

مساهمة المحيط الاجتماعي في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم التسيير بجامعة البويرة

The contribution of the social environment in spreading and strengthening the entrepreneurial culture among university students

A field study on a sample of students from the Department of Management Sciences at the University of Bouira

ط.د ريمة طائر⁽¹⁾ * د.زينب سعدودي⁽²⁾

⁽¹⁾ جامعة البويرة، المخبر المتعدد التخصصات في علوم الإنسان والبيئة والمجتمع،

الجزائر، r.tair@univ-bouira.dz

⁽²⁾ جامعة البويرة، الجزائر، z.saadoudi@univ-bouira.dz

تاريخ الاستلام: 2023/02/01؛ تاريخ القبول: 2023/04/02؛ تاريخ النشر: 2023/06/05

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مساهمة المحيط الاجتماعي في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، ولتحقيق هذا الهدف تمت الدراسة على عينة من 38 طالب جامعي من قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة أكلي محند أولحاج البويرة.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات الأولية وتحليلها، من خلال الدراسة الميدانية والتحليل توصلت الدراسة إلى تأكيد مساهمة المحيط الاجتماعي في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

كلمات مفتاحية: المقاولاتية؛ الثقافة المقاولاتية؛ المحيط الاجتماعي؛ الطلبة الجامعيين.

Abstract:

This study aimed to identify the impact of the social environment in spreading and consolidating the entrepreneurial culture among university students. The study was conducted on a sample of 38 university students from the Department of Management Sciences at the Faculty of Economic and Commercial Sciences and Management Sciences at the University of Akli Mohand Olhadj Bouira.

The analytical descriptive approach was relied on and the questionnaire was used as a main tool for collecting and analyzing data and primary information, Through the field study and analysis, the study confirmed the contribution of the social environment in spreading and strengthening the entrepreneurial culture among university students.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial culture; social environment; university students.

مقدمة:

فرضت التغيرات الاقتصادية التي عرفها المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة ضرورة الاهتمام بتنوع مصادر الدخل الوطني وتبني الفكر المقاولاتي كمدخل لتحقيق هذا الهدف، إذ أضحت المؤسسة الصغيرة والمتوسطة والمقاولاتية عنصرا حقيقيا للتنمية الدائمة بشقيها الاقتصادي والاجتماعي باعتبارها وسيلة اقتصادية ذات غاية اجتماعية.

ويزداد الاهتمام بموضوع المقاولاتية من قبل صانعي السياسات و متخذي القرارات في الجزائر باعتبارها مفتاحا لخلق فرص العمل وتحقيق النمو الاقتصادي في ظل الأزمات الاقتصادية التي تتعرض لها الدولة جراء انهيار أسعار البترول، حيث تسعى الدولة إلى جعل المقاول جزء من ثقافة المجتمع.

لقد ركزت الجزائر في تبنيها لهذه المقاربة على استهداف الجامعات والمعاهد باعتبارها المكان الأنسب وأرضا خصبة لإنتاج الأفكار الجديدة والمبتكرة ومهدا للمشاريع الناجحة والتميزة، إذ ينظر المجتمع للجامعة باعتبارها مؤسسة اجتماعية تعمل على نشر الثقافة

والعلم والمعرفة ومصدر من مصادر الإبداع والمبادرة في مجال التنمية من خلال مساهمة الجامعة في غرس روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين وتفعيل فكرة إنشاء مؤسسة لديهم. فدأبت الجامعة على تكوين الطلبة وتنمية معارفهم وتشجيعهم على العمل المقاولاتي كونهم نخبة المجتمع والقادرين على إيجاد أفكار ابتكارية وريادية، وذلك من خلال استحداث عدة مؤسسات وبرامج تسعى إلى استقطاب أفكارهم وتوجيههم نحو العمل الحر وبالتالي تنمية ثقافة العمل الحر لدى الطلبة الجامعيين.

ولكن وبالرغم من مختلف التحسينات والآليات التي اعتمدت الدولة إدراجها من أجل تشجيع الطلبة الجامعيين على التوجه نحو النشاط المقاولاتي، إلا أن نجاح المقاولاتية في الوسط الجامعي لم يرتقي للمستوى المرجو منه. باعتبار أن الثقافة المقاولاتية التي يكتسبها الطالب الجامعي لا تعتمد فقط على ما تقدمه الجامعة من معارف ومعلومات ومهارات، بل تحدد وفقا لمجموعة من الاستعدادات الاجتماعية والثقافية التي اكتسبها الطالب الجامعي نتيجة لمختلف الخبرات والتجارب المتتالية التي مر بها والتي تعمل على توجيه سلوكه وأفعاله ورغباته وطموحه، حيث تؤكد بعض الدراسات على أن "اكتساب المقاول لصفة المنظم وروح المبادرة والمخاطرة ليس مرهونا بنوعية التعليم فقط وإنما مرهون بعوامل أخرى... تتمثل في الخبرة العلمية المكتسبة وفي النظام الاجتماعي العام المشجع أو المقيد للنشاط والمبادرة وفي قيم ومعايير اكتساب المكانة الاجتماعية في المجتمع الكامنة في ثقافة المجتمع ذاته المشجعة أو غير المشجعة للإنجاز"⁽¹⁾.

