المشتركة التي تشجع على الابتكار، وتحمل المخاطر، وروح المبادرة داخل الأفراد والمؤسسات، وتوجههم نحو استكشاف الفرص وإنشاء المشاريع والعمل على تطويرها. وهي تعكس مستوى الوعي والإدراك بأهمية ريادة الأعمال في دعم النمو الاقتصادي والاجتماعي، وتشكل بيئة تنظيمية ومجتمعية محفزة تسهم في بناء أفراد قادرين على اتخاذ قرارات استراتيجية في ظل بيئات تتسم بعدم اليقين والتغير المستمر. كما تُعد ركيزة أساسية في تشكيل التوجه الريادي للمؤسسات من خلال غرس ثقافة الإنجاز والتجديد، وتوفير المناخ المناسب لتطوير الكفاءات والمهارات الريادية.

الفرع الثاني: خصائص الثقافة المقاولاتية

تتسم الثقافة المقاولاتية بجملة من الخصائص التي تجعل من المقاول مؤسسة اجتماعية بامتياز، شأنها في ذلك شأن باقي المؤسسات الاجتماعية كالعائلة والمدرسة. فهي تقوم على مجموعة من المعايير والقواعد السلوكية التي يتم استبطانها واستدماجها من طرف الأفراد داخلها. وتتمثل أهم خصائص هذه المعايير في كونها خارجية عن الفرد، وثابتة نسبياً، وتمارس نوعاً من الإكراه الرمزي أو المباشر لتنظيم سلوك الأعضاء.²

¹ الغامدي، محمد بن عبدالله، ريادة الأعمال: الأسس النظرية والتطبيقات العملية، مكتبة المتنبى، الرياض، 2021، ص 465.

² حقان فوزية، بودية محمد فوزي، الثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز البنية المقاولاتية لدى الطالب، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 02، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2021، ص 249.

تخضع المقاول ككيان تنظيمي لجملة من التوجهات والقواعد التي تحكم سلوك العاملين فيها، مثل الالتزام بارتداء زي موحد أو احترام أوقات العمل، إلى جانب الانضباط في الأداء والعمل الجماعي. وتمثل هذه الضوابط تجسيداً لسلطة رسمية أو غير رسمية تُمارس على الأفراد، سواء بوعيهم أو بدونه، ما يجعلها عاملاً مهيمناً في تكوين الثقافة التنظيمية.

علاوة على وظيفتها الإنتاجية، تُعد المقاول فضاءً حيويًا للتنشئة الاجتماعية والمهنية، حيث يتم من خلالها ترسيخ قيم مثل الجودة، الالتزام، والعمل الجماعي. كما تنتج المقاول علاقات اجتماعية متنوعة، بعضها ذو طابع تراتبي أو سلطوي، وأخرى تضامنية تُخلق من خلال التفاعل اليومي داخل بيئة العمل، مما يؤدي إلى ظهور هوية مهنية جماعية.

ولا تتوقف الوظيفة الاجتماعية للمقاول عند هذا الحد، بل تتجاوزها إلى إنتاج وإعادة إنتاج قيم وتصورات جماعية تساهم في تحقيق الاستمرارية والديمومة، وذلك من خلال بنيتها التنظيمية وقوانينها الداخلية، كما من خلال قدرتها على التكيف مع محيطها الداخلي والخارجي. وتُعد المقاول بذلك محيطاً ديناميكياً متعدد الثقافات، يضم أفراداً من خلفيات اجتماعية وثقافية مختلفة (من حيث السن، الجنس، الأصل، التكوين...)، ما يجعل منها بيئة غنية بالاختلاف والتنوع الثقافي¹.

المطلب الثاني: مقومات وعناصر الثقافة المقاولاتية

إن ترسيخ الثقافة المقاولاتية لا يتم بشكل عشوائي، بل يتطلب توفر مجموعة من المقومات والعوامل التي تساهم في بناء بيئة حاضنة للمبادرة والعمل الريادي. وتشمل هذه المقومات الجوانب الفردية، التربوية، المؤسسية والاجتماعية، التي تعمل مجتمعة على تشكيل عقلية مقاولاتية قادرة على مواجهة التحديات وابتكار الحلول..، و في هذا الطلب سنوضح ذلك .

¹ حقاين فوزية، بودية محمد فوزي، مرجع سبق ذكره، ص 249.

الفرع الأول: مقومات الثقافة المقاولاتية

تقوم الثقافة المقاولاتية على مجموعة من العناصر والمقومات والتي يمكن استدرجها فيما يلي¹:

1. **المحيط الاجتماعي:** يعتبر المحيط الاجتماعي من العناصر الأساسية التي تحفز على إنشاء المشاريع، نظرًا لتنوعه وغناه بالقيم والعلاقات التي تشكل دافعًا للانخراط في العمل المقاولاتي.

2. **الأسرة:** تلعب الأسرة دورًا هامًا في بناء القدرات المقاولاتية للأبناء، من خلال تشجيعهم على تحمل المسؤوليات والمشاركة في أنشطة مبكرة، مما يغرس فيهم روح المبادرة والاعتماد على النفس كمهنة مستقبلية.

3. **المدرسة:** لا تقتصر المدرسة على الدور التعليمي فقط، بل تُعتبر أيضًا حلقة وصل بين الشباب وعالم المقاولات، عبر تزويد الطلاب بالمعارف والمهارات التي تعزز ثقافة ريادة الأعمال وتدعم التنمية الاقتصادية.

4. **الدين:** يُعد الدين مصدرًا هامًا للقيم والمعايير التي تشجع على الاجتهاد، العمل الدؤوب، والاعتماد على الذات، وهو ما يدعم روح المبادرة والمقاولاتية لدى الأفراد.

5. **العادات والتقاليد:** تشكل العادات والتقاليد الإطار الثقافي الذي يؤثر في اتجاهات الأفراد تجاه العمل المقاولاتي، حيث تُورث بعض المجتمعات مهارات وممارسات تجارية وزراعية عبر الأجيال، مما يعزز من قدراتهم على تأسيس مشاريعهم الخاصة.

بالإضافة إلى العديد من المهارات الواجب توافرها في المقاول الناجح مثل²:

¹ سفيان بدراوي، ثقافة المقاولات لدى الشباب الجزائري المقاول، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع والتنمية البشرية، جامعة أبي بكر بلقايد، بسكرة، الجزائر، 2015، ص76.

² 1 أحمد بوشنافة، أحمد بوسهمن، متطلبات تأهل وتفعيل إدارة المؤسسات الصغيرة في الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي لمتطلبات تأهل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 17-18 أفريل 2006، ص56.

- **المهارات التقنية:** الخبرات والمعارف الفنية المتعلقة بإدارة العمليات المختلفة مثل الإنتاج، التسويق، التمويل، والتي تضمن سير العمل بكفاءة.
- **المهارات التفاعلية:** قدرات التواصل، تبادل المعلومات، الإقناع، وإدارة العلاقات مع فريق العمل.
- **المهارات الإنسانية:** مهارات بناء علاقات قائمة على الاحترام والثقة، والتحفيز، والاهتمام بالجوانب الاجتماعية والنفسية للعاملين.
- **المهارات الفكرية:** القدرات على التحليل المنطقي، اتخاذ القرارات المدروسة، وحل المشكلات بطريقة منهجية.
- **المهارات التحليلية:** التفكير الشامل الذي يربط بين أجزاء المؤسسة المختلفة ويفهم تعقيدات العمل لضمان حلول فعالة ومستدامة.

الفرع الثاني: عناصر الثقافة المقاولاتية

إن تناول موضوع الثقافة المقاولاتية يقتضي التطرق إلى مكوناتها الأساسية، والتي ترتبط بجملة من القيم المهنية التي تميز شخصية المقاول، ومن أبرزها¹:

1. **السعي نحو الإنجاز:** يتمثل في الرغبة الدائمة في تحقيق أداء متفوق، والحرص على بلوغ الأهداف من خلال الابتكار المستمر والسعي نحو التميز. فالمقاول عادة ما يُقيّم إنجازه استنادًا إلى معايير عالية وغير تقليدية.
2. **الثقة بالنفس:** تعكس هذه القيمة امتلاك المقاول لقدرات ذاتية وفكرية تمكنه من اتخاذ القرارات الصائبة، ومواجهة المشكلات والتحديات المستقبلية بثبات واطمئنان نابع من إيمانه بإمكاناته.

¹ بدرأوي سفيان ، مرجع سبق ذكره، ص78.

3. الرؤية المستقبلية: المقاول يمتلك نظرة تفاؤلية نحو المستقبل، يسعى من خلالها إلى تحقيق مكانة مرموقة وتحقيق معدلات متزايدة من الربح والنمو.

4. المثابرة والتضحية: يؤمن المقاول بأن النجاح والاستمرارية لا يتحققان إلا من خلال الجهد والاجتهاد، وقبول التضحيات الآنية من أجل بلوغ أهداف طويلة المدى، مما يجعل من العطاء والمثابرة جوهر الفعل المقاولاتي.

5. الرغبة في الاستقلالية: تتجلى في ميل المقاول إلى الاعتماد على النفس وإنشاء مشاريع خاصة بعيدة عن الشراكة، خاصة عند توفر الموارد المالية. كما يفضل المقاولون عدم العمل تحت سلطة الغير تفاديًا للقيود، وهو ما يمنحهم حرية تجسيد أفكارهم وتحقيق طموحاتهم، إلى جانب تحقيق دخل مستقر وتحكم أكبر في محيط العمل. وقد أشار الاقتصادي **Joseph Schumpeter** إلى هذه الحالة بوصفها بـ "المملكة الصغيرة"¹.

المطلب الثالث: قياس الثقافة المقاولاتية الطرق و الأدوات

يُعد قياس الثقافة المقاولاتية من المداخل الأساسية التي تعتمد عليها الجامعات والمؤسسات المعنية بريادة الأعمال لتقييم مدى ترسخ الفكر المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين، وفهم التحديات والفرص المرتبطة بتحفيزهم نحو خلق مشاريعهم الخاصة. هذا القياس لا يقتصر فقط على اختبار المعرفة النظرية، بل يشمل أيضًا تقييم المهارات العملية، والاتجاهات النفسية، والقيم الاجتماعية المرتبطة بالمبادرة الذاتية والاستقلالية والابتكار. لقياس الثقافة المقاولاتية، تُستخدم عدة طرق وأدوات تهدف إلى تقييم المعرفة، المهارات، القيم، والنية المقاولاتية لدى الأفراد، وخصوصًا الطلاب الجامعيين. من أبرز هذه الطرق²:

¹ بدرأوي سفيان ، مرجع سبق ذكره، ص78.

² زقاوة احمد، خطوات مرجع سبق ذكره، ص11.

- الاستبيانات والمقاييس الموجهة: تُعد من الأدوات الكمية الأكثر شيوعاً، إذ تُصمم لقياس عدة مؤشرات مثل مدى إلمام الطالب بمفاهيم المقاولاتية (الفرصة، الابتكار، التمويل، إدارة المخاطر)، تقييم مواقفهم من العمل الحر، وقياس نيتهم في تأسيس مشروع خاص. من أبرز هذه الأدوات مثلاً "مقياس التوجه المقاولاتي Entrepreneurial Orientation Scale" و "مقياس النية المقاولاتية. The Entrepreneurial Intention Questionnaire".

- الدراسات الميدانية والتحليل الإحصائي: حيث تُجرى أبحاث تطبيقية على عينات من الطلبة لتحديد العلاقة بين المتغيرات (مثل: التكوين المقاولاتي، الدعم الجامعي، البيئة الاقتصادية) وبين النية المقاولاتية أو السلوك المقاولاتي. ويتم استخدام أدوات التحليل الإحصائي مثل SPSS أو AMOS لاستخلاص نتائج علمية دقيقة يمكن تعميمها أو الاستفادة منها في تحسين السياسات الجامعية.

- تحليل البرامج التعليمية والمقررات الجامعية: يُستخدم هذا الأسلوب لتقييم مدى إدماج مفاهيم المقاولاتية داخل المناهج الأكاديمية، سواء من خلال وحدات تعليمية مستقلة أو عبر دمجها في مواد أخرى (مثل الاقتصاد أو التسويق). ويُدرس تأثير هذه البرامج على تعزيز روح المبادرة والإبداع لدى الطلبة، ومدى تحفيزها لتكوين فكرة مشروع أو تعزيز السلوك المقاولاتي.

- ورش العمل والدورات التدريبية: تُعد من الوسائل التطبيقية المهمة، حيث يتم تحليل أثر البرامج التدريبية المنظمة من قبل دار المقاولاتية أو حاضنات الأعمال داخل الجامعات على الطلبة. يتم قياس التغيرات في المهارات العملية (كإعداد خطة العمل، تقديم العرض التجاري، دراسات الجدوى...) أو في المواقف الذهنية تجاه المقاولاتية.

- المقابلات مع المستفيدين ومديري مراكز الدعم: تُستخدم كأداة نوعية لفهم أعمق لتجربة الطالب الجامعي المقاول، والتعرف على التحديات التي تواجهه، ومدى فاعلية مراكز الدعم الجامعي (مثل دار

المقاولاتية) في توجيهه وتحفيزه. كما تتيح هذه المقابلات استنتاج ملاحظات ميدانية تساعد في تحسين منظومة نشر الثقافة المقاولاتية¹.

¹ زقاوة احمد، مرجع سبق ذكره ، ص12.

المبحث الثاني : الثقافة المقاولاتية و المحيط الجامعي

يمثل المحيط الجامعي بيئة حيوية تلعب دورًا محوريًا في تشكيل الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي، من خلال ما توفره من موارد معرفية وفرص تدريبية. فالمؤسسات الجامعية لم تعد تقتصر على أداء وظائفها التقليدية في التعليم والبحث، بل أصبحت فاعلاً أساسياً في دعم الفكر المقاولاتي وترسيخ روح المبادرة. ويظهر ذلك من خلال إدماج مقررات ريادة الأعمال، وإنشاء دور المقاولاتية، وحاضنات الأعمال الجامعية. لذا، يُعد فهم العلاقة بين المحيط الجامعي والثقافة المقاولاتية خطوة ضرورية لتقييم مدى فاعلية الجامعة في إعداد رواد أعمال المستقبل. و عليه تضمن هذا المبحث المطلب الأول مفاهيم نظرية حول الجامعات الجزائرية ثم المطلب الثاني الطالب الجامعي والعوامل المؤثرة في بناء الثقافة المقاولاتية لديه ثم المطلب الثالث اثر الجامعة في تفعيل الثقافة المقاولاتية.

المطلب الأول : مفاهيم نظرية حول الجامعات الجزائرية

تُعد الجامعة مؤسسة تعليمية ذات طابع حضاري تطورت عبر العصور استجابةً لحاجات المجتمعات للعلم والمعرفة. وقد مرت نشأتها بعدة مراحل، حيث بدأت في الحضارات القديمة كمراكز تعليم ديني وفلسفي، لتتطور في العصور الوسطى إلى مؤسسات منظمة ذات طابع أكاديمي. ومع الزمن، أصبحت الجامعات فضاءات لتكوين النخب ونقل العلوم، مما جعلها تلعب دورًا محوريًا في النهضة الفكرية والاجتماعية.

