

المرغبة المقاولاتية والإبداع لدى الشباب الجامعي

The intention to entrepreneurship and creativity among university youth

بومناد سيف الدين¹، سنوساوي عكاشة بشير²¹ جامعة مصطفى إسطنبولي، معسكر، seifeddine.boumenad@univ-mascara.dz² جامعة وهران 2 محمد بن احمد، snoussaoui.bachir@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/04/12

تاريخ الاستلام: 2019/04/05

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل علاقة وأثر التعليم الجامعي على القدرة المقاولاتية والسلوك المقاولاتي الدفع لإنشاء مؤسسة، وتحليل هذه العلاقة من خلال خاصية القدرة على الإبداع لدى الشباب الجامعي بالمقارنة مع الشباب غير الجامعي، واعتمدت الدراسة على اختيار عينة عرضية من مراكز التسهيل ومشاغل المؤسسات ومكاتب التوظيف، وهذا لمقارنة الراغبين في إنشاء مؤسسة بغيرهم في ما يخص القدرة على الإبداع، وقدرت عينة الدراسة بـ 157 شاب. وقد تم جمع البيانات باستعمال الاستبيان الذي صمم بهدف دراسة خصائص الفرد والقدرة على الإبداع بالإضافة إلى الرغبة في إنشاء مؤسسة، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة دلالة الفروق بين الشباب الجامعي وغير الجامعي في ما يخص القدرة على الإبداع لصالح الشباب الجامعي من جهة، ودلالة الفروق بين الشباب الراغب في إنشاء مؤسسة وغيرهم في ما يخص القدرة على الإبداع لصالح الراغبين في إنشاء مؤسسة.

كلمات مفتاحية: المقاولاتية، الإبداع، الشباب الجامعي.

تصنيف JEL : L26, J24, M2

Abstract:

This study aims to highlight the impact of university education on the entrepreneurial intention that motivates the creation of the business, this relationship that requires first and foremost the ability of creativity in young people, in order to carry out this research we have opted for a comparative method between young people from university education compared to other young people in terms of the ability to be creative, and young people who have entrepreneurial intention to others who do not have this intention in terms of their creative capacity, our sample consisted of 157 young people, this study resulted in significant differences between university students and others in their ability to be creative, and young people who already have entrepreneurial intent in their ability to start a business, so the university plays a key role in the transition of Algerian youth from entrepreneurial intent to entrepreneurial action.

Keywords: Entrepreneurship, Creativity; University youth

Jel Classification Codes: L26, J24, M2

المؤلف المرسل: بومناد سيف الدين، الإيميل: seifeddine.boumenad@univ-mascara.dz

1. مقدمة:

يعدّ مفهوم المقاول والمقاولاتية من المفاهيم المتطورة مع تغير الزمان والمكان، إذ أصبحت أغلب الدول تركز على إنشاء مؤسسات باختلاف أنواعها وجعل أهدافها تلمس عدة مستويات في ظل عالم متغير يسوده التنافس، وهذا لأهمية النية المقاولاتية في تحريك واستثمار المهارات الكامنة لدى الموارد البشرية، فالعامل البشري أي الشخص المقاول هو أهم

الجامعي

عنصر في هذه الظاهرة، ونظراً لاهتمام الواسع لدى القائمين على الدولة الجزائرية في تنمية الحس المقاولاتي وتحفيزه من خلال عدة ميكانيزمات وضعتها الدولة، على أساس هذا اهتمامنا في هذه الدراسة على القدرات الابداعية ودور الجامعة في تنمية هذه الاخيرة لدى الشباب الجزائري بالمقارنة مع الشباب غير الجامعي ،

أولاً: الإطار المنهجي

1. إشكالية البحث وتساؤلاته:

في إطار تحديات النظام الاقتصادي العالمي وما يعرفه من تحولات على أكثر من صعيد أضحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عاملاً حقيقياً للتنمية، فينبغي عليها أن تأخذ على عاتقها الأعباء الناتجة عن البحث عن موقع جديد ضمن خريطة الاقتصاد العالمي الجديد، كلها عوامل أدت بالمؤسسة المعاصرة إلى البحث على من يقودها نحو النجاح، إذ يعتبر العنصر الأكثر أهمية هو الاهتمام بالموارد البشري للمؤسسة، حيث أنه من أهم التغيرات الجذرية التي أحدثتها التوجهات الفكرية المعاصرة على مفهوم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وهو المقولة، نظراً لأهميته الفائقة وقدرته على المساهمة إيجابياً أو سلبياً في بناء المؤسسة ونجاحها، وبناء على ما سبق ذكره فإن إنشاء المؤسسات في عصرنا الحالي مرهون بعدة عوامل ومتغيرات و على الهيآت المعنية الأخذ بعين الاعتبار كل هذه الأمور من خلال التغيير والتطوير المستمر لأنظمتها، والتشخيص المستمر لذلك.

في ظل ما ذكر سابقاً تتمحور إشكالية الدراسة حول دور خاصية القدرة على الإبداع لدى خريج الجامعة في تحفيز الرغبة في إنشاء مؤسسة ومقولة خاصة بحيث تكون هذه الأخيرة قيمة مضافة من ناحية السلعة والخدمة المقدمة في السوق؟ وهل للجامعة الجزائرية دور في تعزيز القدرة الابداعية لدى الشباب؟ وبصيغة أخرى هل توجد فروق بين الجامعيين وغير الجامعيين فيما يخص القدرة على الإبداع؟ وهل توجد فروق بين الراغبين وغير الراغبين في إنشاء مؤسسة في ما يخص القدرة على الإبداع؟

2. فرضيات الدراسة:

يرى الباحثان أن الولوج إلى الجامعة باعتبارها مركز لنقل المعرفة وتهيئة الشباب لسوق العمل، الأمر الذي يشكل عامل رئيسي في تعزيز القدرة على الإبداع لدى الشباب الجامعي، مما يؤثر إيجاباً في الرغبة في إنشاء مقولة خاصة، وهذا عكس الشباب غير الجامعي. وبالتالي:

أ. هناك فروق دالة بين الشباب الجامعي وغير الجامعي في ما يخص القدرة على الإبداع.

ب. هناك فروق بين الراغبين وغير الراغبين في إنشاء مؤسسة في ما يخص القدرة على الإبداع.

3. التعاريف الإجرائية:

✓ القدرة الإبداعية: هي مهارة تساعد الشاب الجزائري في التطور والتغيير نحو الأفضل والتكيف مع التغيرات وتحقق قيمة مضافة اجتماعياً واقتصادياً.

✓ الرغبة في إنشاء مؤسسة: وهي رغبة الشاب في إنشاء نشاط اقتصادي هدفه الربح وتحقيق قيمة مضافة.

4. أهمية البحث وأهدافه:

وتتمثل أهمية هذه الدراسة في الجوانب التالية:

- التعرف على أهمية القدرة الإبداعية في صقل شخصية المقاول .
 - الكشف عن دور الجامعة الجزائرية في تعزيز القدرات المقاولاتية للشباب الجزائري.
 - تكمن أهمية الدراسة أيضاً في كونها تعرفنا على آليات الدعم الحكومية لأصحاب المشاريع المقاولاتية.
- كما تهدف الدراسة أساساً إلى:

- التعرف على الفروق فيما يخص القدرة الإبداعية بين الشباب الجامعي وغيرهم.

- الكشف عن أهمية القدرة على الإبداع في تعزيز الرغبة المقاولاتية.

ثانياً: الإطار المفاهيمي

1. مفهوم المقاول:

في مفهوم المقاول وضّح (خدري و بطاهر 2013) أنّ خلال العصور الوسطى كانت كلمة المقاول تعني الشخص الذي يشرف على مسؤولية ويتحمل أعباء مجموعة من الأفراد، ثم تطوّر وأصبح يعني الفرد الجريء الذي يسعى من أجل تحمّل مخاطر اقتصادية.