وانطلاقا من كل هذا سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية أن نستعرض جملة من النقاط التي تبرز مساهمة المحيط الاجتماعي في تفعيل ونشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، ويمكن صياغة التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة على النحو التالي:

هل يساهم المحيط الاجتماعي في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟

للإجابة عن هذا التساؤل والإلمام بكافة جوانبه، تم تقسيم هذه الدراسة إلى جانبين:

أولا- الجانب النظري للدراسة.

(1) - محمد بومخلوف، كلثوم غانم، وسام العثمان، دور القطاع الخاص في التنمية المحلية بقطر-دراسة ميدانية-، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، الدوحة، قطر، 2004، ص 310.

ثانيا- الجانب الميداني للدراسة.

أولا- الجانب النظري للدراسة.

1- مفهوم المقاولاتية:

تعرف المقاولاتية على أنها "القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال بكافة أنواعها، عن طريق إنشاء شيء جديد ذو قيمة، وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطر والمصاحبة، واستقبال المكافئة الناتجة، بغرض الإسهام في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية"⁽¹⁾.

وبالتالي يمكننا القول إن المقاولاتية هي العمليات والنشاطات الاجتماعية التي يقوم بها الفرد، قصد إنشاء مؤسسة جديدة أو تطوير مؤسسة قائمة في ظل إطار قانوني محدد، من أجل تحقيق الربح وذلك من خلال الأخذ بالمبادرة وتحمل المسؤولية والمخاطر والتعرف على فرص الأعمال واستغلالها وتجسيدها على أرض الواقع.

2- الثقافة المقاولاتية:

تعرف الثقافة المقاولاتية على أنها "مجملة المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد، ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال بإيجاد أفكار مبتكرة، وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين، بالإضافة إلى التخطيط، اتخاذ القرارات، التنظيم والرقابة. وترسخ هذه الثقافة من خلال فضاءات مهمة هي: العائلة، المدرسة والمؤسسة"⁽²⁾.

وبالتالي فالثقافة المقاولاتية هي مجموعة الاتجاهات والقيم والمعتقدات والتوقعات والسلوكيات والمهارات والقدرات التي يكتسبها الطالب الجامعي من المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه والتي تجعله يتجه نحو النشاط المقاولاتي.

(1)- النجار جمعة صالح، العلي عبد الستار محمد، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، ط3، دار الحامد، عمان، الأردن، 2008، ص 07.

(2)- عمر علاء الدين زيداني، ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية، دار النجاح للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص 88.

3- قنوات نشر الثقافة المقاولاتية:

تعتبر الثقافة المقاولاتية المحرك الأساسي لإنشاء المؤسسات، وباعتبار أن الإنسان كائن اجتماعي بطبيعته فإنه يتفاعل مع المحيط الذي يعيش فيه ويؤثر فيه ويتأثر به، حيث تساهم مجموعة من الظروف الاجتماعية والثقافية بشكل كبير في التأثير على سلوكه ومواقفه واتجاهاته، وسنحاول فيما يلي عرض أهم القنوات التي تساهم بشكل كبير في نشر وترسيخ الثقافة المقاولاتية:

3-1- الأسرة: بالرغم من أن الأسرة هي وحدة اجتماعية صغيرة إلا أنها أساس وجود المجتمع وأقوى نظمته، إذ "تلعب الأسرة دورا مهما في دفع المقاول لإنشاء مؤسسته وإنجازه مشروعه، بحيث نجد في الكثير من الأحيان أن قرار إنشاء المقاولة والاستثمار في مشروع معين لا يكون نتيجة اختيار فردي للمقاول، وإنما هو اختيار وقرار أبوي، بحيث نجدهم هم الذين يقررون ويوجهون أبناءهم في ممارسة الفعل المقاولاتي بهدف الحفاظ على التماسك العائلي وبعض التقاليد العائلية، ولذلك غالبا ما يتجه المقاول إلى الاستثمار في النشاط العائلي الموروث عن الآباء أو الأجداد، لتصبح المقاولة مكان لإعادة إنتاج أنشطة عائلية"⁽¹⁾.

3-2- الدين: يعتبر الدين من بين المؤسسات الاجتماعية التي يستمد منها الفرد الكثير من القيم والمعايير، حيث يدعو الدين الإسلامي الحنيف إلى العمل وإتقانه وكذا الاعتماد على النفس في الحصول على القوت، والتفريق بين الحلال والحرام، وعليه يعتبر الدين من بين العوامل الاجتماعية التي يستمد منها الفاعلون الاجتماعيون الكثير من القيم والمعايير وأحد مقومات الروح المقاولاتية لدى الفرد.

3-3- العادات والتقاليد: تشكل العادات والتقاليد نوع من الممارسات الاجتماعية والثقافية التي تتخذ الطابع اليومي لارتباطها بما يقوم به الفرد في حياته اليومية من أعمال ونشاطات، وهي جوانب من السلوك الفردي أو الجماعي المكتسبة عبر التنشئة الاجتماعية والتي توضح سبل القيام بنشاط معين، وبالتالي "تعتبر العادات والتقاليد من العوامل المؤثرة

(1)-بوعزة عبد الرؤوف، المقاولة عند الشباب الجزائري بين متطلبات اكتساب الهوية المهنية وثقافة المجتمع-دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ فرع ولاية برج بوعريج، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2018/2019، ص 253.

على التوجه نحو إنشاء المؤسسات، فالمجتمعات البدوية تمارس الزراعة والرعي مع أبنائها كنشاط يقتاتون منه أما الصناعات التقليدية والأنشطة التجارية فيتوارثها الأجيال"⁽¹⁾.