الفرع الأول: نشأة الجامعة عبر التاريخ وأهميتها

1-نشأة الجامعة عبر التاريخ :

يرجع أصل مصطلح "جامعة (Université)" إلى اللغة اللاتينية، حيث اشتق من كلمة **universitas**، والتي تعني "الاتحاد" أو "التجمع". وقد بدأ استخدام هذا المصطلح في القرن الرابع عشر

للإشارة إلى المعنى المتداول حالياً لمفهوم الجامعة¹. وتشير بعض المصادر إلى أن أول استعمال لهذا المصطلح يعود إلى سنة 1218م، وكان يدل آنذاك على نوع من التنظيم داخل جماعة مهنية أو علمية محددة.

أما في الحضارة اليونانية، فرغم ازدهار الفكر الفلسفي والعلمي، إلا أن التعليم لم يرق إلى مستوى التعليم العالي كما هو معروف اليوم. فقد اشتهر فلاسفة مثل سقراط وأفلاطون وأرسطو بنقل المعارف الفلسفية والعلمية بشكل غير رسمي، دون منح شهادات أكاديمية أو تنظيم مؤسسي للتعليم، على خلاف الحضارة الهندية التي اقتصر فيها التعليم على طبقة الكهنة، مما جعل منه امتيازاً طبقياً².

وقد شكلت العصور الوسطى المنعطف التاريخي الأهم في نشأة الجامعة كمؤسسة تعليمية منظمة، حيث أصبحت تمثل أعلى مراحل التحصيل العلمي. وظهرت أولى الجامعات الأوروبية في القرن الثاني عشر، مثل جامعة باريس سنة 1194، التي كانت تعرف بـ"تجمع الأساتذة"، وجامعة بولونيا التي عُرفت بـ"تجمع الطلبة"، وقد ساهمت هذه الجامعات في إحياء الفلسفة اليونانية وتطويرها.

ومع بروز الثورة الصناعية، توسّع التعليم العالي ليشمل تخصصات أكثر تنوعاً، وظهرت جامعات تهتم بمجالات محددة كالعلوم الطبيعية، التطبيقية، والإنسانية، بما ساهم في تأطير البحث العلمي وتوجيهه نحو خدمة المجتمعات.

أما في الشرق العربي الإسلامي، فقد كان المسجد هو النواة الأولى للتعليم، ومع تطور الزمن، برزت مؤسسات علمية كبرى مثل جامع القيروان وجامع الزيتونة في شمال إفريقيا، والتي ركزت على تدريس العلوم الإسلامية. ويُعتبر الجامع الأزهر، الذي أنشئ في القرن العاشر الميلادي، أول جامعة إسلامية بالمعنى الأكاديمي، رغم أن مصطلح "جامعة" لم يُطلق عليه رسمياً إلا بعد إعادة تنظيمه سنة 1961.³

2- أهمية الجامعات في ترقية المجتمعات:

¹ سعيد التل، وآخرون، قواعد التدريس بالجامعة، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص40.

² ليلى نمور، كفاءة هيئة التدريس وأثرها على جودة التعليم العالي، د م ، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2011-2012، ص21.

³ مراد بن اشنهو، نحور الجامعة الجزائرية، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981، ص22.

تُعد الجامعة من أبرز ركائز التنمية، إذ تزود المتعلم بمعرفة شاملة وكفاءة عالية تؤهله ليكون في المكان المناسب. فالجامعات في الدول المتقدمة لطالما التزمت بتكوين نوعي متكامل، وخرجت كفاءات عالية وأسهمت في تطوير التكنولوجيا، لأنها تواكب حاجات مجتمعها ولا تنغلق على ذاتها¹.

ويُنظر إلى الجامعة على أنها مصنع لصناعة قادة المستقبل، لذا يُعد الاستثمار فيها من أنجح وأهم أنواع الاستثمار. وكما قيل: "إذا أردت أن تبني لسنة فابن مصنعاً، وإذا أردت أن تبني للحياة فابن جامعة"، فالجامعة لا تمثل شرفاً أكاديمياً فقط، بل هي استجابة لحاجة المجتمع.

في المقابل، واجهت الجامعات العربية انتقادات حادة، حيث وُصفت بأنها مجرد مؤسسات تعليم تقليدي تفتقر إلى التحديث والإبداع، ولم تتمكن من إحداث تغيير حقيقي في المجتمع، بل ساهمت أحياناً في إعادة إنتاج التخلف، نتيجة ضعف المناهج والأساليب التعليمية.

وقد أُكِّد في ندوة عقدت في عمان أن التعليم العالي - بما يشمل الجامعات والمعاهد ومراكز البحث - هو العمود الفقري للتقدم الاقتصادي والاجتماعي، وأصبح على الجامعات مواكبة التغيرات، والانتقال من مجرد التعليم إلى التعلم والإبداع، وربط مخرجاتها باحتياجات المجتمع².

ترتبط الجامعة ارتباطاً وثيقاً بمجتمعها، وتؤثر فيه وتتأثر به، فلا يمكن أن تعمل بمعزل عنه. وهي مطالبة بأدوار متعددة في التعليم والبحث وخدمة المجتمع، ويتوجب على أعضاء هيئة التدريس المساهمة في هذه المهام، مع مراعاة إعدادهم وتقييمهم وفق ذلك.

¹ الخضرمداح، الجامعة أساس نشر المعرفة وخدمة المجتمع، مجلة الحقوق و العلوم السياسية ، دراسات اقتصادية ، المجلد 23، العدد 01، جامعة الجلفة ، دت ، ص201-202.

² الغازي بن راشد سليمان، الاستثمار في التعلم العالي و أهميته في اعداد القوى البشرية المدربة ، كلية التربية السادس ، جامعة اليرموك، الأردن، 2005، ص05.

ما يجب على الجامعات لخدمة المجتمع¹:

- ربط التعليم بحاجات المجتمع الآنية والمستقبلية.
- تطوير برامج متنوعة تواكب العصر.
- تمكين الأفراد من مواكبة المستجدات العلمية.
- توفير تعليم مستمر للكبار.
- دعم الاتجاهات الإيجابية نحو التعليم.
- تقديم برامج خدمة المجتمع (محاضرات، ورشات، ندوات...).
- الاستجابة الفعالة لمتطلبات التنمية.
- التحول من الحفظ إلى التفكير والابتكار.
- تطوير المناهج وأساليب التدريس بما يلائم علوم وتقنيات العصر.
- تقديم رعاية شاملة للطلبة على المستويات النفسية والاجتماعية والثقافية.

الفرع الثاني : اهداف و وظائف الجامعة الجزائرية

نظراً لتعاقب العديد من الحضارات على الجزائر، فقد كان لكل حضارة بصمتها الفكرية والثقافية التي أسهمت في تشكيل التاريخ الوطني. وقد انعكس هذا التنوع الحضاري بشكل مباشر على منظومة التعليم، التي شهدت عدة تحولات تبعاً للفترات السياسية التي مرت بها البلاد، بدءاً من العهد العثماني، مروراً بالاستعمار الفرنسي، وصولاً إلى مرحلة الاستقلال.

¹ عمر صخري، التحليل الاقتصادي الكلي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1991، ص168.

ففي ظل الحكم العثماني، ساد نمط التعليم التقليدي الذي تمثل في المدارس القرآنية، والزوايا، والجامعات الدينية، والتي كانت تمثل قبلة لطلبة العلم من مختلف الأنحاء. أما خلال فترة الاستعمار الفرنسي، فقد فُرض نظام تعليمي استعماري يعكس المنظومة التربوية الفرنسية، هدفه طمس الهوية الوطنية والثقافية للجزائريين، عبر برامج تعليمية تتجاهل اللغة العربية والقيم الإسلامية¹.

عقب الاستقلال، ورثت الجزائر جامعة واحدة فقط، أنشئت سنة 1877 وأعيد تنظيمها سنة 1909 من قبل السلطات الفرنسية لتكون نموذجاً مطابقاً للجامعة الفرنسية، سواء من حيث اللغة المعتمدة أو محتوى البرامج أو حتى نسب الالتحاق، حيث كان عدد الطلبة الجزائريين ضعيفاً مقارنة بالأوروبيين². وقد استمر هذا التأثير الفرنسي في الجامعات الجزائرية حتى بعد الاستقلال، رغم محاولات الإصلاح التي بدأت تدريجياً، متأثرة بإصلاحات التعليم العالي في فرنسا، خاصة سنة 1965.

وشهدت الجامعة الجزائرية مراحل إصلاح متعددة، أبرزها سنوات 1972-1984، 1998، 2002، و2005، إلا أن دور الجامعة لم يعد مقتصرًا فقط على التدريس، بل توسع ليشمل وظائف أساسية أقرتها منظمة اليونسكو، وتشمل ما يلي³:

أ-التربية، التكوين، والبحث العلمي

تضطلع الجامعة بدور محوري في إعداد الموارد البشرية المؤهلة، عبر توفير فضاء تعليمي عالي المستوى يضمن التعلم مدى الحياة، وتطوير البحوث في مختلف التخصصات العلمية والتكنولوجية والاجتماعية. كما تهدف إلى ترسيخ القيم الأساسية للتعليم العالي، والمساهمة في التنمية الشاملة، مع احترام التنوع الثقافي وتمتين الهوية الوطنية والجهوية.

¹نورة قدور، الجامعة الجزائرية و تطبيق نظام ل.م.د و مدى نجاعته في تحقيق الانماء الحضاري للمجتمع، مجلة لغات اتصالات و مجتمع، المجلد 08 العدد 02، المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، 2021، ص173-174.

²مصطفى زايد، التنمية الاجتماعية ونظام التعليم الرسمي بالجزائر، الديوان الوطني للمطبوعات، الجزائر، 1986، ص47.

³هيئة الأمم المتحدة للتربية والتعليم والثقافة اليونسكو، التعليم العالي في القرن الواحد والعشرين الرؤية والعمل، اليونسكو، باريس، 1998، ص29.

ب-الاستقلالية، المسؤولية، والدور الأخلاقي

تقوم الجامعة أيضًا بدور أخلاقي أساسي، حيث تُمارس أنشطتها في إطار من الصرامة العلمية والنزاهة الأخلاقية، وتلتزم بالتعبير الحر والمسؤول عن القضايا المجتمعية، مع ترسيخ قيم المواطنة، والديمقراطية، والتسامح، والتعاون لخدمة الإنسان والمجتمع. ويُنتظر من التعليم العالي أن يسهم في مواجهة الظواهر الدخيلة التي تهدد البنية القيمية والثقافية للمجتمع¹

وفقًا لمنظور اليونسكو، فإن وظائف الجامعة متكاملة، حيث تجمع بين التعليم، البحث العلمي، وخدمة المجتمع. وتسعى الجامعة من خلال هذه الوظائف إلى إنتاج المعرفة، وتعزيز القيم الإنسانية، وتخريج خبراء ومختصين قادرين على قيادة التنمية والمساهمة في بناء المجتمع وصناعة مستقبل الوطن، ضمن رؤية تؤمن بالتقدم العلمي والتكنولوجي.

المطلب الثاني: الطالب الجامعي والعوامل المؤثرة في بناء الثقافة المقاولاتية لديه

يُعد الطالب الجامعي فاعلاً محورياً في محيطه الأكاديمي والاجتماعي، إذ يمثل شريحة شبابية تمتلك طاقات معرفية ومهارية تؤهلها للعب أدوار تنموية مستقبلية. وفي ظل التحديات الاقتصادية الراهنة، تتعاضد أهمية تمكين هذا الطالب من مفاهيم الريادة والعمل المقاولاتي. كما يُنظر إليه كعنصر استراتيجي في بناء ثقافة الابتكار والاستقلال المهني، مما يجعله محوراً رئيسياً في السياسات التعليمية والتنموية.

الفرع الأول: تعريف الطالب الجامعي:

عرف الطالب على أنه الفرد الذي يزاوِل دراسته و يتابع دروسا بجامعة أو مدرسة عليا، كقولنا : طالب طب طالب آداب ، طالب فلسفة....²

¹ سعيد بن حمد الربيعي، التعليم العالي في عصر المعرفة التغيرات والآفاق وآفاق المستقبل، دار الشروق للنشر، عمان، 2008، ص21.

² Le petit dictionnaire de la langue française 1992 P 368

كما عرف محمد ابراهيم الطالب على أنه الفرد الذي اختار مواصلة الدراسة الأكاديمية والمهنية ، ويأتي إلى الجامعة محملاً معه جملة قيم وتوجهات صقلتها المؤسسات التربوية الأخرى والجامعة من المفروض تحضره للحياة العليا.¹

و عليه نستنتج تعريف شامل للطالب الجامعي هو الفرد الملتحق بمؤسسة التعليم العالي بهدف اكتساب المعرفة المتخصصة، وتطوير المهارات العلمية والبحثية، والارتقاء بمستوى الفكر الثقافي والاجتماعي، استعداداً للاندماج الفعال في المجتمع وسوق العمل.

اما دور الطالب الجامعي متعدد الأبعاد، ويتجاوز مجرد التحصيل العلمي ليشمل تطوير الذات والمجتمع من خلال مجموعة مهام ومسؤوليات أساسية تلعب دوراً كبيراً في بناء مستقبل مشرق له وللمجتمع ككل²:

- المشاركة الفعالة في العملية التعليمية من خلال الحضور المنتظم، والمشاركة في النقاشات، والتفاعل البناء مع المحتوى العلمي والأساتذة، مما يثري العملية التعليمية ويعزز الفهم العميق للمواد الدراسية.
- تطوير القدرات الفكرية والنقدية والبحثية عبر الانخراط في الأنشطة العلمية، وكتابة البحوث، وتنفيذ المشاريع التطبيقية التي تساعد على صقل مهارات التحليل وحل المشكلات.
- المساهمة في البحث العلمي والابتكار من خلال المشاركة في المؤتمرات العلمية، والمشاريع البحثية، والمختبرات، مما يدعم تقدم المعرفة ويعزز مكانة الجامعة.
- تعزيز القيم الاجتماعية والثقافية مثل روح التعاون، والانتماء الوطني، والمسؤولية المجتمعية، مما يساعد على بناء شخصية متوازنة وواعية بالمجتمع.

¹ محمد إبراهيم الطالب ، دور التربية في مستقبل الوطن العربي، ط1، دار مجدلوي للنشر ، القاهرة ، 2003، ص223.

² منى عتيق، الطلبة الجامعيون بين تصور المستقبل وتأسيس الهوية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الملتقى الدولي حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، عدد خاص، جامعة باجي مختار، الجزائر، دت ، ص402.

- المشاركة في الأنشطة الطلابية المتنوعة التي تنمي الجوانب الشخصية والاجتماعية والقيادية، مثل النوادي الثقافية، والرياضية، والمبادرات التطوعية، مما يطور مهارات التواصل والعمل الجماعي.
- التحضير لسوق العمل عبر اكتساب المهارات المهنية والتقنية اللازمة، والتدريب العملي، والتعرف على متطلبات سوق العمل الحديثة، مما يسهل اندماجه في الحياة المهنية بنجاح.
- نشر الوعي والثقافة المقاولاتية بين أقرانه وفي المجتمع الجامعي، وتحفيز روح المبادرة والابتكار، وذلك من خلال المبادرات، وورش العمل، والتدريب على ريادة الأعمال، مما يساهم في خلق جيل قادر على خلق فرص عمل وتحقيق التنمية المستدامة.