3-4- مراكز البحث العلمي والجامعات: يعتبر التعليم بصفة عامة والتعليم الجامعي بصفة خاصة محورا أساسيا لتطوير مهارات المقاولاتية، حيث يزداد اهتمام التعليم العالي بأنظمتهم ومؤسساتهم بتنمية القدرات والأفكار المقاولاتية لغرض تيسير تشغيل خريجي الجامعات، كونهم غير ملزمين فقط بالبحث عن فرص عمل، بل يتعدى ذلك ليصبحوا مبادرين ومقاولين. إن حصول طلاب الجامعات على تعليم وتكوين جيد إضافة إلى تنمية القدرات والمبادرات الريادية لهم تمنحهم قدرة عالية على الاندماج في الحياة العملية وفتح مشاريعهم الخاصة وسعهم لإنجاحها واستدامتها⁽²⁾.

3-5- أجهزة وهيئات الدعم والمرافقة: تعد هيئات الدعم والمرافقة من أهم آليات دعم المشاريع المقاولاتية التي أنشأتها الدولة من خلال ما تقدمه من خدمات وتسهيلات للمشروع من بداية انجازه إلى مرحلة تجسيده على أرض الواقع، حيث تساهم هذه الهيئات في ترسيخ ثقافة المقاوله سواء عن طريق الاستقبال، الإعلام، التوجيه، المرافقة وكذا التمويل. ولعل أهم هذه الهيئات: الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب، الصندوق الوطني للتأمين على البطالة... الخ.

3-6- وسائل الإعلام والاتصال: تعمل مختلف الوسائط الإعلامية ووسائل الاتصال خصوصا الجماهيرية منها في تفعيل الجانب التنموي الاقتصادي بما في ذلك جانب الاستثمار المقاولاتي وخلق الثروة، بحيث تعمل على نشر الوعي بأهمية المقاولات وذلك من خلال تشجيع تبني الأفكار المستحدثة، وغرس قيم الإبداع لدى أفراد المجتمع، وتعزيز الدافع إلى الانجاز وكذا الانفتاح على العالم الخارجي والتطلع على الفرص المتاحة داخل البيئة الاجتماعية، بالإضافة إلى المساهمة في التعريف بجملة المخاطر التي تتضمنها هذه البيئة⁽³⁾.

(1)- بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 26.

(2)- فريد راهم، التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين الجزائريين بين الرغبة، الإمكانيات والتحديات: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة العربي التبسي، مجلة دراسات- العدد الاقتصادي، المجلد 15، العدد 02، جامعة الأغواط، الجزائر، 2018، ص 346.

(3)- عبد الرؤوف بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 256.

4- قياس الثقافة المقاولاتية في المؤسسات الجامعية:

يتم قياس الثقافة المقاولاتية في المؤسسات الجامعية من خلال ثلاث مداخل، ويمكن إيجاز أهمها فيما يأتي⁽¹⁾:

أ. مدخل الثقافة الشخصية: حيث يحصر هذا المدخل (الثقافة الفردية للطلاب) وهي مجموعة من الصفات و الاستعدادات من مواقف (الثقة بالنفس، القدرات الجسدية والفكرية، مقاومة الضغوطات) ومحفزات (الانجاز، السلطة، الاستقلالية، التحدي والجرأة) والسلوكيات (المخاطرة، الفشل، التغيير، المنافسة، القدر).

ب. مدخل الثقافة التنظيمية: ويضم هذا المدخل الثقافة المقاولاتية التي يكتسبها الطالب من المنظمة (الجامعة) التي ينتمي لها، والتي تحاول نشرها في وسط الطلبة وذلك من خلال التعليم المقاولاتي. سواء التعليم الأكاديمي من خلال مقياس المقاولاتية لمعظم التخصصات، أو التعليم غير الأكاديمي من خلال التكوينات والندوات والأيام التحسيسية التي تقدمها دار المقاولاتية أو بعض المراكز الجامعية مثل الربط بين الجامعة والمؤسسات، مركز المسارات المهنية، مركز دعم الابتكار، وحاضنات الأعمال الجامعية.

ج. مدخل الثقافة المجتمعية: يمثل هذا المدخل الثقافة السائدة في المجتمع الذي ينتمي له الطالب، الذي يعتبر مهما في الدفع نحو التوجه المقاولاتي نظرا لتركيبته المعقدة، والتي تتأثر بالعادات والتقاليد تجاه إنشاء مؤسسات، فالمجتمعات الريفية تمارس النشاطات الزراعية، كما أن النشاطات التجارية والصناعات التقليدية والمقاولات العائلية في الغالب تورث للأبناء.

ثانيا: الجانب الميداني للدراسة.

1- مجالات الدراسة الميدانية:

المجال الجغرافي: أجريت هذه الدراسة الميدانية بجامعة آكلي محند أولحاج-البويرة- في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. حيث أنشأت جامعة آكلي محند أولحاج بالبويرة بموجب المرسوم التنفيذي 12-241 المؤرخ في: 14 رجب عام 1433هـ، الموافق

(1)- فوزية حقان، محمد فوزي بودية، الثقافة المقاولاتية ودورها في تعزيز النية المقاولاتية لدى الطالب، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 02، جامعة بسكرة، الجزائر، 2021، صص 249-250. بتصرف.

ل:04 يونيو 2012 المتضمن إنشاء جامعة البويرة، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع علمي وثقافي وممي تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

المجال الزمني: أجريت هذه الدراسة في الفترة الممتدة ما بين 08 جانفي 2023 إلى 19 جانفي 2023.

المجال البشري: تمت الدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين.

2- مجتمع الدراسة والعينة:

مجتمع الدراسة: مجتمع البحث المستهدف في هذه الدراسة هم طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ونظرا لاتساع هذا المجتمع واستحالة الوصول إلى كافة أعضائه من جهة، وكذا وجود تخصص خاص بإدارة الأعمال في قسم علوم التسيير من جهة أخرى. لجأنا إلى المجتمع المتاح والمتمثل في قسم علوم التسيير: تخصص إدارة أعمال.

العينة: تم اختيار عينة عشوائية بسيطة تضم 38 مبحوث من طلبة السنة الثالثة ليسانس قسم علوم التسيير تخصص: إدارة أعمال. خلال السنة الجامعية 2022.2023.

3- المنهج المتبع وتقنيات الدراسة الميدانية:

أ- منهج الدراسة: انطلاقا من خصوصية وطبيعة الموضوع تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لهذه الدراسة.

ب- تقنيات الدراسة: نظرا لطبيعة الموضوع اعتمدت هذه الدراسة على الاستبيان كأداة بحثية لجمع البيانات المتعلقة بالموضوع، حيث تم تصميم استبيان مكون من 15 سؤال موزع على محورين أساسيين: محور خاص بالبيانات الشخصية ومحور خاص بالمحيط الاجتماعي يضم مجموعة من الأسئلة الخاصة بالمحيط العائلي والجامعي والإعلامي وكذا العادات والتقاليد والمعتقدات الدينية للطلبة. تم بعد ذلك توزيع الاستبيان على 45 طالب، وتم استرجاع 41 استبيان. وبعد تفرغ الاستمارات وإلغاء غير الصالحة للتفرغ تحصلنا على 38 استمارة صالحة للدراسة.

4- نتائج الدراسة:

1-4- خصائص عينة البحث: يمكن تحديد هذه الخصائص فيما يلي:

خاصية الجنس: بينت الدراسة أن نسبة الطلبة بين الجنسين متقاربة حيث نجد نسبة 52,63٪ إناث مقابل 47,36٪ من مجموع أفراد العينة ذكور، ويمكن إرجاع الارتفاع البسيط لنسبة الإناث عن نسبة الذكور كون معظم الفتيات حريصات على إكمال مسارهن الدراسي والتعلّيمي داخل الجامعة للوصول إلى شهادات ومراتب عليا، كما يمكن تفسير نسبة التواجد الذكوري بإرجاعه لكون المجال الاقتصادي له خصوصية الاهتمام الذكوري.

خاصية السن: بينت لنا الدراسة أن الفئة العمرية الأكبر هي فئة الشباب والتي تتراوح أعمارهم بين (20 و 25) سنة وذلك بنسبة 76,31٪ من أفراد العينة، وهو ما يتماشى مع الاتجاه العام لسن الطلبة المزاولين لدراساتهم في الجامعة. في المقابل نجد فئة الطلاب الذين تتراوح أعمارهم بين (26 و 36) سنة والمقدرة بنسبة 23,68٪ وقد يرجع ذلك إلى أن هذه الفئة قد رسبوا في دراساتهم من قبل أو قد توقفوا عن الدراسة لمدة معينة ثم عادوا لإتمام دراساتهم الجامعية.

4-2- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

نحاول من خلال هذه الدراسة الميدانية عرض مساهمة المحيط الاجتماعي في نشر ثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين والذي سوف نحاول التطرق إليه في ما يلي:

- المحيط العائلي:

الجدول 1: رأي الطلبة حول مساهمة العائلة في تعزيز ثقافة المقولة لديهم:

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة العائلة في تعزيز ثقافة المقولة
63,16%	24	تساهم
36,84%	14	لا تساهم
100%	38	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه أن 63,16% من الطلبة الجامعيين أكدوا على أن العائلة تساهم في تكوين ثقافة المقاولاتية لديهم، في حين 36,84% من الطلبة الجامعيين أكدوا على عدم مساهمة العائلة في تكوين ثقافة المقاولاتية لديهم.

نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية أن الأسرة لها دور في تحفيز وتعزيز الثقافة المقاوالاتية، وذلك من خلال غرس روح المبادرة والابتكار، حيث نجد الأسرة في كل مرحلة من مراحل تنشئة الفرد، فهي من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تساعد على اكتساب مهارات وخبرات جديدة، حيث تقوم الأسرة بتشجيع الفرد وتحفيزه على اختيار العمل الحر وتغرس فيه فكرة إنشاء مؤسسة صغيرة يستفيد منها في حياته الخاصة ومنه إشباع حاجاته ورغباته وأيضاً مساعدة أسرته على تلبية حاجاتها الاقتصادية. "فتوجهات الشباب نحو العمل الحر هو نتاج محددات اجتماعية مثل البطالة، ضعف القدرة الشرائية، وأخرى سوسيوثقافية تتعلق بالعائلة بدرجة أكبر وتأثير المال الاجتماعي ومنطق الشبكات الاجتماعية"⁽¹⁾.

وبالتالي فإن للأسرة دور كبير في تشجيع أبناءها على إنشاء المشاريع الحرة وفي اختيار النشاط المقاوالاتي وذلك لتحقيق مستقبل زاهر لأبنائها وتحقيق الرفاهية لهم من خلال حثهم على الأعمال الحرة.