الفرع الثاني : العوامل المؤثرة في بناء الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي ودوره ووظائفه

1- العوامل المؤثرة في بناء الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي

تشكل الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي محصلةً لتفاعل مجموعة من العوامل البنوية التي تتداخل فيها الأبعاد الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، حيث تؤثر هذه العوامل بشكل مباشر في إدراك الطالب لمفهوم المقاولاتية، وفي استعداداته النفسي والسلوكي للانخراط في نشاط ريادي. وفيما يلي أبرز هذه العوامل وفق تصنيفها الموضوعي¹:

أولاً: العوامل الثقافية

تلعب الثقافة دورًا محوريًا في تشكيل الاتجاهات والقيم المرتبطة بريادة الأعمال لدى الطلبة، ومن أبرز هذه العوامل²:

¹ بكفالة محمد سعيد الدين، كعزيم نذير، "مشكلات نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي - دراسة حالة على طلبة قسم علوم التسيير بجامعة قسنطينة 2"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 4، 2019، ص 85

² برراش نبيل، "تمثيلات الطلبة المقبلين على التخرج للمقاولاتية في ظل تكوينهم الجامعي"، مذكرة ماستر، جامعة ورقلة، 2022، ص 35.

- نظرة المجتمع إلى ريادة الأعمال: في بعض المجتمعات، يُنظر إلى المقاول كعنصر محفوف بالمخاطر أو حتى كـ"مغامر غير مضمون"، بينما ينظر إليه في مجتمعات أخرى كرمز للنجاح والمبادرة والحرية المهنية. هذه النظرة تترك أثراً مباشراً على قرار الطالب خوض التجربة المقاولاتية.
- التمثيلات الثقافية للفشل والنجاح: الثقافة التي تتسامح مع الفشل وتعتبره خطوة نحو التعلم تعزز من روح المبادرة، أما إذا ارتبط الفشل بالعار أو التقصير فإن ذلك يثبط الطالب ويقلل من استعداده لتحمل المخاطر.
- مضمون المناهج الجامعية: غلبة الطابع النظري والتقليدي في التدريس دون إدراج وحدات خاصة بريادة الأعمال يحد من انكشاف الطالب على الفكر المقاولاتي، ويعيق اكتسابه لمهارات الابتكار والتخطيط العملي¹.

ثانياً: العوامل الاجتماعية

تؤثر البيئة الاجتماعية المحيطة بالطالب بشكل كبير في بناء ثقافته المقاولاتية، من خلال:

- الدعم الأسري والاجتماعي: وجود عائلة مشجعة، أو أصدقاء داعمين، يمنح الطالب ثقة أكبر في خوض تجربة إنشاء مشروع خاص، بينما غياب هذا الدعم قد يثنيه عن ذلك.
- النماذج الناجحة في المحيط: رؤية خريجين أو أفراد من نفس الفئة العمرية نجحوا في إطلاق مشاريعهم تمثل حافزاً قوياً، حيث تؤكد للطالب إمكانية تحقيق النجاح خارج المسارات التقليدية.
- دور الجامعة كمحفز اجتماعي: توفر فضاءات للعمل الريادي داخل الجامعة مثل الحاضنات، النوادي الطلابية، الورش التكوينية والمسابقات الريادية، تساهم بشكل فعال في بناء توجهات إيجابية نحو المقاولاتية وتعزز من مهارات الطالب الاجتماعية والمهنية.

¹عزيزي فاطمة الزهراء، "استراتيجية الاتصال بالجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة"، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 3، 2022،

ثالثًا: العوامل الاقتصادية

يرتبط قرار التوجه نحو المقاولاتية غالبًا بواقع اقتصادي معين، ومن بين أهم المؤثرات الاقتصادية نذكر¹:

- **معدلات البطالة في صفوف الجامعيين**: في ظل انسداد آفاق التوظيف التقليدي، تصبح المقاولاتية خيارًا واقعيًا للاندماج في سوق العمل، خاصة لدى الشباب الجامعي الطامح للاستقلالية.
- **إمكانية الحصول على التمويل**: يساهم توفر برامج دعم وتمويل موجهة للشباب (مثل أجهزة دعم تشغيل الشباب في الجزائر، ANGEM، CNAC...) في تشجيع الطلبة على التفكير المقاولاتي.
- **المناخ الاقتصادي والتشريعي العام**: وجود بيئة قانونية مشجعة، وإجراءات إدارية مبسطة، إلى جانب حوافز ضريبية وجبائية، يساهم في تقليل التردد لدى الطالب في المبادرة بإنشاء مشروع.

2- دور ووظائف الطالب الجامعي:

نظرًا لأهمية الطالب الجامعي كعنصر فاعل في العملية التعليمية وركيزة أساسية في المنظومة الجامعية، فإن له أدوارًا متعددة ووظائف محددة يمكن تلخيصها كما يلي²:

أولًا: التعليم والتعلم يقع على عاتق الطالب مسؤولية المساهمة الفعالة في العملية التعليمية، وذلك من خلال تنفيذ التكاليفات والبحوث الموكلة إليه، والانخراط في المناقشات داخل قاعات الدروس، بالإضافة إلى المشاركة في برامج التعليم التكويني، وحضور الملتقيات والندوات العلمية، مما يساهم في تطوير مهاراته واكتساب المعارف الضرورية.

¹ بكفالة محمد سعيد الدين، كعزيزم نذير، مرجع سبق ذكره، ص 85

² عادل المانع، تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الطالب الجامعي الجزائري الفيسبوك و اليوتيوب نموذجا ، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة صالح بويندر ، قسنطينة ، الجزائر ، 2021-2022، ص 78.

ثانياً: التقييم يُعدّ تفاعل الطالب مع أستاذه أثناء عملية التقييم جزءاً أساسياً من جودة التعليم، ويُتَظَر منه التحلي بالموضوعية، والالتزام بالسلوك الإيجابي، وتحمل المسؤولية في سلوكياته وقراراته تجاه الجامعة والمجتمع ونفسه، بهدف المساهمة في توفير بيئة تعليمية سليمة وآمنة.

ثالثاً: مناقشة المنهاج والمقررات الدراسية عند الضرورة، يُطلب من الطالب طرح تساؤلات بناءة تتعلق بالمقررات والمنهج المعتمدة، والعمل على ربطها بالأهداف المرجوة ومخرجات التعلم المتوقعة، بما يعزز من جودة العملية التعليمية.

رابعاً: التعلم الجماعي يتمثل هذا الدور في مشاركة الطالب في الأنشطة التعليمية إلى جانب زملائه، سواء داخل الصفوف الدراسية أو خارجها، والمساهمة في النشاطات الطلابية والعمل بروح الفريق، بما يساعد في تنمية مهارات العمل الجماعي والتعاوني، وتقديم المصلحة العامة على المصلحة الفردية.

خامساً: المشاركة المجتمعية تُعد مشاركة الطالب في برامج التوعية البيئية والمجتمعية وسيلة لاكتساب مهارات جديدة، كما يُتَظَر منه الإسهام في خدمة المجتمع المحلي من خلال النشاطات الجامعية ذات الصلة بالبيئة الاجتماعية، والمشاركة في البحوث والندوات المرتبطة بقضايا المجتمع وسوق العمل. كما ينبغي أن يتحلى الطالب باحترام التعدد الثقافي والفردية، والاعتراف بحقوق الآخرين وخياراتهم، وأن يعمل على توعية المجتمع بالسلوكيات التي تعزز قيم المواطنة في أبعادها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، لتحقيق تطور مجتمعي أفضل¹.

المطلب الثالث: إسهام الجامعة الجزائرية في تفعيل وتكريس الثقافة المقاولاتية

يمثل التعليم الجامعي أحد المحاور الأساسية في نشر وترسيخ الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، باعتباره فضاءً خصباً لتشكيل الاتجاهات وتنمية القدرات الريادية. وتعد الجامعة الجزائرية فاعلاً رئيسياً في دعم روح

¹ دحية نبيلة ، علوطي عاشور، الطالب الجامعي مؤشر لتحقيق الجودة في التعليم العالي، مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السيوسولوجية و التنمية الإدارية ، المجلد 04، العدد 02، جامعة المسيلة ، 2021، ص12.

المبادرة من خلال إدماج مفاهيم المقاولاتية في المناهج والأنشطة التعليمية. ويندرج هذا المطلب في دراسة أثر الجامعة في تفعيل هذه الثقافة، ورصد أبرز مظاهر تكريسها في الواقع الجامعي.

الفرع الأول: اثر الجامعة في تفعيل الثقافة المقاولاتية

تُعد المقاولاتية عاملاً محورياً في إعادة هيكلة مؤسسات التعليم العالي، لاسيما الجامعات التي تسعى إلى تعزيز قدرتها التنافسية، وتوسيع برامجها الأكاديمية، وضمان استمراريتها في ظل التنافس المحلي والدولي المتزايد. وفي هذا الإطار، تسعى الجامعة المعاصرة إلى تحقيق توازن بين كونها مؤسسة تعليمية عمومية من جهة، وبين دورها كفاعل اقتصادي ومقاولاتي من جهة أخرى¹.

ويُعد تمكين الطلبة من المهارات المقاولاتية هدفاً استراتيجياً يستلزم جهوداً إضافية من الجامعات، ليس فقط عبر التكوين النظري، بل أيضاً من خلال تأهيل الطلبة نفسياً وفكرياً لخوض غمار العمل الحر. وقد بادرت العديد من الجامعات حول العالم إلى إدراج برامج تعليمية ومقررات دراسية متخصصة في مجال المقاولاتية، بالتوازي مع إطلاق مؤسسات حكومية وخاصة لبرامج تدريبية وأبحاث موجهة في ذات المجال.

وقد ساهمت هذه الجهود مجتمعة في بروز مفهوم "الجامعة المقاولاتية"، وهي جامعة تهدف إلى إعداد الطلبة ليكونوا رواد أعمال في المستقبل، وتوفر لهم التكوين العملي اللازم لإنشاء مشاريعهم الخاصة. كما تسعى إلى تمكينهم من المهارات الأساسية في التخطيط والتنظيم والإدارة، فضلاً عن تقديم الدعم المالي والاستشاري، مما يعزز من قدرتهم على تحويل أفكارهم المبتكرة إلى مشاريع قابلة للتجسيد على أرض الواقع.

وتتمثل إحدى المهام الجوهرية للجامعة المقاولاتية في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، عبر إعداد موارد بشرية مهيأة ذهنياً ونفسياً للعمل الحر، قادرة على تحمل المخاطر، وتحويل الأفكار الريادية إلى مشاريع فعلية. ويتطلب ذلك تدريباً متخصصاً على إعداد وتنفيذ المشاريع، مع توفير التأيير والتوجيه المناسبين في جميع مراحل المشروع.

¹ بسام سمير الرميدي، تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب: استراتيجية مقترحة للتحسين مجلة اقتصاديات المال والاعمال العدد 06 جوان 2018، ص 377

ويُعد التعليم الجامعي دعامة أساسية في تنمية المهارات المقاولاتية، إذ ينبغي أن تركز المناهج التعليمية على قيم الاستقلالية، والمثابرة، والثقة بالنفس، وغيرها من المهارات المرتبطة بالمقاولاتية. كما يجب أن تساهم الجامعة في نشر ثقافة العمل الحر، وذلك من خلال ما يلي¹:

1. **تعميم المفهوم المقاولاتي** بين الطلبة، وتوعيتهم بأن المقاولاتية خيار إستراتيجي، وليست مجرد بديل في ظل ندرة فرص التوظيف التقليدية؛

2. **إدماج المقاولاتية في البرامج الدراسية** لكافة التخصصات، بما يساهم في تعزيز مساهمة القطاع الخاص في الاقتصاد الوطني؛

3. **تعزيز التعاون بين الجامعة وهيئات الدعم والمرافقة**، على غرار دار المقاولاتية؛

4. **تنظيم ملتقيات ومحاضرات وورشات** حول الفكر المقاولاتي في مختلف كليات ومعاهد الجامعة؛

5. **إنشاء حاضنات أعمال جامعية** تهتم بتطوير أفكار مشاريع الطلبة ومرافقتهم في تجسيدها؛

6. **ربط الطالب بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي** من خلال توقيع اتفاقيات شراكة مع المؤسسات، وتفعيل برامج التربصات الميدانية؛

7. **تنظيم دورات تدريبية واستضافة نماذج ناجحة** من رواد الأعمال، وإطلاق مسابقات وزيارات لمعارض متخصصة².

¹ أشواق بن قدور، ومحمد بلخير، أهمية نشر ثقافة المقاولاتية و انعاش الحس المقاولاتي في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية المركز الجامعي تمنراست، العدد 11، 2017، ص 12.

² أشواق بن قدور، ومحمد بلخير، مرجع سبق ذكره 11، 2017، ص 12

الفرع الثاني : مظاهر تكريس الثقافة المقاولاتية في الجامعة الجزائرية

شهدت الجامعة الجزائرية في السنوات الأخيرة توجهاً متزايداً نحو تعزيز علاقتها بعالم الأعمال، وذلك في إطار وعي متنامٍ من قبل السلطات العمومية بأهمية المقاولاتية كخيار استراتيجي محوري يسهم في تنويع القاعدة الاقتصادية الوطنية. وانطلاقاً من الدور الجوهرى للمؤسسة الجامعية في نشر الفكر المقاولاتي وترسيخه في الوسط الأكاديمي، عملت الجامعات الجزائرية على تبني مجموعة من السياسات والمبادرات التي تهدف إلى دعم وترقية الثقافة المقاولاتية في أوساط الطلبة، وقد انعكست هذه الجهود في حرص الجامعات على تحسين التكوين المقاولاتي، وتشجيع روح المبادرة لدى الطلبة، ومرافقة أفكارهم الإبداعية نحو التحول إلى مشاريع اقتصادية فعلية يمكن أن تُجسد في الواقع المهني والميداني. وفيما يلي، سيتم عرض أبرز مظاهر تجسيد وترسيخ الثقافة المقاولاتية على مستوى الجامعة الجزائرية¹.

أولاً: دار المقاولاتية

1 -تعريف دار المقاولاتية: تُعد دار المقاولاتية نقطة التقاء استراتيجية بين الجامعة والوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، وتهدف أساساً إلى تنمية الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين والموظفين. تسعى هذه المبادرة إلى ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال داخل الوسط الجامعي، وتحفيز الطلبة على ابتكار أفكار جديدة قابلة للتجسيد في شكل مشاريع، بما يُسهم في الانتقال من مجرد مشاريع إبداعية محدودة إلى مبادرات مبتكرة واسعة النطاق. ويُتوقع من هذه الديناميكية أن تُحدث نقلة نوعية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما تتيح للطلبة فرصة تأسيس مؤسسات ناجحة في مجالات متنوعة، مما يُسهم في تعزيز اقتصاد المعرفة ، وبالتالي، فإن دار المقاولاتية تُعد بمثابة بوابة هامة أمام الطلبة لتحويل أفكارهم الريادية إلى مشاريع ملموسة في بيئة الأعمال².

¹عبدلي حبيبة، عبدلي وفاء، عبدلي هالة، تعزيز الثقافة المقاولاتية بالجامعة الجزائرية " تجليات ومعوقات " ، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 18، العدد 01، جامعة خنشلة ، الجزائر، 2020، ص261.

²أشواق بن قدور محمد بلخير (جانفي)، أهمية نشر ثقافة المقاولاتية و إنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية ، العدد 11، المركز الجامعي تمنراست، الجزائر، 2017، ص352،

2 -واقع دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية : رغم أن الجامعة الجزائرية لا تزال تواجه تحديات عديدة تعيق تحقيق تكامل فعال بين تخصصاتها الأكاديمية واحتياجات بيئة الأعمال، إلا أنها تسعى إلى سد هذه الفجوة من خلال دعم الأفكار الريادية للطلبة الشباب. وفي هذا السياق، تم إنشاء دار المقاولاتية كآلية لدعم هذه المساعي، حيث كانت أول تجربة على مستوى جامعة منتوري قسنطينة 1 سنة 2007، والتي تُعد رائدة في هذا المجال. وقد تم ضمن هذه التجربة إدراج مادتين تعليميتين جديدتين في عدد من الكليات، هما: "معارف أساسية حول المؤسسة" و"سيرورة إنشاء المؤسسة"، وتم اعتماد هاتين المادتين كوحدات استكشافية في كليات العلوم الطبيعية، علوم التغذية، العلوم التكنولوجية، الهندسية، والعلوم الاقتصادية، بهدف ترسيخ الثقافة المقاولاتية، لاحقاً، تم تعميم هذه التجربة على غالبية الجامعات الجزائرية¹.