الجدول 2: رأي الطلبة الجامعيين حول الدور الذي تلعبه العائلة لتحفيزهم للتوجه نحو للمشروع المقاوالاتي:

النسبة المئوية	التكرار	دور العائلة
47,36%	18	تحفيز معنوي
15,13%	05	إعطاء أفكار و اقتراحات
39,47%	15	تحفيز مادي
100%	38	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن 47,36% من الطلبة الجامعيين عبروا على أن الدور الذي تلعبه العائلة هو التحفيز المعنوي، تليها نسبة 39,47% من الطلبة الذين عبروا على أن دور عائلتهم يبرز من خلال تحفيزهم المادي، في حين عبر 13,47% من الطلبة أن دور العائلة يتمثل في إعطاء الأفكار والمقترحات.

(1)- سفيان بدراوي، ثقافة المقاومة لدى الشباب الجزائري المقاول، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2015/2014، ص 62.

وما يمكن استنتاجه من هذه النتائج هو أن العائلة تساهم في خلق روح المبادرة وتشجيع الدخول في المجال المقاوالاتي وذلك عن طريق الدعم المعنوي للطلبة للخروج من البطالة والضياع. كونها تحاول رفع الروح المعنوية لدى الطلبة وتحفيزهم وتشجيعهم على بذل كل ما لديهم من طاقات ومعارف وإمكانيات قصد تحقيق أهدافهم وطموحاتهم وذلك من أجل الوصول للارتقاء والتميز داخل المجتمع. كما أن للعائلة دور فيما يخص المساهمة المادية وذلك من خلال توفير السيولة المالية للطلبة وذلك قصد تجسيد مشاريعهم الخاصة، إذ نجد أن بعض العائلات تقوم بتقديم مساعدات مادية أو قروض عائلية أو هبات عائلية لأبنائها قصد تلبية مختلف متطلبات المشاريع الاستثمارية.

وبالتالي يمكننا القول أن للأسرة أهمية بالغة في بروز فكرة المشروع لدى الطلبة الجامعيين، حيث يتوجه الطالب الجامعي إلى أسرته من أجل تقديم النصح والدعم المادي والمعنوي، إذ أن الاحتكاك والتحاور والاتصال المتبادل بين أفراد العائلة له تأثير على فكرة قيام الطالب بإنشاء مشروع خاص بها.

2- المحيط الجامعي:

الجدول 3: دراسة الطلبة الجامعيين لمواضيع لها علاقة بالمقاوالاتية:

دراسة مواضيع لها علاقة بالمقاوالاتية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	78,94%
لا	08	21,05%
المجموع	38	100%

يشير الاتجاه العام للجدول إلى أن 78,94% من أفراد العينة قد درسوا في مساهمهم الجامعي مواضيع لها علاقة بالمقاوالاتية وريادة الأعمال، في حين نجد نسبة 21,05% من أفراد العينة الذين لم يدرسوا مواضيع تتعلق بالمقاولة.

يتضح لنا من خلال ما سبق أن أغلبية الطلبة الجامعيين قد تلقوا دروسا لها علاقة بالنشاط المقاوالاتي وذلك قد يكون نتجا عن الإصلاحات والجهود المبذولة من قبل الدولة الجزائرية قصد توجيه الطلبة الجامعيين نحو النشاط المقاوالاتي من خلال تنظيم دورات تكوينية داخل الأوساط الجامعية لدعم روح المقاوالاتية عند الطلاب الجامعيين، وتطمح من خلال ذلك إلى توفير مجموعة من المعارف والأفكار والمعلومات التي تساعد الطالب على

التوجه نحو النشاط المقاولاتي.

إذ نلاحظ مؤخرا أن العديد من الجامعات بها مقررات وبرامج تعليمية وكذا مقاييس دراسية لها علاقة بالنشاط المقاولاتي كتدريس مقياس 'المقاولاتية' في العديد من التخصصات الجامعية و برمجة العديد من الملتقيات والندوات والمؤتمرات حول النشاط المقاولاتي وضرورة الولوج إليه، كما قامت العديد من الجامعات بفتح هيئة متخصصة في تأهيل الطلاب الجامعيين متمثلة في 'دار المقاولاتية' تعمل على تزويد الطلاب بمهارات ومعارف لخلق وتسيير مشاريع خاصة بهم وكذا تعريفهم بآليات التعامل مع مختلف الهيئات الخارجية ذات الصلة بالنشاط المقاولاتي.

الجدول 4: رأي الطلبة حول مساهمة الجامعة في غرس وترسيخ ثقافة المقاولاتية لديهم:

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة الجامعة في غرس وترسيخ ثقافة المقاولاتية	نعم
%46,66	14	التعرف على عالم المقاولاتية	
%53,33	16	اكتساب معلومات ومعارف جديدة	
%78,94	30	المجموع الجزئي	
%21,05	08	لا	
%100	38	المجموع الكلي	

نلاحظ من خلال إحصائيات الجدول أعلاه أن نسبة 78,94% من الطلبة قد صرحوا أن الجامعة تساهم في غرس ثقافة المقاولاتية لديهم، مدعمة بنسبة 53,33% من الطلبة صرحوا أن الجامعة ساهمت في اكتساب معارف وأفكار جديدة. أما نسبة 46,66% أكدوا على مساهمة الجامعة في التعرف على عالم المقاولاتية. في المقابل نجد نسبة 21,05% من الطلبة أكدوا أنه ليس للجامعة دور في غرس الثقافة المقاولاتية لديهم.