3- أهداف دار المقاولاتية في الجامعة الجزائرية:

تهدف دار المقاولاتية إلى تعزيز روح المبادرة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين من خلال مجموعة من المهام الأساسية التي تنقسم إلى ما يلي:

- **المرافقة القبلية:** تتمثل في توعية وتشجيع الطلبة داخل الوسط الجامعي على تبني ثقافة ريادة الأعمال، وذلك بهدف دفعهم تدريجياً للتخلي عن التوجه التقليدي نحو الوظيفة العمومية، وتحفيزهم على إنشاء مشاريعهم الاقتصادية الخاصة، سواء في مجال الخدمات أو الإنتاج.
- **التكوين:** يشمل تنظيم دورات تكوينية متخصصة تهدف إلى تنمية المهارات والمفاهيم المقاولاتية لدى الطلبة، وتتوزع هذه الدورات على ثلاثة محاور رئيسية:

¹أيوب صكري ، سمير محمد جلاب، علي شطة، واقع التعليم المقاولاتي في الجزائر الإنجازات والطموحات، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE العدد 04، جامعة عمار ثليجي، الاغواط، الجزائر، 2018، ص15.

- البحث عن فكرة مشروع: تركز على تنمية التفكير الإبداعي لدى الطالب، ودفعه إلى الخروج من النماذج الفكرية التقليدية نحو أفكار مبتكرة قابلة للتجسيد.
- إنشاء المؤسسة: تُعنى بتعريف الطلبة بمراحل تأسيس المؤسسة، وشرح كيفية إعداد مخطط الأعمال (Business Plan) بشكل منهجي وعملي.
- تسيير المؤسسة: تُخصص لتكوين الطلبة في أساليب وتقنيات التسيير الحديثة، بما يمكنهم من إدارة مشاريعهم بكفاءة وفعالية.

ثالثاً: التعليم المقاولاتي

يرى العديد من الباحثين أن المقاربة التعليمية في تنمية السلوك المقاولاتي تقوم على فرضية أساسية مفادها أن تضمين المقاولاتية ضمن البرامج التعليمية والتكوينية في الجامعات والمعاهد والمراكز البحثية يُفضي إلى تعزيز توجه مقاولاتي فعال لدى الأفراد. هذا التوجه ينعكس إيجاباً على طموحاتهم المستقبلية، ويزيد من دافعيتهم نحو العمل، الإنجاز، وروح المبادرة.¹

1. تعريف التعليم المقاولاتي:

عرفت وثيقة مشتركة صادرة عن اليونسكو ومنظمة العمل الدولية (2006) بعنوان "نحو ثقافة ريادية" التعليم المقاولاتي على أنه "مقاربة تربوية تهدف إلى تعزيز احترام الذات والثقة بالنفس، من خلال دعم وتنمية المواهب والإبداعات الفردية، مع التركيز على بناء القيم والمهارات المرتبطة بمجال المقاولاتية، والتي تساعد المتعلمين

¹ محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر -دراسة ميدانية-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2016، ص142.

على توسيع آفاقهم سواء في الدراسة أو الحياة المهنية. ويُننى هذا التعليم على أنشطة ذات طابع شخصي وسلوكي، وأخرى تتعلق بتخطيط المسار المهني¹.

وبالاستناد إلى التعريفين، يمكن القول إن التعليم المقاولاتي يمثل إطاراً علمياً وأكاديمياً يُعتمد عليه في تطوير ممارسات وأساليب تربوية تهدف إلى تحفيز التفكير الإبداعي لدى الطلبة الجامعيين، والارتقاء بمستوى تحصيلهم الابتكاري، مما يحقق ما يلي:

أ. تنمية المهارات الإبداعية لدى الطلبة في المجال المقاولاتي:

• تمكين الطلبة من القدرة على إنشاء مشاريع تقنية ومنظمات قائمة على الابتكار التكنولوجي، إلى جانب بناء مبادرات مقاولاتية قائمة على المهارات². وتشمل هذه المهارات:

- **مهارات إدارية:** كحل المشكلات، التنظيم، التخطيط، اتخاذ القرار، وتحمل المسؤولية.
- **مهارات اجتماعية:** كالتعاون، العمل الجماعي، والقدرة على التكيف مع أدوار جديدة.
- **مهارات تطوير الذات:** كالثقة بالنفس، التحفيز المستمر، التفكير النقدي، التأمل الذاتي، والمثابرة.
- **مهارات مقاولاتية:** مثل التعلم الذاتي، الإبداع، تحمل المخاطر، تجسيد الأفكار، التسيير، وبناء العلاقات التجارية.

• توفير المعرفة المتعلقة بمقاول الأعمال.

¹ محمد علي الجودي، تجارب عالمية في التعليم المقاولاتي، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الاقتصادي، العدد 21، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، دت، ص97.

² صكري أيوب، المرجع السابق، ص18.

- تنمية الدوافع واكتشاف وتطوير المواهب المقاولاتية.

ب. خلق بيئة تفاعلية بين الجامعة وسوق العمل:

يساهم التعليم المقاولاتي في إعداد جيل من الطلبة المقاولين القادرين على تحقيق النجاح في مساراتهم المهنية، من خلال:

- تعزيز قدراتهم على التخطيط للمستقبل.¹
- تنمية مهارات الإبداع والابتكار، بما يساهم في بناء اقتصاد معرفي قائم على الأفكار المتجددة، والذي يدعم التنمية المجتمعية .

ج. تقديم مفاهيم حول عالم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يلعب التعليم المقاولاتي دوراً محورياً في توعية الطلبة بعالم المقاولات وتشجيعهم على العمل الحر من خلال²:

- توضيح مفاهيم المؤسسة والمقاولات، وبيئة المال والأعمال، وآليات الاندماج في سوق العمل.
- نقل المعارف التطبيقية المرتبطة بالكفاءات المقاولاتية، والتحديات التي تواجه رواد الأعمال.
- تمكين الطلبة من اكتساب مهارات إنشاء المشاريع المصغرة، من خلال التدريب على إعداد دراسة الجدوى ومخطط الأعمال (دراسة تسويقية، فنية، مالية...)، مما يساهم في ترسيخ الروح المقاولاتية لديهم.

ثانياً: واقع التعليم المقاولاتي في الجامعة الجزائرية

¹ محمد علي الجودي، المرجع السابق ، ص97.

² كسنة محمد، قهيري فاطنة ، دور التعليم المقاولاتي في تعزيز الروح المقاولاتية للمرأة في الجزائر، دراسة ميدانية ، مجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية ، المجلد 08، العدد 01، جامعة عمار ثليجي، الجلفة ، الجزائر ، 2017، ص14.

رغم المجهودات المبذولة من خلال إنشاء "دور المقاولاتية" في العديد من الجامعات الجزائرية، إلا أن التعليم المقاولاتي لا يزال محصوراً في الإطار النظري والأكاديمي، ويُدرّس غالباً ضمن مقاييس أو وحدات مرتبطة بميدان التكوين الجامعي. ومع ذلك، تسعى البرامج البيداغوجية إلى تمكين الطالب من تحقيق إنجازات شخصية وتطوير المهارات الضرورية لإنشاء وإدارة المشاريع الريادية.¹

ويستند التعليم المقاولاتي الجامعي في الجزائر إلى ثلاث نماذج تربوية رئيسية:

1. نموذج العرض: يركز هذا النموذج على نقل المعرفة من الأستاذ إلى الطالب، حيث يُنظر إلى العملية التعليمية على أنها "نقل معلومات" من طرف خبير إلى متلقٍ سلبي. ويتميز هذا النموذج بالاعتماد على السرد والتلقين أكثر من التفاعل.

2. نموذج الطلب: يعتمد هذا النموذج على احتياجات ودوافع الطلبة، ويهدف إلى خلق بيئة تعلم نشطة. يتمثل دور الأستاذ هنا في التيسير والإرشاد، بينما يُمنح الطالب دوراً فاعلاً من خلال النقاش، الاستكشاف، البحوث، التجارب الميدانية، والممارسات التطبيقية.

3. نموذج الكفاءة:

يركز هذا النموذج على تنمية قدرات الطلبة في حل المشكلات المعقدة باستخدام المعارف والكفاءات الأساسية. يقوم على التفاعل بين المعلم والطالب، حيث يصبح المعلم "مدرّباً"، والطالب عنصراً فاعلاً في بناء معارفه من خلال التجربة والممارسة. يهدف النموذج إلى إعداد الطلبة لمواجهة التحديات المهنية المستقبلية، من خلال التركيز على مهارات التواصل، النقاش، والعروض التقديمية في سياقات قريبة من الحياة الواقعية.²

¹عبدلي حبيبة، عبدلي وفاء، عبدلي هالة، المرجع السابق، ص265.

²محمد قوجيل، المرجع السابق، ص142.

خلاصة:

ختاماً، يشكّل التناول النظري للثقافة المقاولاتية مدخلاً أساسياً لفهم هذا المفهوم المركّب والمتداخل مع مجالات متعددة كعلم الاجتماع، الاقتصاد، التربية. وقد بيّن هذا الفصل أن الطالب الجامعي ليس مجرد متلقٍ سلبي للمعرفة، بل فاعل في ديناميكية التغيير، قادر على تبني قيم المقاولاتية وتجسيدها عند توفر بيئة محفّزة وملائمة. ويتطلّب ترسيخ هذه الثقافة وعياً مؤسسياً وجامعياً بأهميتها، من خلال إعادة تكييف البرامج التعليمية وتوفير وسائل الدعم والتوجيه. وقد أرسى هذا الفصل الأسس المفاهيمية الضرورية لفهم محددات الثقافة المقاولاتية وآليات قياسها، والتي ستستكمل دراستها لاحقاً. فبناء جيل يحمل روح المبادرة لا يتوقف عند حدود المعرفة النظرية، بل ينطلق منها ليترجم إلى سلوك عملي ومبادرات واقعية تساهم في خلق القيمة والإنتاج.

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد تناول الإطارين النظري والمنهجي للدراسة، كان من الضروري الانتقال إلى الجانب التطبيقي من البحث، وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي تهدف إلى اختبار الفرضيات المطروحة والكشف عن مدى تحقق أهداف البحث على أرض الواقع. وتُعد الدراسة الميدانية خطوة أساسية تسمح بتجسيد المفاهيم النظرية ضمن سياق عملي، من خلال جمع البيانات وتحليلها باستخدام أدوات إحصائية مناسبة، بما يعزز من مصداقية النتائج ويُضفي طابعًا علميًا وموضوعيًا على البحث. وقد تم في هذا الفصل الاعتماد على أداة الاستبيان كوسيلة لجمع المعلومات من عينة مختارة من الطلبة الجامعيين، قصد التعرف على آرائهم وتصوراتهم حول الموضوع محل الدراسة، وفق محاور محددة بعناية تتماشى مع الإشكالية والأهداف المرسومة. وعلیم تم تقسيم هذا الفصل الى :

- المبحث الأول : تقديم دار المقاولاتية بجامعة عين تموشنت
- المبحث الثاني: الطريقة و الأدوات
- المبحث الثالث : تحليل النتائج ومناقشتها

المبحث الأول : تقديم مركز تطوير المقاولاتية بجامعة عين تموشنت

تعد مركز تطوير المقاولاتية من أهم الآليات الحديثة التي أدرجتها الجامعة الجزائرية ضمن إستراتيجيتها لتعزيز روح المبادرة والابتكار لدى الطلبة، في إطار دعم التشغيل الذاتي ومواكبة التحولات الاقتصادية المعاصرة. وتأتي هذه المبادرة انسجامًا مع التوجهات الوطنية الرامية إلى ترقية ثقافة المقاولاتية في الأوساط الجامعية، من خلال توفير بيئة حاضنة للمشاريع والأفكار الريادية. ومن هذا المنطلق، يُعنى هذا المبحث بتقديم دار المقاولاتية بجامعة عين تموشنت، وذلك عبر الوقوف أولاً عند المفهوم العام لهذا الهيكل التنظيمي، ثم التطرق إلى أهدافه، مهامه، وآليات عمله.

المطلب الأول : تعريف مركز تطوير المقاولاتية

مركز تطوير المقاولاتية في عين تموشنت هي مركز جامعي أنشئ لتعزيز ثقافة المقاولاتية بين الشباب، من خلال التكوين، الدعم، المرافقة، وتنظيم الفعاليات المختلفة. تهدف إلى تمكين الشباب من تأسيس مشاريع ناجحة تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمنطقة، وتعمل بالتنسيق مع هيئات دعم وطنية مثل ANSEJ و NESDA لتوفير الدعم المالي والإداري للمقاولين الشباب.

و هي جزء من شبكة مراكز تطوير المقاولاتية التي أنشأتها الحكومة الجزائرية في الجامعات بهدف تعزيز ثقافة المقاولاتية بين الطلبة ودعمهم في تأسيس مشاريعهم الخاصة. هذه المراكز توفر بيئة متكاملة من التكوين، التوعية، المرافقة، والدعم المالي والإداري لتحويل الأفكار إلى مؤسسات ناجحة.

المطلب الثاني: مهام وأهداف مركز تطوير المقاولاتية

تيعد مركز تطوير المقاولاتية أداة محورية لدعم التوجه الريادي داخل الجامعة، من خلال توفير بيئة حاضنة للمبادرة والإبداع. ويهدف هذا المطلب إلى إبراز المهام الرئيسية والأهداف الاستراتيجية التي تضطلع بها هذه الدور في ترسيخ الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، و تتمثل في:

- **التوعية والتكوين:** تنظيم محاضرات، ورشات عمل، وأيام دراسية لتعريف الطلبة بأهمية المقاولاتية ومهاراتها الأساسية، مثل التخطيط، الإدارة المالية، التسويق، والتسيير العملياتي. كما تغطي برامج التكوين موضوعات متقدمة مثل التخطيط الاستراتيجي، الجوانب القانونية لإنشاء المؤسسات، واستراتيجيات النمو والابتكار

- **المرافقة والدعم:** توفير خبراء وموجهين متخصصين لمساعدة الطلبة في تطوير مشاريعهم، من مرحلة الفكرة إلى التنفيذ، مع متابعة مستمرة لضمان نجاح المشروع. كما تقدم دار المقاولاتية الدعم في إعداد دراسات الجدوى، التراخيص القانونية، واستراتيجيات التمويل
- **الشراكات مع هيئات الدعم الوطنية:** التعاون مع الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (NESDA) والوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ) لتوفير برامج تمويلية متنوعة تشمل إعانات مالية وقروض غير مكافئة تساعد في إنشاء وتوسيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة ². هذه التمويلات تشمل إعفاءات ضريبية وتسهيلات في مراحل الإنشاء والاستغلال، مما يعزز فرص نجاح المشاريع الناشئة.
- **تنظيم فعاليات ومبادرات محلية:** مثل الأيام الدراسية والندوات التي تعزز مكانة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد المحلي، وتتيح للطلبة لقاءات مع مقاولين ناجحين وزيارات ميدانية للمؤسسات الاقتصادية في عين تموشنت

المطلب الثالث: مصالح مركز تطوير المقاولاتية

- توفير بيئة تعليمية وتدريبية متكاملة للطلبة الراغبين في الدخول إلى عالم المقاولات.
- الربط بين الطلبة والجهات الداعمة مثل الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ) ج (والوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية). (NESDA)
- تقديم الدعم المالي والتقني والإداري للمشاريع الناشئة.
- تعزيز التعاون بين مختلف القطاعات الاقتصادية والجامعية لتطوير نظام بيئي متكامل للمقاولاتية

المبحث الثاني: الطريقة و الأدوات

ستقوم من خلال هذا المبحث بتحديث الاطار المنهجي للدراسة التطبيقية، الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي بمركز تطوير المقاولاتية يعين تموشنت .