يتضح لنا من خلال القراءة الإحصائية للجدول أن الجامعة يمكن لها أن تساهم بنسبة كبيرة في اختيار الطالب للمشروع المقاولاتي باعتبارها مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية تعمل على إكساب الطالب مجموعة من القيم والمعارف والمهارات التي تشكل فيما بعد هويته المهنية كمقاول. حيث أن دراسة مقاييس لها علاقة بالمقاولاتية وحضور ملتقيات وندوات وأيام تحسيسية حول موضوع المقاولاتية يسمح بتعزيز قدرة الطلبة على استحداث أفكار ريادية وتبني هذه الأفكار وتجسيدها على أرض الواقع لتصبح مشاريع رائدة

ومنتجة.

حيث أن ما تساهم به الجامعة هو خلق وطرح أفكار واقتراحات ومعارف جديدة وهذا ما ينمي ويعزز القدرة على الابتكار والإبداع لدى الطالب الجامعي، كما تسمح المعارف التي يتلقاها الطلاب وتزويدهم بمهارات قيادية وتنظيمية تساعدهم على تجاوز الكثير من المعوقات والصعوبات التي قد يتعرضون لها خلال اختيارهم للعمل المقاولاتي.

كما أن الجامعة تساهم بشكل كبير في اكتشاف عالم المقاولاة وإدراك الفرص التي قد يتيحها هذا العالم أمامهم من أجل تحقيق أهدافهم وطموحاتهم ورغباتهم وتحويل آمالهم وأحلامهم إلى مشاريع حقيقية استثمارية وابتكارية.

3- هيئات الدعم والمرافقة:

الجدول 5: مدى اطلاع الطلبة الجامعيين على مختلف أجهزة الدعم والمرافقة:

النسبة المئوية	التكرار	الاطلاع على مختلف أجهزة الدعم والمرافقة
55,26%	21	نعم
42,18%	07	نوعا ما
31,26%	10	لا
100%	38	المجموع

يشير الاتجاه العام للجدول إلى أن أغلبية الطلبة لهم اطلاع تام على مختلف أجهزة الدعم والمرافقة التي أنشأتها الدولة من أجل مساعدتهم ومرافقتهم في تجسيد مشاريعهم المقاولاتية وذلك بنسبة 55,26%، مقابل 26,31% من الطلبة صرحوا عن عدم اطلاعهم على مختلف أجهزة الدعم والمرافقة المنشأة لخدمة مشاريعهم المقاولاتية، في حين أن 18,42% من الطلبة صرحوا أنهم على اطلاع نوعا ما على بعض أجهزة الدعم والمرافقة المخصصة لخدمة مشاريعهم المقاولاتية.

نستنتج من خلال المعطيات الإحصائية السابقة أن للطلبة اطلاع بمختلف الهيئات والمؤسسات الوطنية الداعمة للمشاريع المقاولاتية سواء فيما يخص دعم الاستثمار وتجسيد المشاريع أو مرافقة هذه المشاريع بعد تجسيدها. وكذا مختلف الهيئات التي تعمل على توفير القروض والتمويل للمؤسسات الناشئة، وقد يعود ذلك إلى مختلف الجهود

المبدولة من قبل الدولة وكذا هذه الهيئات في التعريف بمهامها والترويج لخدماتها ونشاطاتها من خلال تعاونها مع الجامعات قصد تقريب الطلاب إليها وتعريفهم بمختلف الهيئات من خلال الندوات والملتقيات والأيام التحسيسية ومختلف البرامج التعليمية التي تقام بشكل دوري ومنتظم. كما يمكن تفسير أن هيئات الدعم والمرافقة قد تكون مجهولة لدى بعض الطلبة باعتبارها هيئات يعرفها الطلبة فقط بالاسم ولكنهم لا يملكون أدنى فكرة عن الخدمات التي تقدمها هاته الهيئات ولا عن الشروط المطلوبة للانضمام إليها أو الاستفادة من خدماتها.

4- الدين والمعتقدات الدينية:

الجدول 6: رأي الطلبة حول مساهمة التعاليم الدينية على نشر الثقافة المقاولاتية.

النسبة المئوية	التكرار	مساهمة التعاليم الدينية على نشر الثقافة المقاولاتية
39,47%	15	نعم
52,10%	04	نوعا ما
00,50%	19	لا
100%	38	المجموع

عبر الطلبة في الجدول أعلاه أن التعاليم الدينية لا تساهم نشر ثقافة المقاولاتية وذلك بنسبة 50,00%، تقابلها نسبة 39,47% من الطلبة الذين يعتبرون أن تعاليم الدين الإسلامي تساهم نشر ثقافة المقاولاتية، في حين أن نسبة 10,52% صرحوا أن ما جاء في تعاليم الدين الإسلامي يشجع نوعا ما على ممارسة النشاط المقاولاتي.

حيث يمكن تفسير اتجاه بعض الطلبة إلى اعتبار تعاليم الدين الإسلامي لا تشجع على ممارسة المقاولاتية إلى أن المعاملات التي تفرضها الهيئات الإدارية والمالية مخالفة للشريعة والدين الإسلامي، ولعل أهمها مسألة الفوائد الربوية في مختلف التعاملات المالية. فتحريم الفوائد المالية في الدين الإسلامي باعتبارها شكل من أشكال الربا، واستعمال المحاباة والرشوة والمعريفة والجهوية للحصول على المشاريع أو القروض والتي هي محرمة بنص القرآن والسنة، يجعل الكثير من الطلاب الجامعيين يصرفون النظر عن الاستفادة من هذه الآليات جملة وتفصيلا.

كما يمكن تفسير اتجاه الطلبة إلى اعتبار أن الدين الإسلامي يساهم في تعزيز الثقافة المقاولاتية راجع إلى القيم التي يفرسها الدين الإسلامي في نفوس الأفراد، إذ يشجع الإسلام على جمع الثروة والاجتهاد من أجل الاغتناء وتحقيق الرفاهية، فالدين الإسلامي يشجع على تنمية المال المدخر واستثماره بدلا من اكتنازه. كما اهتمت التعاليم الإسلامية بتشجيع الاستثمار وجعله جزء من العبادة وذلك من خلال العديد من الشواهد الدينية من القرآن والسنة النبوية ومن بينها قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: "ألا من ولي يتيما له مال فليتجر فيه، ولا يتركه حتى تأكله الصدقة".

5- الأعراف والمعتقدات:

الجدول 7: رأي الطلبة حول تشجيع الأعراف على ممارسة النشاط المقاولاتي.

النسبة المئوية	التكرار	تشجيع الأعراف والعادات على ممارسة النشاط المقاولاتي
42,10%	16	تشجيع
57,89%	22	لا تشجيع
100%	38	المجموع

سجلنا في الجدول أعلاه أن نسبة 57,89% من الطلبة يعتبرون أن الأعراف والعادات بالمجتمع لا تشجع على ممارسة النشاط المقاولاتي، مقابل نسبة 42,10% من الطلبة يعتبرون أن الأعراف والعادات بالمجتمع تشجعهم على ممارسة النشاط المقاولاتي.

ويمكن أن نفسر السبب والأرقام السابقة والتي اتجه فيها الطلبة بالدرجة الأولى إلى اعتبار أن الأعراف والعادات والمعتقدات غير محفزة للنشاط المقاولاتي إلى أن العادات والمعتقدات تعمل على تنميط نشاطهم المقاولاتي وجعله مجرد نشاط ممارس من قبل الأسلاف. حيث يخضع الفرد ويتأثر بضوابط المجتمع بما في ذلك المعايير التي يفرضها العرف وذلك وفقا للعادات والتقاليد المتوارثة عن الآباء والأجداد وهذا ما يشكل عائقا أمام الطلبة الراغبين في إنشاء المقاولات التي تتطلب الإبداع والابتكار والتجديد والتغيير.

كما أن البيئة السوسيوثقافية للمجتمع تحمل بعض القيم والمعايير والأعراف التي تتعارض مع ممارسة المرأة للعمل المقاولاتي، حيث تؤكد بعض الأعراف على أن دور المرأة يتمثل في الإنجاب وتربية الأولاد وأن الرجل هو المكلف بإعالتها والنفقة عليها وتوفير حاجاتها

من جهة، و من جهة أخرى أن بعض العادات الاجتماعية تؤكد على محدودية الأعمال التي يمكن للمرأة العمل فيها، كرفض الأعمال الليلية أو بعض الأعمال التي فيها مخاطرة أو الأعمال الشاقة وكذا الأعمال التي تتطلب السفر أو التنقل بعيدا عن البيت العائلي، والتي يتم اعتبارها أنها لا تتناسب مع مؤهلات وخصوصيات المرأة. ففي " المجتمع الجزائري يستمد الأفراد قيمهم الاجتماعية من الدين والعادات والتقاليد والأعراف، والتي تساهم في خلق نوع من الثقافة في مختلف الميادين بما في ذلك ميدان العمل الحر، إذ وفي هذا السياق يمكننا القول أن الثقافة السائدة في المجتمع الجزائري غير مساعدة وغير محفزة على الإبداع والابتكار وبلورة فكر مقاولاتي، يغيب عنها المنطق والمعياري العلمي والعقلاني مما أدى إلى انتشار القيم غير العقلانية في المجتمع الجزائري"⁽¹⁾.

6- المحيط الإعلامي:

الجدول 8: رأي الطلبة حول دور وسائل الإعلام والاتصال في نشر الثقافة المقاولاتية:

النسبة المئوية	التكرار	دور وسائل الإعلام والاتصال في نشر الثقافة المقاولاتية
63,15%	24	نعم
36,84%	14	لا
100%	38	المجموع

يشير الاتجاه العام للجدول إلى أن 63,15% من أفراد العينة قد أقرروا أن لوسائل الإعلام دور كبير في التعريف بالمقاولاتية وريادة الأعمال، في حين نجد نسبة 36,84% من أفراد العينة أن وسائل الإعلام والاتصال لا تساهم في نشر ثقافة المقاولاتية.

يتضح لنا من خلال ما سبق أن أغلبية الطلبة الجامعيين قد أكدوا على أن وسائل الإعلام والاتصال تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية في الوسط الجامعي، وذلك باعتبارها وسيلة لإيصال الأخبار والمعلومات عن مختلف الهيئات الداعمة للمشروع المقاولاتي بكل دقة وسرعة ممكنة وهذا ما يسمح بمسايرة المستجدات والاستفادة منها، كما تساهم في نشر

(1)- سامية فرفار، عائشة مخلوفي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحقيق التنمية الاجتماعية في الجزائر، مجلة معارف، المجلد 17، العدد 1، جامعة البويرة، الجزائر، جوان 2022، ص ص 1621-1622.