المطلب الأول: منهج وأدوات جمع البيانات

سنطرق ضمن هذا المطلب إلى المنهج المتبع في الدراسة وادوات الدراسة المستعملة في جمع البيانات .

أولاً: منهج الدراسة .

يُعد المنهج مجموعة من العمليات والخطوات التي يعتمد عليها الباحث بهدف إنجاز بحثه العلمي. ويُختار المنهج وفقاً لطبيعة الموضوع المدروس، والإشكالية المطروحة، والفرضيات الموضوعة لمعالجة الموضوع وتحقيق أهداف الدراسة. وفي هذا البحث، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، لكونه الأنسب لطبيعة الموضوع. ويُعرف هذا المنهج بأنه يجمع بين الوصف والتحليل والتفسير العلمي، عبر جمع البيانات النظرية والميدانية، وتصنيفها، وتحليلها، وإخضاعها للدراسة النقدية. وقد سعى الباحث من خلال هذا المنهج إلى وصف وتقييم الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي ، بالاستناد إلى دراسة ميدانية أجريت على مستوى جامعة عين تموشنت .

ثانياً: أدوات جمع البيانات .

من بين الأدوات التي تم استخدامها في جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة هي: الاستبيان .

أ- الاستبيان: يعتبر الأداة الأكثر ملائمة لتحقيق اهداف هذه الدراسة فهو مجموعة من الأسئلة حول موضوع معين ، ويهدف إلى :

● التعرف على اتجاه افراد العينة الدراسة حول مستوى الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي بجامعة عين تموشنت .

ب - تصميم الاستبيان بناء على الدراسات التي تطرقت الموضوع الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي فتم تصميم الاستبيان الذي يتكون من :

القسم الأول: المعلومات الشخصية الأفراد عينة الدراسة الذي يشمل الجنس، السن، المستوى التعليمي.

القسم الثاني: يشمل المتغيرات الأساسية للدراسة وهي أسئلة موجهة للعينة للإجابة عنها وفق سلم ليكارت الخماسي لاختبار الفرضيات والاجابة على اشكالية الدراسة كالتالي :

الجدول رقم (1) سلم ليكارت الخماسي

الدرجة	التصنيف
1	غير موافق بشدة
2	غير موافق
3	محايد
4	موافق
5	موافق بشدة

المصدر: من اعداد الطالب

فتم تحديد طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي كالتالي :

- حساب المدى $4=1-5$

- طول الخلية : $0.8=5/4=5/(1-5)$

- الحد الأعلى للخلية : طول الخلية + اقل قيمة في المقياس و بالتالي يصبح طول الخلايا كما الجدول التالي:

المستوى الحسابي	1-1.8	1.8-2.6	2.6-3.4	3.4-4.2	4.2-5
المستوى	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

المطلب الثاني: الأساليب والبرامج الاحصائية المستخدمة في الدراسة .

التحليل البيانات قمنا باستخدام برنامج (SPSS) وتم الاعتماد على الاساليب الاحصائية التالية :

- معامل الفاكرونباخ (alpha cronbach) لقياس ثبات أداة الدراسة .
- المتوسط الحسابي (Mean) المعرفة درجة موافقة على الاسئلة .

- الانحراف المعياري للتعرف على درجة تشتت اجابات افراد عينة الدراسة .
- معامل سوبرمان المعرفة مستوى الارتباط الاحصائي بين المتغيرين .
- معامل الارتباط بيرسون المعرفة صدق الاتساق الداخلي العبارات الدراسة .
- التكرارات والنسب المئوية لإظهار نسب إجابات أفراد عينة الدراسة .
- الانحدار الخطي البسيط والذي يستخدم المعرفة مدى تأثير متغير مستقل واحد على متغير تابع واحد .

المطلب الثالث : مجتمع وعينة الدراسة .

سنطرق من خلال هذا المطلب الى مجتمع الدراسة الميدانية والعينة المستهدفة للدراسة .

أولاً: مجتمع الدراسة .

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجرى عليها البحث الأول أو التقصي.

وفيما يخص دراستنا فقد تمثل مجتمع الدراسة عينة من طلبة جامعة عين تيموشنت .

ثانياً : عينة الدراسة

يعرّف "موريس إنجرس" العينة بأنها مجموعة فرعية تمثل عناصر مجتمع بحث معين. وفيما يتعلق بعينة الدراسة، يوضح الجدول التالي جميع التفاصيل المتعلقة بالاستبيانات المسترجعة، والمستبعدة، وتلك القابلة للتحليل.

الجدول رقم 2: عينة الدراسة

عدد الطلبة	الاستبيانات
50	الموزعة
50	المسترجعة
0	المستبعدة
50	المقبولة

المصدر: من اعداد الطالب

المبحث الثالث : تحليل النتائج ومناقشتها

يهدف المبحث الثالث من هذه الدراسة إلى تحليل النتائج المستخلصة من البيانات التي تم جمعها طلبة جامعة عين تموشنت . من خلال هذا المبحث، سيتم فحص العلاقة الثقافية المقاولاتية و الطالب الجامعي . كما سيتم مناقشة نتائج التحليل الإحصائي الذي تم تطبيقه على العينة المستهدفة، مع التركيز على تحليل النتائج الدالة إحصائيًا وتفسيرها.

المطلب الأول : تحليل البيانات الشخصية :

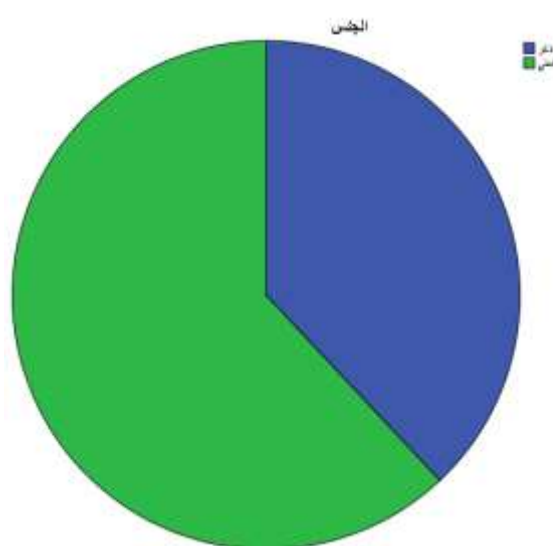
1-توزيع افراد العينة حسب النوع :

الجدول رقم 3: يمثل توزيع افراد العينة حسب الجنس

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	19	38%
انثى	31	62%
المجموع	50	100

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS نسخة 22

الشكل رقم 1: يمثل توزيع افراد العينة حسب النوع



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS نسخة 22

يوضح الجدول رقم (3) والشكل رقم (2) توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث تبين أن عدد الإناث بلغ (31) بنسبة مئوية قدرها (62%)، في حين بلغ عدد الذكور (19) بنسبة (38%) من إجمالي أفراد العينة البالغ عددهم (50) طالبًا.

يُلاحظ من هذه المعطيات أن العينة تميل إلى الطابع الأنثوي، ما قد يعكس الواقع الديموغرافي في جامعة عين تموشنت، أو قد يكون راجعًا إلى ارتفاع إقبال الطالبات على المشاركة في الدراسات الميدانية ذات الطابع المقاولاتي.

هذا التوزيع يمكن أن يؤثر على بعض المتغيرات المدروسة، خاصة إذا ثبت وجود اختلافات في الثقافة المقاولاتية بين الجنسين، وهو ما يمكن التحقق منه لاحقًا في ضوء نتائج التحليل الإحصائي.

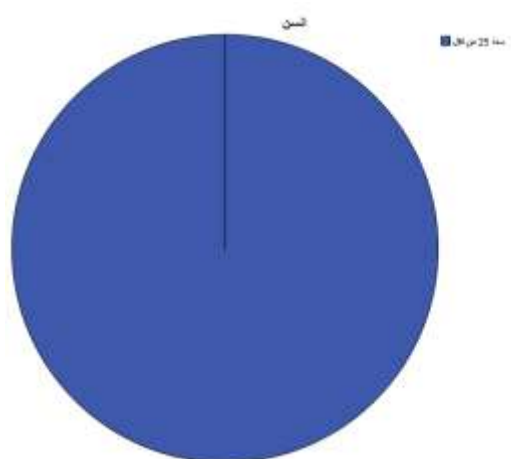
2-توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية:

الجدول رقم 4: يمثل توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية

العمر	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 25 سنة	50	100%
المجموع	50	100

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS نسخة 22

الشكل رقم 2: يمثل توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS نسخة 22

يُبين الجدول رقم (4) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية، حيث أظهرت النتائج أن جميع أفراد العينة (100%) تتراوح أعمارهم أقل من 25 سنة، وهو ما يُشير إلى تجانس العينة من حيث البعد العمري، ويدل على أن الدراسة تم تطبيقها على فئة الشباب الجامعي، وهي الفئة المستهدفة التي غالبًا ما تكون في مراحل التكوين الأكاديمي والانفتاح على مفاهيم جديدة كالثقافة المقاولاتية. هذا التوزيع يعزز من ملاءمة العينة لموضوع الدراسة، باعتبار أن فئة الشباب الجامعي هي الأكثر استهدافًا في سياسات تعزيز روح المبادرة والمقاولة، مما يُكسب نتائج الدراسة مزيدًا من المصداقية والارتباط بالواقع الجامعي.

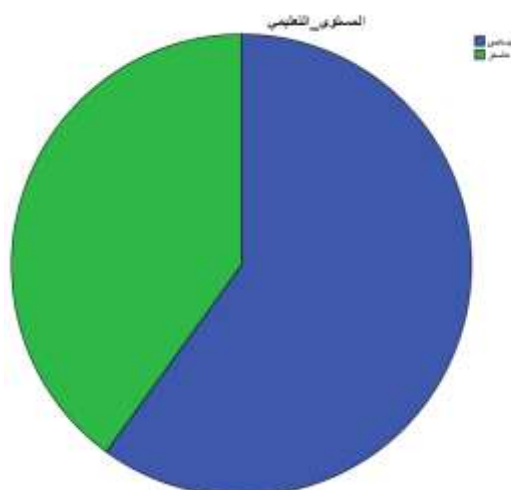
3- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي :

الجدول رقم 5: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
60%	30	ليسانس
40%	20	ماستر
100	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS نسخة

الشكل رقم 3: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS نسخة 22

يوضح الجدول رقم 5 توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، حيث يشكل الطلبة الحاصلون على شهادة الليسانس نسبة 60% من مجموع العينة، بإجمالي 30 فردًا، في حين يمثل طلبة الماستر نسبة 40% بعدد 20 فردًا. هذا التوزيع يعكس تمثيلًا مناسبًا لمستويات التعليم المختلفة داخل العينة، مما يساهم في تعزيز مصداقية النتائج المستخلصة من الدراسة، حيث يتم استقصاء آراء طلاب من مستويين تعليميين متقدمين داخل جامعة عين تموشنت.

المطلب الثاني: اختبار صدق و ثبات أداة الدراسة وتحليل البيانات

تقصد بصدق اداة الدراسة ما ادى كانت تعكس محتوى متغيرات الدراسة وقياس ذلك بفعالية اما الثبات تقصد به اختبار الدقة التي تقيس بها الأداة وهذه المتغيرات ، أي درجة استقرار النتائج و ثباتها.

أولاً: اختبار ثبات أداة الدراسة:

لقياس درجة ثبات الاستبيان، تم اعتماد طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، حيث يشترط أن يبلغ معامل ألفا القيمة المقبولة وهي (0.7) أو أعلى لضمان تمتع الأداة بالثبات الكافي. وكلما اقترب معامل الثبات من القيمة (1)، دلّ ذلك على مستوى أعلى من الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبيان. وفي إطار هذه الدراسة، وللتحقق من مدى ثبات أداة البحث، تم حساب قيمة معامل ألفا كرونباخ، وقد تم عرض النتائج المحصلة في الجدول التالي:

الجدول رقم 6: يوضح معامل ألفا كرونباخ

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
اسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية		0.711
الثقافة المقاولاتية لدى الطالب		0.882
أهداف دار المقاولاتية		0.908
الاستبيان ككل		0.856

يوضح الجدول رقم 6 نتائج حساب معامل ألفا كرونباخ لقياس موثوقية الأدوات البحثية المتمثلة في المحاور المختلفة للاستبيان، وهو مؤشر يعبر عن مدى الاتساق الداخلي بين العبارات التي تكون كل محور. نلاحظ من الجدول أن معامل ألفا كرونباخ لمحور إسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية بلغ 0.711، وهي قيمة تعبر عن مستوى مقبول من الاتساق الداخلي. وهذا يدل على أن الفقرات الخمسة التي يتكون منها هذا المحور متجانسة إلى حد جيد، مما يؤكد أن الاستبيان يقيس هذا الجانب بشكل موثوق.

أما بالنسبة لمحور الثقافة المقاولاتية لدى الطالب، فقد بلغ معامل ألفا كرونباخ 0.882، وهي قيمة عالية تدل على موثوقية قوية للعبارات الستة التي تشكل هذا المحور. هذا المستوى العالي يشير إلى أن الفقرات مرتبطة بشكل متماسك وتوفر قياساً دقيقاً لمفهوم الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة.

بالنسبة لمحور أهداف دار المقاولاتية، فقد سجل معامل ألفا كرونباخ 0.908، وهو مستوى ممتاز يعكس درجة عالية جداً من الاتساق الداخلي بين العبارات الثمانية التي تكون هذا المحور. هذا يشير إلى أن المحور مصمم بشكل جيد وأن العبارات المتضمنة تقدم قياساً موثوقاً ودقيقاً للأهداف المنشودة من دار المقاولاتية.

وأخيراً، يظهر الاستبيان ككل مستوى موثوقية عالياً حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ 0.856، مما يؤكد أن الاستبيان بكامله يتمتع باتساق داخلي قوي، ويمكن الاعتماد عليه في جمع البيانات وتحليلها.

ثانياً : اختبار صدق أداة الدراسة :

- **الصدق الظاهري (تحكيم الخبراء):** تم التحقق من صدق الاستبيان عبر تقييم محتواه، وذلك بعرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين لإبداء آرائهم وملاحظاتهم. وقد تركزت ملاحظاتهم بشكل أساسي على تعديل صياغة بعض العبارات من حيث البناء اللغوي والدقة العلمية. بناءً على هذه الملاحظات والاقتراحات، أُجريت التعديلات اللازمة بما يتوافق مع آراء الغالبية العظمى من المحكمين، ليعتمد الاستبيان في صورته النهائية.
- **صدق الاتساق الداخلي :** للتأكد من الاتساق الداخلي بين كل عبارة والمحور الذي تنتمي إليه، تم حساب معامل ارتباط بيرسون، وهو معامل يستخدم لتحليل البيانات الكمية ويتراوح بين (-1) و(1). وتشير إشارة المعامل إلى طبيعة العلاقة، سواء كانت طردية (موجبة) أو عكسية (سالبة)، كما هو موضح في الجدولين التاليين.