أخبار ومعلومات وتجارب المقاولين الناجحين محليا، وطنيا ودوليا، وعن أنواع المقاولات الناجحة والمبتكرة وكيفية إنشاءها وضمان بقاءها سواء من خلال المعلومات التي تتيحها حول البيئة الاستثمارية للنشاط المقاولاتي وما تحمله من فرص وما تفرضه من صعوبات ومعوقات، وكذا إعطاء صورة واضحة عن المميزات التي تجعل مؤسسة أو مقولة ما تتفوق عن غيرها من المقاولات المنافسة. هذا ويجدر الذكر بأن مساهمة وسائل الإعلام والاتصال قد تكون عبر عدة صور أو أشكال نذكر منها: الحصص التلفزيونية أو الإذاعية، الجرائد أو المجالات وكذا مواقع التواصل الاجتماعي.

خاتمة:

من خلال النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة توصلنا إلى ما يلي:

- للمحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الطلبة الجامعيين دور في بلورة أفكارهم وتشجيعهم على حب المبادرة والمخاطرة و خوض تجربة ريادة الأعمال والعمل المقاولاتي.
- تلعب العائلة دور كبير في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، حيث تساهم العائلة في تحفيز الطالب وغرس روح المبادرة لديه من خلال نسج وصقل روح المبادرة لدى الفرد منذ الصغر ، فالأسرة من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تساعد على صناعة طلاب ورواد أعمال يتمتعون بنية مقاولاتية قوية ورصيد معرفي مقاولاتي.
- تساهم مؤسسات التعليم العالي والجامعة في نشر وتعزيز الثقافة المقاولاتية وسط الطلبة، وذلك من خلال وضع برامج تعليمية ومقررات ومقاييس ذات الصلة بالنشاط المقاولاتي تساهم بشكل كبير في إنعاش الحس المقاولاتي لدى الطلبة الجامعيين.
- أغلب المعتقدات الدينية والأعراف والتقاليد التي يحملها الطالب الجامعي حول المقاولاتية غير محفزة على التوجه نحو النشاط المقاولاتي. إذ أن بعض المعاملات والقروض الممنوحة غير مقبولة دينيا، كما أن بعض العادات والتقاليد تشكل نوعا من المقاومة للتغيير والتجديد الذي تتطلبه المقولة من أجل تحقيق استمراريته وبقاءها.
- تساهم مختلف وسائل الإعلام والاتصال في نشر الثقافة المقاولاتية بين الطلبة الجامعيين، وذلك من خلال نشرها لمختلف المواد الإعلامية التي تساهم في نشر الوعي بأهمية التوجه نحو القطاع المقاولاتي. وتعزيز الثقافة المعرفية والفكر المقاولاتي.

استنادا إلى ما تم عرضه يمكن اقتراح التوصيات التالية:

- ضرورة جعل المقاولاتية تخصص وكذا إدراج مقاييس خاصة بالمقاولاتية في كل التخصصات وطيلة المسار الجامعي لنشر وتعزيز ثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي.
- عقد ندوات دورية وخرجات ميدانية مع المقاولين الناجحين من أجل تمكين الطلبة الجامعيين من الاستفادة من خبراتهم وتجاربهم الناجحة في الميدان المقاولاتي.
- إقحام وسائل الإعلام والاتصال في مجال نشر الفكر المقاولاتي في أوساط الطلبة والأسر، وذلك من خلال إعداد برامج تعليمية وثقافية للطلبة الجامعيين والأسر، تساهم في تعزيز وترويج ثقافة الريادة والإبداع والعمل المقاولاتي.
- إعادة النظر في القروض بالفائدة الممنوحة من قبل البنوك ومختلف المؤسسات التمويلية التي تمنح قروض وتفرض فوائد ربوية وذلك مراعاة للجانب الديني للطلبة الجامعيين.

قائمة المراجع:

أ- الكتب:

- (1)- النجار جمعة صالح، العلي عبد الستار محمد، الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة، ط3، دار الحامد، عمان، الأردن، 2008.
- (2)- بلال خلف السكارنة، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- (3)- عمر علاء الدين زيداني، ريادة الأعمال القوة الدافعة للاقتصاديات الوطنية، دار النجاح للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008،

ب- المجلات العلمية والدوريات:

- (1)- سامية فرفار، عائشة مخلوفي، المؤسسات الصغير والمتوسطة وتحقيق التنمية الاجتماعية في الجزائر، مجلة معارف، المجلد 17، العدد 1، جامعة البويرة، الجزائر، جوان 2022.
- (2)- فريد راهم، التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين الجزائريين بين الرغبة، الإمكانيات والتحديات: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة العربي التبسي، مجلة دراسات- العدد

الاقتصادي، المجلد 15، العدد 02، جامعة الأغواط، الجزائر، 2018.
(3)- فوزية حقاين، محمد فوزي بودية، الثقافة المقاوالتية ودورها في تعزيز النية المقاوالتية لدى الطالب، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 21، العدد 02، جامعة بسكرة، الجزائر، 2021.

ج- الرسائل والأطروحات الجامعية:

- (1)- بوعزة عبد الرؤوف، المقالة عند الشباب الجزائري بين متطلبات اكتساب الهوية المهنية وثقافة المجتمع –دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ فرع ولاية برج بوعرييج-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2019/2018.
- (2)- سفيان بدراوي، ثقافة المقالة لدى الشباب الجزائري المقاول، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2015/2014.