الجدول رقم 7 : معامل الارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول (اسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية)

المحاور	عدد العبارات	معامل الارتباط بيرسون	SIG
اسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية	1	0.713**	0.01
	2	0.717**	

	0.472**	3	
	0.320*	4	
	0.614**	5	

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS

يوضح جدول رقم 7 معاملات ارتباط بيرسون بين عبارات المحور الأول، الذي يعبر عن إسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية، ومدى تماسك هذه العبارات مع بعضها البعض، وكذلك دلالة هذه الارتباطات إحصائياً.

نلاحظ أن معاملات الارتباط بين العبارات تتراوح بين 0.320 و 0.717، وجميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 أو 0.01، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية وإيجابية بين مختلف عبارات المحور. على وجه التحديد:

- **العبرة الأولى والثانية** أظهرتا ارتباطاً مرتفعاً جداً (0.713 و 0.717 على التوالي) مع الدلالة الإحصائية عند مستوى 0.01، مما يدل على توافق وتناسق عالي في تصور الطلبة حول الدور الذي تلعبه الجامعة في تعزيز الثقافة المقاولاتية من خلال هذه العبارات.
 - **العبارات الثالثة والخامسة** أظهرتا أيضاً ارتباطاً إيجابياً قوياً (0.472 و 0.614) مع دلالة إحصائية قوية، مما يعزز من مصداقية المحور في قياس إسهام الجامعة بشكل عام.
 - **رغم أن العبرة الرابعة** أظهرت ارتباطاً أقل نسبياً (0.320)، إلا أن هذه القيمة تبقى ذات دلالة إحصائية، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية متوسطة مع باقي العبارات ولا تنفي تماسك المحور.
- إن هذه النتائج تدل على أن عبارات المحور الأول مترابطة بشكل جيد، مما يعكس أن الطلبة يتفقون على أهمية إسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لديهم. كما تدعم هذه المعاملات مصداقية المحور الأول في الاستبيان، مما يعطي ثقة في تحليل ودراسة أثر إسهام الجامعة في الثقافة المقاولاتية.

الجدول رقم 8: معامل الارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني (الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة)

المحاور	عدد العبارات	معامل الارتباط بيرسون	SIG
الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة	1	0.887**	0.01
	2	0.832**	
	3	0.643**	
	4	0.919**	
	5	0.728**	
	6	0.762**	

من اعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS

الجدول رقم 8 يعرض نتائج معاملات الارتباط لبيرسون بين عبارات المحور الثاني المتعلق بالثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، ويبرز أهمية كل عبارة في تكوين مكون الثقافة المقاولاتية. يظهر الجدول أن جميع معاملات الارتباط بين العبارات والمحور العام ذات دلالة إحصائية عالية ($p = 0.01$) ، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين 0.643 و 0.919، مما يشير إلى وجود ارتباط قوي وإيجابي بين كل عبارة والثقافة المقاولاتية لدى الطلبة.

على سبيل المثال، بلغت قيمة معامل الارتباط للعبارة الأولى 0.887، وهو ما يدل على قوة ارتباطها بالمفهوم العام للثقافة المقاولاتية، ما يعني أن هذه العبارة تساهم بشكل كبير في تمثيل هذا المحور. بالمثل،

العبارات الأخرى مثل الرابعة والخامسة سجلت معدلات ارتباط مرتفعة (0.919 و 0.728 على التوالي)، ما يعزز ثقة الباحث في تمثيل هذه العبارات للمفهوم محل الدراسة.

هذا المستوى العالي من الدلالة والارتباط يؤكد أن عبارات المحور الثاني صيغت بطريقة دقيقة وفعالة، وأنها تقيس فعلاً جوانب مختلفة للثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، مما يدعم صلاحية المحور كأداة بحثية موثوقة. كما يبرهن ذلك على وجود تماسك داخلي جيد بين العبارات، وهو أمر مهم لضمان جودة البيانات وموثوقية النتائج المشتقة منها.

الجدول رقم 9: معامل الارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث (أهداف دار المقاولاتية)

المحاور	عدد العبارات	معامل الارتباط بيرسون	SIG
أهداف دار المقاولاتية	1	0.714**	0.01
	2	0.719**	
	3	0.855**	
	4	0.869**	
	5	0.786**	
	6	0.872**	
	7	0.871**	
	8	0.586**	

يوضح جدول رقم 9 معاملات الارتباط لبنود محور "أهداف دار المقاولاتية" مع المتوسط العام للمحور باستخدام معامل ارتباط بيرسون. تُظهر النتائج ارتباطات قوية وإيجابية بين كل عبارة من عبارات المحور

والمتوسط الكلي، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين 0.586 و 0.872، وجميعها ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01 ($p < 0.01$)

تُشير هذه القيم العالية إلى أن كل عبارة من عبارات "أهداف دار المقاولاتية" تساهم بشكل كبير ومتناسق في تكوين المفهوم العام للمحور، مما يعزز من موثوقية ومصداقية مقياس المحور. على وجه الخصوص، العبارات رقم 3، 4، 6، و 7 حققت أعلى معاملات ارتباط (تجاوزت 0.85)، مما يدل على قوة تمثيلها وتأثيرها في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة. أما العبارة الثامنة التي حققت أقل قيمة بين العبارات (0.586) فهي لا تزال ضمن حدود الارتباط القوي، مما يؤكد تماسك مكونات المحور بشكل عام.

كما تدل الدلالة الإحصائية العالية (0.01) على أن هذه العلاقات ليست عشوائية، بل تعكس تماسكاً حقيقياً وارتباطاً جوهرياً بين العبارات وأهداف دار المقاولاتية. هذا يعكس فعالية تصميم الاستبيان ونجاحه في قياس الأبعاد المتعلقة بدور دار المقاولاتية في تعزيز الحس المقاولاتي.

ثالثاً : عرض وتحليل البيانات الموضوعية

أ- عرض و تحليل نتائج المحور الأول

في هذا الجزء، سيتم عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات المرتبطة بالأبعاد الفرعية لهذا المحور، وذلك من خلال إجراء المعالجة الإحصائية للبيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، حيث سيتم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة.

الجدول رقم 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالمحور الأول

المؤشرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة	رتبة السؤال
01	3.000	1.195	محايد	4
02	2.960	1.369	محايد	5
03	4.380	0.752	موافق	1

04	4.220	0.708	موافق	2
05	4.060	0.818	موافق	3
المتوسط والانحراف المعياري الاجمالي للمحور الأول	3.724	0.948	موافق	

يُظهر الجدول رقم 10 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعناصر المحور الأول المتعلقة بالمعلومات الشخصية للطلبة. تشير نتائج المتوسطات إلى تنوع في اتجاهات عينة الطلبة تجاه البنود المختلفة.

فقد حصلت العبارة رقم 03 على أعلى متوسط حسابي بقيمة 4.38 مع انحراف معياري منخفض نسبياً (0.752)، مما يعكس اتفاقاً قوياً واتجاهاً إيجابياً من قبل أغلب الطلبة تجاه هذه العبارة، تلتها العبارات 04 و 05 التي حصلت أيضاً على متوسطات مرتفعة تزيد عن 4، مما يشير إلى توافق ملحوظ على تلك البنود.

في المقابل، جاءت العبارتان 01 و 02 بمتوسطات قريبة من القيمة المحايدة (3.00 و 2.96 على التوالي) مع انحرافات معيارية مرتفعة نسبياً، مما يعكس وجود انقسامات بين آراء الطلبة أو تفاوت في تقييمهم لهذه العبارات، مع اتجاه عام محايد.

أما المتوسط والانحراف المعياري الإجمالي للمحور الأول فقد أظهر متوسطاً إيجابياً (3.724) مع انحراف معياري متوسط (0.948)، ما يعكس أن عينة الدراسة تميل بشكل عام إلى الاتجاه الإيجابي فيما يتعلق بالمعلومات الشخصية ذات الصلة بالثقافة المقاولاتية، مع تباين معقول في التقييمات.

تُظهر هذه النتائج أن الطلبة يتمتعون بفهم جيد وموقف إيجابي نسبياً تجاه المعلومات الشخصية التي يمكن أن تؤثر على تبني الثقافة المقاولاتية، لكنها أيضاً تنبه إلى وجود اختلافات في بعض البنود تستدعي مزيداً من التحليل المتعمق لفهم الأسباب الكامنة وراء ذلك.

ب- عرض وتحليل نتائج المحور الثاني

سنقوم فيما يلي بعرض وتحليل استجابات أفراد العينة للعبارات المتعلقة بهذا المحور، حيث يبين الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة به.

الجدول رقم 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالمحور الثاني

المؤشرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة	رتبة السؤال
01	3.880	0.872	موافق	3
02	4.140	0.857	موافق	2
03	3.820	0.869	موافق	4
04	3.760	1.021	موافق	5
05	4.160	0.911	موافق	1
06	3.860	0.903	موافق	3
المتوسط والانحراف المعياري الاجمالي للمحور الثاني				
	3.936	0.903	موافق	

يبين جدول رقم 11 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالمؤشرات المختلفة للمحور الثاني، والذي يتناول إسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية. تظهر النتائج أن جميع المتوسطات الحسابية تتراوح بين 3.76 و4.16، مع انحرافات معيارية تتراوح بين 0.857 و1.021، مما يدل على تشتت معتدل نسبياً في إجابات الطلبة.

تؤكد قيم المتوسطات أن اتجاه عينة الطلبة الجامعيين يتسم بـ"الموافقة" على معظم العبارات المتعلقة بدور الجامعة في تعزيز الثقافة المقاولاتية، حيث لم يكن هناك أي مؤشر وقع في نطاق "محايد" أو "غير موافق". وكان المؤشر الخامس هو الأعلى في المتوسط (4.16)، ما يشير إلى أن الطلاب يرون الجامعة تحقق هذا الجانب بشكل أكثر وضوحاً مقارنة بالعناصر الأخرى، بينما كان المؤشر الرابع الأقل (3.76) لكنه لا يزال ضمن نطاق الموافقة.

بالنظر إلى الانحرافات المعيارية، فإنها تظهر تفاوتاً معتدلاً في آراء الطلبة، خاصة في المؤشر الرابع (1.021) مما يدل على وجود آراء متباينة قليلاً بين الطلبة في هذا الجانب. أما المؤشرات الأخرى فتمتاز بانحرافات أقل تشير إلى توافق أكبر في وجهات النظر.

المتوسط العام للمحور الثاني (3.936) والانحراف المعياري الإجمالي (0.905) يعكسان توجهاً إيجابياً وموافقة عامة لدى الطلبة على أن الجامعة تقوم بدور فاعل في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية. هذا الاتجاه يدعم فرضية البحث المتعلقة بإسهام الجامعة في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة.

بالتالي، يمكن التأكيد على أن الجامعة تشكل بيئة مناسبة تسهم بشكل ملحوظ في غرس وتنمية الثقافة المقاولاتية، مما يمثل ركيزة مهمة في تطوير مهارات الطلاب وتحفيز روح المبادرة لديهم.

3- عرض وتحليل نتائج المحور الثالث:

سنقوم فيما يلي بعرض وتحليل استجابات أفراد العينة للعبارات المتعلقة بهذا المحور، حيث يبين الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة به.

الجدول رقم 12: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالمحور الثالث.

المؤشرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العينة	رتبة السؤال
01	3.860	1.069	موافق	7
02	4.140	0.639	موافق بشدة	1
03	3.920	1.006	موافق	5
04	3.960	1.124	موافق	4
05	3.880	0.982	موافق	6
06	3.860	1.010	موافق	8
07	3.940	0.912	موافق	3
08	4.140	0.989	موافق بشدة	2

المتوسط والانحراف المعياري الاجمالي بالمحور الثالث	3.963	0.947	موافق
--	-------	-------	-------

يبين جدول رقم 12 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الخاصة بعبارات محور "أهداف دار المقاولاتية" ضمن استبيان الطلبة الجامعيين بجامعة عين تموشنت. تتراوح المتوسطات بين 3.860 و 4.140 على مقياس ليكرت الخماسي، مما يعكس بشكل واضح توجه العينة نحو الموافقة إلى الموافقة بشدة على أهمية الأهداف التي تسعى دار المقاولاتية لتحقيقها. وتأتي العبارتان الثانية والثامنة في صدارة التقييم بمتوسط 4.140، مما يشير إلى إقبال كبير وتقدير عالٍ من الطلبة لهاتين النقطتين، وهو ما يدل على أن هذه الأهداف تحظى بأهمية خاصة في تعزيز الحس المقاولاتي لديهم.

أما المتوسط الحسابي الإجمالي للمحور الثالث (3.963) فهو مؤشر قوي على أن أغلب أفراد العينة يوافقون بشكل إيجابي على الأهداف المتبناة من قبل دار المقاولاتية، وهو ما يؤكد فعالية الدار في أداء دورها التوعوي والتنموي داخل الجامعة. من جهة أخرى، يشير الانحراف المعياري الإجمالي (0.947) إلى وجود تنوع معتدل في آراء الطلبة، وهو أمر متوقع في الدراسات الاجتماعية نظراً لاختلاف الخلفيات والتجارب الشخصية، إلا أن هذا التنوع لا يقلل من قوة النتائج، بل يعكس طبيعة الواقع المعقد والمتعدد الأوجه لآراء الطلبة.

توضح هذه النتائج بشكل عام أن دار المقاولاتية تلعب دوراً فعالاً في تحقيق أهدافها الأساسية، مما ينعكس إيجابياً على تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، وهو ما يتماشى مع أهداف المؤسسات التعليمية الرامية إلى دعم روح المبادرة والابتكار لدى الشباب. بناءً عليه، يمكن اعتبار هذه النتائج دعماً قوياً للفرضية التي تفترض أن دار المقاولاتية تحقق أهدافها بدرجة ذات دلالة إحصائية في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات و تحليل النتائج

بعد تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات المرتبطة بالمحاور الأساسية التي تناولها المطلب السابق، سيتم في هذا المطلب اختبار فرضيات الدراسة التي تم تبنيها، مع تقديم مناقشة تفصيلية للنتائج المتوصل إليها.

أولاً : اختبار الفرضية الرئيسية :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة عين تموشنت.

- **الفرضية الصفرية H_0** : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة عين تموشنت.
- **الفرضية البديلة H_1** : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة عين تموشنت.

الجدول رقم 13: نتائج تحليل معامل الارتباط بيرسون للفرضية الرئيسية

المتغيرات	معامل الارتباط بيرسون	قيمة مستوى معنوية الاختبار / (2- tailed) Sig.	عدد الافراد N
المحور الاول	-0.141	0.5	50
المحور الثانية	0.703*	0.00	50
المحور الثالث	0.141-	0.00	50

تعد الفرضية الرئيسية لهذه الدراسة من أهم الفرضيات التي تهدف إلى الكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة عين تموشنت. ولتحقيق ذلك، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون كأداة تحليل إحصائي لقياس درجة العلاقة بين المحاور المختلفة للدراسة.

تشير نتائج الجدول رقم (13) إلى اختلاف واضح في قوة واتجاه العلاقة بين المحاور الثلاثة المدروسة. بدايةً، يظهر أن العلاقة بين المحور الأول، والذي يمثل المعلومات الشخصية للطلبة، وباقي المحاور، لم تكن ذات دلالة إحصائية، حيث سجل معامل ارتباط سلبي ضعيف (-0.141) وقيمة معنوية مرتفعة (0.5)، مما يؤكد أن الخصائص الشخصية للطلبة لم يكن لها تأثير مباشر على إسهام الجامعة أو على الثقافة المقاولاتية. هذا الأمر يعكس أن العوامل الشخصية، رغم أهميتها في بعض الدراسات، لم تكن هنا محددًا رئيسيًا في تعزيز الثقافة المقاولاتية داخل البيئة الجامعية.

في المقابل، بين المحور الثاني، الذي يعكس إسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية، والمحور الثالث، الخاص بالثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، لوحظ ارتباط إيجابي قوي جداً (0.703) مع قيمة دلالة إحصائية ممتازة (0.00)، مما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين هذين المتغيرين. هذا يعني أن الجهود والمبادرات التي تبذلها الجامعة، من خلال برامجها وأطرها الخاصة بدعم المقاولاتية، لها تأثير فعال ومباشر في رفع مستوى الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة. ويُعتبر هذا مؤشراً إيجابياً للغاية، يعكس نجاح الجامعة في تبني استراتيجية واضحة تهدف إلى تعزيز الحس المقاولاتي، الأمر الذي قد ينعكس إيجاباً على مخرجات التعليم وسوق العمل.

أما العلاقة بين المحور الثالث والمحور الأول فقد جاءت سلبية وضعيفة وغير دالة إحصائياً، وهو ما يعزز مرة أخرى أن دور الجامعة ومبادراتها هو المحرك الرئيسي لتعزيز الثقافة المقاولاتية، أكثر من العوامل الشخصية التي قد تختلف بين الطلبة.

بناءً على هذه النتائج، يتم رفض الفرضية الصفريّة التي تنفي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز الثقافة المقاولاتية، ويتم قبول الفرضية البديلة التي تؤكد وجود علاقة قوية وذات دلالة إحصائية بين هذين المتغيرين. هذه النتيجة تؤكد أهمية الدور الذي تلعبه الجامعة ودار المقاولاتية كرافد أساسي في تطوير ثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، مما يدعو إلى استمرار دعم هذه المبادرات وتطويرها لتشمل المزيد من البرامج والأنشطة التي تعزز من هذه الثقافة بشكل أوسع وأعمق.

علاوة على ذلك، تعكس هذه النتائج الحاجة إلى التركيز على الجوانب المؤسسية والبيئية التي توفرها الجامعة، حيث تبين أن الدعم المؤسسي هو العنصر الحاسم في نجاح نشر الثقافة المقاولاتية، مقارنة بالعوامل الفردية أو الشخصية. وبالتالي، فإن تعزيز الثقافة المقاولاتية يجب أن يتم من خلال خطط استراتيجية ومستمرة من قبل الجامعة، تستهدف الطلبة على مختلف المستويات وتتكامل مع الاحتياجات التنموية للمجتمع وسوق العمل.

في الختام، تبرهن هذه النتائج على أن مبادرات الجامعة ودار المقاولاتية ليست فقط ذات أثر إيجابي وإنما أيضاً ضرورية لتعزيز قدرة الطلبة على الانخراط في عالم المقاولات، وتطوير مهاراتهم وقدراتهم على الإبداع والابتكار في مجال الأعمال، وهو ما ينعكس إيجاباً على التنمية الاقتصادية والاجتماعية بشكل عام.

ثانياً: اختبار الفرضيات الفرعية

1- اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

لإسهام الجامعة دور ذو دلالة إحصائية في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

- **الفرضية الصفرية H_0** : لا يوجد دور لإسهام الجامعة ذو دلالة إحصائية في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

- **الفرضية البديلة H_1** : لإسهام الجامعة دور ذو دلالة إحصائية في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم 14: نتائج تحليل الارتباط بيرسون للفرضية الفرعية الأولى

المتغيرات	معامل الارتباط بيرسون	قيمة مستوى معنوية الاختبار / 2- Sig. tailed)	عدد الافراد N
المحور الاول	0.088	0.5	50
المحور الثاني			

في إطار اختبار الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أن "لإسهام الجامعة دور ذو دلالة إحصائية في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين"، تم استخدام تحليل الارتباط من نوع بيرسون لدراسة العلاقة بين متغير إسهام الجامعة (المحور الثاني) ومتغير الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة (المحور الأول).

تشير نتائج جدول رقم 14 إلى أن عدد أفراد العينة هو 50 طالباً، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون بين المحور الأول والمحور الثاني 0.088، بينما كانت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية-2 (Sig. tailed) مساوية لـ 0.5، وهي قيمة أعلى بكثير من مستوى الدلالة التقليدي 0.05 المعتمد في الدراسات العلمية.

بناءً على هذه النتائج، فإن مستوى الدلالة الإحصائية المرتفع يشير إلى أن العلاقة بين إسهام الجامعة والثقافة المقاولاتية ليست ذات دلالة إحصائية. وبعبارة أخرى، لا يمكننا رفض الفرضية الصفرية التي تفيد بعدم

وجود دور ذو دلالة إحصائية لإسهام الجامعة في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين في عينة الدراسة.

ويعني ذلك أن البيانات التي تم جمعها وتحليلها لا تدعم وجود ارتباط قوي أو معنوي بين إسهام الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية ومدى تمتع الطلبة بهذه الثقافة، وربما يرجع هذا إلى عوامل متعددة، منها أن إسهام الجامعة قد يكون ضعيفاً أو غير كافٍ من وجهة نظر الطلبة، أو أن هناك متغيرات أخرى تؤثر في الثقافة المقاولاتية لم يتم تضمينها في التحليل.

وعليه، يمكن الاستنتاج أن الجامعة، وفقاً لهذه العينة ونتائجها، لا تلعب دوراً إحصائياً مؤثراً في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، مما يستدعي إعادة النظر في البرامج والمبادرات التي تقدمها الجامعة في هذا المجال لتعزيز فعاليتها وتأثيرها على الطلبة.

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

يتمتع الطلبة الجامعيون بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية وفقاً لنتائج الاستبيان.

• **الفرضية الصفرية H_0** : لا يتمتع الطلبة الجامعيون بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية وفقاً لنتائج الاستبيان.

• **الفرضية البديلة H_1** : يتمتع الطلبة الجامعيون بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية وفقاً لنتائج الاستبيان.

الجدول رقم 15 : نتائج تحليل T Test للفرضية الفرعية الثانية

Test Value = 3						
المتغير	عدد الأفراد (N)	الفرق المتوسطات	في قيمة T	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	SIG
المحور الثاني	50	0.936	9.162	3.936	0.722	0.00

تتمحور الفرضية الفرعية الثانية حول مدى تمتع الطلبة الجامعيين بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية، وفقاً لنتائج الاستبيان الذي وزع على عينة مكونة من 50 طالباً. وقد تم اختبار هذه الفرضية من

خلال إجراء اختبار T لعينة واحدة، حيث تم وضع القيمة المرجعية (Test Value) مساوية ل3، والتي تمثل المتوسط النظري في مقياس ليكرت من 1 إلى 5، حيث يشير الرقم 3 إلى مستوى متوسط.

تشير نتائج التحليل الموضحة في جدول رقم 15 إلى أن المتوسط الحسابي للمحور الثاني (المتعلق بإسهام الجامعة في تعزيز الثقافة المقاولاتية) بلغ 3.936، وهو أعلى من القيمة المرجعية 3 بمقدار فرق يبلغ 0.936. وتأتي قيمة الانحراف المعياري 0.722، مما يدل على تباين مقبول في توزيع الإجابات. أما بالنسبة لقيمة T فهي 9.162، وهي قيمة كبيرة تدل على وجود فرق حقيقي بين المتوسط الفعلي والمتوسط النظري. والأهم من ذلك، أن قيمة الدلالة الإحصائية (SIG) تساوي 0.00، وهي أقل بكثير من مستوى الدلالة المقبول 0.05.

بناءً على هذه النتائج، فإننا نرفض الفرضية الصفرية التي تنص على أن الطلبة الجامعيين لا يتمتعون بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية، ونقبل الفرضية البديلة التي تؤكد تمتع الطلبة بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية. هذا يدل على أن إسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة ملموس وفعال بدرجة إحصائية معتبرة.

من الناحية العملية، تعكس هذه النتيجة نجاح الجامعة في تحقيق دورها التربوي والثقافي في مجال المقاولاتية، وهو ما يعزز من فرص الطلبة في تبني ثقافة ريادة الأعمال والاستعداد للمشاركة الفعالة في سوق العمل من خلال مشاريعهم الخاصة. ويعزز هذا المستوى المتوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية من قدرة الطلبة على التفكير الريادي وتبني المبادرات التي تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

تحقق دار المقاولاتية أهدافها في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين بدرجة ذات دلالة إحصائية.

- **الفرضية الصفرية H0 :** لا تحقق دار المقاولاتية أهدافها في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين بدرجة ذات دلالة إحصائية.

- **الفرضية البديلة H1:** تحقق دار المقاولاتية أهدافها في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين بدرجة ذات دلالة إحصائية.

الجدول رقم 16 : نتائج تحليل T Test للفرضية الفرعية الثالثة

Test Value =3						
المتغير	عدد الأفراد (N)	الفرق في المتوسطات	قيمة T	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	SIG
المحور الثاني	50	0.962	8.942	3.962	0.761	0.00

بناءً على نتائج اختبار T لعينة واحدة الموضحة في الجدول رقم (16)، والذي هدف إلى التحقق من صحة الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على أن "دار المقاولاتية تحقق أهدافها في تعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين بدرجة ذات دلالة إحصائية"، نلاحظ أن المتوسط الحسابي لإجابات العينة بلغ **3.962**، وهو أعلى من القيمة المحايدة المحددة بـ **3**، وهي القيمة النظرية التي تمثل الحد الفاصل بين الموافقة والرفض في مقياس ليكرت الخماسي.

تشير قيمة T المحسوبة البالغة **8.942** إلى وجود فرق واضح بين المتوسط الفعلي والمتوسط النظري، كما أن مستوى الدلالة الإحصائية المصاحب لهذا الاختبار ($\text{Sig.} = 0.000$) هو أقل بكثير من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha = 0.05$)، مما يعني أن هذا الفرق ليس عشوائياً بل ذو دلالة إحصائية قوية. وبهذا الشكل، فإننا نرفض الفرضية الصفرية **H0** التي تنفي وجود أثر لدار المقاولاتية، ونقبل الفرضية البديلة **H1** التي تفيد بأن لدار المقاولاتية دوراً فعالاً في تحقيق أهدافها المرتبطة بتعزيز الحس المقاولاتي لدى الطلبة.

إن هذه النتائج تعكس تقييماً إيجابياً من طرف أفراد العينة للدور الذي تلعبه دار المقاولاتية في الجامعة، وتدلل على أن الطلبة يستشعرون وجود مبادرات حقيقية وجهود ملموسة تهدف إلى ترسيخ ثقافة العمل المقاولاتي وتحفيزهم على تبني هذا التوجه كخيار مهني مستقبلي. ومن خلال هذا الارتفاع الملحوظ في المتوسط، يمكن القول إن دار المقاولاتية تنجح في تحقيق الأهداف المسطرة لها، سواء من حيث رفع مستوى الوعي المقاولاتي، أو من حيث تقديم الدعم والتوجيه المناسبين للطلبة في هذا المجال الحيوي.

خلاصة:

في إطار الدراسة الميدانية الموسومة بـ "الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي"، تم توزيع استبيان موجه على عينة مكونة من (50) طالبًا وطالبة من جامعة عين تموشنت، بهدف الكشف عن مستوى الثقافة المقاولاتية لديهم، ودور الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز هذا التوجه. تكون الاستبيان من أربعة محاور رئيسية: محور المعلومات الشخصية، محور إسهام الجامعة، محور الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة، ومحور أهداف دار المقاولاتية. وقد تم الاعتماد في التحليل على البرنامج الإحصائي SPSS ، باستخدام المتوسطات والانحرافات المعيارية واختبار T لعينة واحدة وتحليل الارتباط. (Pearson)

وقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن ما يلي:

1. **الفرضية الرئيسية:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إسهام الجامعة ودار المقاولاتية في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين بجامعة عين تموشنت".

—أظهرت نتائج معامل الارتباط (Pearson) وجود علاقة قوية وموجبة بين كل من إسهام الجامعة ودار المقاولاتية من جهة، والثقافة المقاولاتية لدى الطلبة من جهة أخرى، حيث بلغت قيمة الارتباط بين المحور الثاني (إسهام الجامعة) والمحور الثالث (الثقافة المقاولاتية) 0.703 بدرجة دلالة 0.000، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية، وعليه تم قبول الفرضية الرئيسية.

2. **الفرضية الفرعية الأولى:** لإسهام الجامعة دور ذو دلالة إحصائية في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين". أظهرت نتائج اختبار T لعينة واحدة أن المتوسط الحسابي لإسهام الجامعة بلغ 3.51 بدرجة دلالة 0.012، وهي أقل من 0.05، ما يعني أن الفرضية ذات دلالة إحصائية، وعليه تم قبول الفرضية.

3. الفرضية الفرعية الثانية: يتمتع الطلبة الجامعيون بمستوى متوسط فأعلى من الثقافة المقاولاتية وفقاً لنتائج الاستبيان ".بلغ المتوسط الحسابي لمحور الثقافة المقاولاتية 3.48 وبلغت الدلالة الإحصائية 0.027، وهي دلالة إحصائية معنوية، مما يشير إلى أن مستوى وعي الطلبة المقاولاتية مقبول ويميل إلى الارتفاع، وبالتالي تم قبول الفرضية.
4. الفرضية الفرعية الثالثة: تحقق دار المقاولاتية أهدافها في تعزيز الحس المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين بدرجة ذات دلالة إحصائية". أظهر اختبار T أن المتوسط الحسابي لهذا المحور بلغ 3.962 وقيمة T كانت 8.942، بدرجة دلالة 0.000، مما يدل على دلالة إحصائية قوية، وبالتالي تم قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

خاتمة

خاتمة

ختامًا، يمكن القول إن موضوع الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي يُعد من المواضيع الحيوية التي فرضت نفسها بقوة في ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية العالمية. فالعالم اليوم لم يعد يعتمد فقط على الوظائف التقليدية، بل أصبح يُشجع على تبني نهج المبادرة الفردية وريادة الأعمال كوسيلة فعالة لتحقيق النمو الاقتصادي وتقليص البطالة وتعزيز الابتكار. وفي هذا السياق، تلعب الجامعة دورًا استراتيجيًا، لا يقتصر فقط على تأهيل الطلبة معرفيًا، وإنما يتعدى ذلك إلى إعدادهم ذهنيًا ونفسيًا لتبني فكر جديد قائم على الإبداع والاستقلالية والمسؤولية، وهي الركائز الأساسية للثقافة المقاولاتية.

تُعد الثقافة المقاولاتية أحد المفاتيح الأساسية لتفعيل طاقات الشباب الجامعي، وتحويلهم من مجرد طالبي عمل إلى صانعي فرص ومبادرات. وهي بذلك تُسهم في إحداث تحول عميق في النظرة إلى المستقبل المهني، من خلال تشجيع الطلبة على الابتكار، التفكير النقدي، وتحمل المخاطر المدروسة، وهي مهارات ضرورية لمواجهة تحديات سوق العمل المتغير باستمرار. كما أن نشر هذه الثقافة في المؤسسات الجامعية يساهم في بناء بيئة تعليمية محفزة للإبداع والمبادرة، ويُعد استثمارًا في الرأسمال البشري يُمكن أن يُؤتي ثماره على المدى الطويل من خلال مشاريع ومؤسسات اقتصادية جديدة تُولد داخل الحرم الجامعي وخارجه.

وانطلاقًا من أهمية هذه الأبعاد النظرية، جاءت الدراسة الميدانية التي أُجريت على مستوى دار المقاولاتية بجامعة عين تموشنت، لتقيس مدى حضور الثقافة المقاولاتية في أذهان الطلبة الجامعيين، ومدى فاعلية الآليات الجامعية في نشرها وتعزيزها. ومن خلال توزيع استبيان على عينة مكونة من 50 طالبًا، تم جمع معطيات كمية حول مساهمة الجامعة ودار المقاولاتية، ودرجة الوعي الطلابي، ومدى تحقق أهداف الهيئات الداعمة داخل الجامعة.

وقد أفرزت نتائج التحليل الإحصائي جملة من المؤشرات الإيجابية، أهمها:

- تم قبول الفرضية الرئيسية للدراسة، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين الأبعاد المدروسة، مما يدل على أن العوامل التي تم تحليلها تتفاعل فيما بينها بطريقة إيجابية وذات مغزى.

- تم قبول الفرضية الفرعية الأولى، مما يعكس وجود دور ملموس وفعال للجهات المعنية داخل الجامعة في التأثير على وعي الطالب وتوجيهه نحو الفكر المقاولاتي.
- تم قبول الفرضية الفرعية الثانية، حيث أبرزت النتائج أن مستوى وعي الطلبة واتجاهاتهم نحو المقاولات يتراوح بين المتوسط والمرتفع، ما يعكس اهتمامًا متزايدًا بهذا المجال داخل البيئة الجامعية.
- تم قبول الفرضية الفرعية الثالثة، حيث بين التحليل الإحصائي أن البرامج والهيكل المخصصة لدعم الفكر المقاولاتي تحقق الأهداف المرجوة منها وتؤدي دورًا محوريًا في تحفيز الطلبة وتشجيعهم على تبني ثقافة المبادرة والمشروع.

إن هذه النتائج تعزز القناعة بأهمية مواصلة دعم وترسيخ الثقافة المقاولاتية داخل الجامعة الجزائرية، ليس فقط عبر الهياكل الرسمية مثل دور المقاولاتية، وإنما أيضًا من خلال دمج مفاهيم الريادة والمبادرة في المناهج التعليمية، وتكثيف الورشات التطبيقية، وتطوير آليات الشراكة مع المحيط الاقتصادي. فبذلك فقط يمكن إعداد جيل جامعي فاعل، يمتلك الكفاءة والإرادة والقدرة على تحويل أفكاره إلى مشاريع واقعية تساهم في تنمية الاقتصاد الوطني.

توصيات الدراسة :

- ضرورة تكثيف الجهود التوعوية داخل الجامعة من خلال تنظيم ندوات وورشات تكوينية دورية لتعريف الطلبة بأهمية الثقافة المقاولاتية وتحفيزهم على تبنيها.
- تعزيز التعاون بين دار المقاولاتية ومختلف الكليات لتوسيع نطاق الاستفادة من برامجها ومرافقة الطلبة في بلورة أفكارهم وتحويلها إلى مشاريع فعلية.
- إدراج مواد أكاديمية أو وحدات تعليمية متخصصة في ريادة الأعمال ضمن البرامج التكوينية للطلبة في مختلف التخصصات، خاصة في السنوات الأولى الجامعية.
- توفير بيئة عملية ومحفزة عبر دعم حاضنات الأعمال الجامعية وتمكين الطلبة من الاستفادة من مرافقة مهنية وتجريبية لمشاريعهم في مراحلها الأولى.

آفاق الدراسة :

- دور التكنولوجيا الرقمية والذكاء الاصطناعي في تعزيز الثقافة المقاولانية لدى الطلبة الجامعيين.
- أثر البيئة الحاضنة وريادة الأعمال الاجتماعية على تطوير مهارات المقاولانية في المؤسسات الجامعية.
- استراتيجيات دعم الابتكار وريادة الأعمال في الجامعات الجزائرية: دراسة مقارنة بين النماذج المحلية والدولية.

قائمة

المراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب :

- سعيد التل، وآخرون، قواعد التدريس بالجامعة، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 1997
- سعيد بن حمد الربيعي، التعليم العالي في عصر المعرفة التغيرات والآفاق وآفاق المستقبل، دار الشروق للنشر، عمان، 2008
- عمر صخري، التحليل الاقتصادي الكلي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1991
- الغازي بن راشد سليمان، الاستثمار في التعلم العالي و أهميته في اعداد القوى البشرية المدربة ، كلية التربية السادسة ، جامعة اليرموك، الأردن، 2005،
- الغامدي، محمد بن عبدالله ، ريادة الأعمال: الأسس النظرية والتطبيقات العملية، مكتبة المتنبى، الرياض، 2021
- محمد إبراهيم الطالب ، دور التربية في مستقبل الوطن العربي، ط1، دار مجدلاوي للنشر ، القاهرة ، 2003
- مراد بن اشنهو، نحور الجامعة الجزائرية، الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981
- مصطفى زايد، التنمية الاجتماعية ونظام التعليم الرسمي بالجزائر، الديوان الوطني للمطبوعات، الجزائر، 1986
- هيئة الأمم المتحدة للتربية والتعليم والثقافة اليونسكو، التعليم العالي في القرن الواحد والعشرين الرؤية والعمل، اليونسكو، باريس، 1998
- يونس بنمورو ، ثقافة المقابلة و خصائصها و مكوناتها، دار الفكر للنشر والتوزيع ، مجلة بنك القارئ، 21 ديسمبر، 2003

ثانياً: المذكرات و الاطروحات الجامعية :

أ-دكتوراه

- سفيان بدرابي، ثقافة المقابلة لدى الشباب الجزائري المقاول، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع التنمية البشرية، جامعة ابي بكر بلقايد، بسكرة، الجزائر، 2015

- عادل المانع، تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في قيم الطالب الجامعي الجزائري الفيسبوك و اليوتيوب انموذحا ، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة صالح بويندر ، قسنطينة ، الجزائر ، 2021-2022
- عزيزي فاطمة الزهراء، "استراتيجية الاتصال بالجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة"، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 3، 2022
- محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر -دراسة ميدانية-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، الجزائر، 2016

ب-ماجستير :

- باية وقنوني، اثر العلاقات العامة على سلوك المستهلك النهائي، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة محمد بوقرة ، بومرداس، 2008

ج-ماستر :

- برراش نبيل، "تمثلات الطلبة المقبلين على التخرج للمقاولاتية في ظل تكوينهم الجامعي"، مذكرة ماستر، جامعة ورقلة، 2022
- حريزي عبد الصمد ، و بن عيسى هشام ، آليات نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين. مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2022
- الذهبي سليمان .، و سالمي ليلي التعليم الجامعي ودوره في تعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي: دراسة ميدانية بجامعة أدرار. مذكرة ماستر، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2022
- فوزاري، زين العابدين .، بولعسل فاتح .، وبارك، محمد ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي. مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2023

ثالثا: المجالات و المقالات العلمية :

- أشواق بن قدور محمد بلخير (جانفي)، أهمية نشر ثقافة المقاول و إنعاش الحس المقاولاتي في الجامعة ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية ، العدد 11، المركز الجامعي تمنراست، الجزائر، 2017.

- أشواق بن قدور، ومحمد بلخير، أهمية نشر ثقافة المقولة وانعاش الحس المقاوالاتي في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية المركز الجامعي تمنراست، العدد 11، 2017
- أيوب صكري ، سمير محمد جلاب، علي شطة، واقع التعليم المقاوالاتي في الجزائر الإنجازات والطموحات، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE العدد 04، جامعة عمار ثليجي، الاغواط، الجزائر، 2018.
- بسام سمير الرميدي، تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب: استراتيجية مقترحة للتحسين مجلة اقتصاديات المال والاعمال العدد 06 جوان 2018
- بكفالة محمد سعيد الدين، كعزيزم نذير، "مشكلات نشر الثقافة المقاوالاتية لدى الطالب الجامعي – دراسة حالة على طلبة قسم علوم التسيير بجامعة قسنطينة 2"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 4، 2019
- حقائين فوزية، بودية محمد فوزي، الثقافة المقاوالاتية ودورها في تعزيز النية المقاوالاتية لدى الطالب، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 02، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان، الجزائر ،، 2021
- دحية نبيلة ، علوطي عاشور، الطالب الجامعي مؤشر لتحقيق الجودة في التعليم العالي، مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السيوسولوجية و التنمية الإدارية ، المجلد 04، العدد 02، جامعة المسيلة ، 2021
- زقاوة احمد، خطوات منهجية لتعزيز الثقافة المقاوالاتية في البرامج التكوينية الجامعية ، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 04، العدد 02، جامعة احمد زبانة ، غليزان ، الجزائر ، 2019
- عبد العزيز جمعة ، الرغبة المقاوالاتية وبعد الثقافة المقاوالاتية لدى الطالب الجامعي مدخل استكشافي، مخبر النقود والمؤسسات المالية في المغرب العربي، المجلد 07، العدد 01، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان، الجزائر ، 2021
- عبدلي حبيبة، عبدلي وفاء، عبدلي هالة، تعزيز الثقافة المقاوالاتية بالجامعة الجزائرية " تجليات ومعيقات "، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 18، العدد 01، جامعة خنشلة ، الجزائر، 2020.
- عزيزي فاطمة الزهراء .، و بولكعيبات ادريس ، دور مخابر البحث في نشر الثقافة المقاوالاتية لدى الطلبة الجامعيين. مجلة الواحات للدراسات والبحوث، المجلد 15 ، العدد 01 ، 2022

- كسنة محمد، قهيري فاطنة ، دور التعليم المقاولاتي في تعزيز الروح المقاولاتية للمرأة في الجزائر، دراسة ميدانية ، مجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية ، المجلد 08، العدد 01، جامعة عمار ثليجي، الجلفة ، الجزائر ، 2017.
- لخضر مداح، الجامعة أساس نشر المعرفة وخدمة المجتمع، مجلة الحقوق و العلوم السياسية ، دراسات اقتصادية ، المجلد 23، العدد 01، جامعة الجلفة ، دت.
- محمد علي الجودي، تجارب عالمية في التعليم المقاولاتي، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، العدد الاقتصادي ، العدد 21 ، جامعة زيان عاشور ، الجلفة ، الجزائر ، دت .
- منى عتيق، الطلبة الجامعيون بين تصور المستقبل وتأسيس الهوية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الملتقى الدولي حول الهوية والمجالات الاجتماعية في ظل التحولات السوسيوثقافية في المجتمع الجزائري، عدد خاص، جامعة باجي مختار، الجزائر، دت
- مهاوة امال، خالدي فراح، فعالية التعليم المقاولاتي في نشر وتورقية الثقافة المقاولاتية في الجامعة الجزائرية دراسة استطلاعية لآراء مسيري دور المقاولاتية في بعض الجامعات الجزائرية، مجلة الامتياز البحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 05، العدد 02، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر، 2021
- نورة قدور، الجامعة الجزائرية و تطبيق نظام ل.م.د و مدى نجاعته في تحقيق الانماء الحضاري للمجتمع، مجلة لغات اتصالات و مجتمع، المجلد 08 العدد 02، المركز الجامعي نور البشير ، البيض ، الجزائر، 2021

رابعا: المداخلات و الملتقيات :

- أحمد بوشنافة، أحمد بوسهمن، متطلبات تأهل وتفعيل إدارة المؤسسات الصغرة في الجزائر، مداخلات ف الملتقى الدولي متطلبات تأهل المؤسسات الصغرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، يومي 17-18 افريل 2006
- منير سلامي، التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر بين متطلبات الثقافة وضرورة المرافقة، ملتقى دولي حول: استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، كمية العموم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقمة، يومي 19-18أفريل، 2012

خامسا: المراجع الأجنبية :

- Le petit dictionnaire de la langue française 1992 P 368

- Makai, A. L., & Dóry, T, Perceived university support and environment as a factor of entrepreneurial intention. arXiv preprint, 2023
- Petrescu, M. A., & Suci, D. M. , Perceptions of Entrepreneurship Among Graduate Students. arXiv preprint, 2024

قائمة

الملاحق

قائمة الملاحق



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة بلحاج بوشعيب - عين تموشنت-
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
القسم : علوم التسيير
التخصص: إدارة اعمال



استبيان

السلام عليكم و رحمة الله و بركاته , أما بعد:

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص إدارة الاعمال تحت عنوان قياس الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يتضمن مجموعة من العبارات التي نرجو من سيادتكم الإجابة عليها بكل صدق وموضوعية، علما أن المعلومات المدونة كافة سنتم بالسرية والأمانة العلمية والتي تستخدم لغرض البحث العلمي فقط. ولكم منا جزيل الشكر.
من اعداد: تحت إشراف الأستاذة:

الجزء الأول: البيانات الشخصية

الجنس:



انثى



ذكر

السن:



أكثر من 45 سنة



اقل من 25 سنة



بين 36 سنة و 45 سنة



بين 25 سنة و 35 سنة

المستوى التعليمي:



ماجستير أو دكتوراه



ماستر



ليسانس

التخصص الجامعي... حقوق...:

الجزء الثاني: سهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تشجع الجامعة فكرة مبادرة العمل الحر لطلابها		✓			
02	تعمل الجامعة على اكتشاف المبدعين من طلابها		✓			
03	تنضم الجامعة ندوات تعريفية بالمقاولاتية		✓			
04	تقدم الجامعة مسابقة للمتميزين من طلابها في مجال المشروعات المقاولاتية		✓			
05	نظمت الجامعة مسابقة للمتميزين من طلابها في مجال المشروعات المقاولاتية		✓			

الجزء الثالث: ثقافة مقاولاتية لدى الطلبة

06	بإمكانك إنشاء مؤسسة خاصة بك من خلال ما اكتسبته من التكوين الجامعي		✓			
07	أسعى لاكتساب المهارات المالية والإدارية اللازمة لتسيير مشروع		✓			
08	هناك عراقيل تحد من إسهام الجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية		✓			
09	أؤمن أن الفشل في المشروع لا يعني نهاية الطريق بل بداية جديدة		✓			
10	التكوين الجامعي الحالي يهيئ الطلاب لريادة الأعمال بشكل كاف		✓			
11	أسعى إلى التعلم الذاتي وتطوير معارف خارج المقرر الجامعي.		✓			

الجزء الرابع : أهداف دار المقاولاتية

يرجى وضع علامة ✓ في الخانة التي تعبر عن رأيك:

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
12	تهدف الثقافة المقاولاتية إلى تعزيز روح المبادرة لدى الشباب					X
13	تساعد الثقافة المقاولاتية في خلق فرص عمل وتقليص البطالة					X
14	تسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية المحلية والوطنية					X
15	تساعد على تحفيز الإبداع والابتكار داخل المجتمع					X
16	تُمكن الأفراد من تحمل المسؤولية وتحقيق الاستقلالية المالية				X	•
17	تعمل على تحويل الأفكار إلى مشاريع ناجحة ومربحة					X
18	تشجع على التعلم المستمر وتطوير المهارات الريادية				X	
19	تقلل من الاعتماد على الوظائف الحكومية كخيار وحيد للعمل				X	