أما خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر فقد كان يعد الفرد الذي يتجه إلى أنشطة المضاربة. ويعتبر "ساي" (Say, 1803) من أوائل المنظرين لهذا المفهوم إذ اعتبره المبدع الذي يقوم بجمع وتنظيم وسائل الإنتاج، بهدف خلق منفعة جديدة

كما عرف "شوم بتر" (Chum Peter) في سنة (1950) المقاول، بأنه ذلك الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة لتحويل فكرة جديدة أو اختراع جديد إلى ابتكار وبالتالي فوجود قوى الزيادة "التدمير الخلاق" في الأسواق والصناعات المختلفة تنشأ منتجات ونماذج عمل جديدة، وبالتالي فإن الرياديين يساعدون ويقودون التطور الصناعي والنمو الاقتصادي على المدى الطويل.

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

غير أن المقاول ليس بالشخص الخيالي، وإنما هو عبارة عن شخصية تتصرف بمفردها وبشكل مستقل "مقاوم، متمرد، ومبدع". (خدري و بطاهر، 2013، ص.03)

فيما يخصّ أفعال المقاول فهي تكون نتيجة تداخل ثلاث عناصر هي:

- الجانب المعرفي: كلّ ما تعرف عليه المقاول يساعده في تغيير نظرتة وينعكس ذلك على مهامه.
- الجانب البنوي: وهو الجانب المحيط و الجانب السوسيو تربيوي و الجانب التّساهمي و العلاقة مع الزبائن و العملاء.

- الجانب القيمي: وهو الوضعية المختارة في المجتمع أو التي تدفعه للوصول إليها.

(jurquet, 2013 & Schott)

وعليه فالمقاول هو الشخص الذي لديه الإرادة والقدرة على تحويل فكرة جديدة أو اختراع إلى ابتكار يجسد على أرض الواقع إذا كان لديه الموارد الكافية، بالاعتماد على معلومة هامة، من أجل تحقيق عوائد مالية، عن طريق المخاطرة، ويتصف بالإضافة إلى ما سبق بالجرأة، الثقة بالنفس، المعارف التسييرية، والقدرة على الإبداع، وبهذا يقود التطور الاقتصادي للبلد.

بالإضافة إلى العديد من المهارات الواجب توفرها يرى "بوشناتة و بوسهيمين" (2009) أنه لا بدّ تتوفر المهارات التالية في المقاول الناجح:

1. المهارات التقنية: وهي تتمثل في الخبرة، المعرفة، والقدرة التقنية العالية المتعلقة بالأنشطة الفنية للمشروع في

مختلف المجالات من إنتاج، بيع، تخزين وتمويل وهذه المهارات تساعد في إدارة أعمال المشروع بجدارة.

2. المهارات التفاعلية: وهي قدرات الاتصال، نقل المعلومات استلام، ردود فعل، مناقشة القرارات قبل إصدارها،

الإقناع. التي يحتاجها المقاول في حالة تحويل الصلاحيات اللازمة لإدارة النشاط للأخرين.

3. المهارات الإنسانية: وتتمثل في القدرات التي تمكن المقاول من تطوير علاقاته مع رؤوسيه وزملائه لخدمة المشروع

والمؤسسة بشكل عام، حيث أن هذه العلاقات تبني على الاحترام والثقة والدعم المستمر للعنصر البشري داخل

المؤسسة والاهتمام بمشكلاته خارج المؤسسة، وهي قدرات تتعلق بالاستجواب والتحفيز والاستمالة للآخرين والمعاملة الحسنة والتصرف اللبق مع أعضاء المؤسسة.

4. **مهارات فكرية:** تتمثل في اكتساب أسس ومبادئ علمية في ميدان الإدارة واتخاذ القرار والمحاكمة المنطقية وتحليل المشكلات وإيجاد العلاقات بين المشكلات وأسبابها وحلولها.

5. **مهارات تحليلية:** أي القدرة على التفكير المجرد حيال نظرتهم إلى مؤسساتهم التي تعمل ككل وليس كجزء وان أجزاءها ووظائفها تتربط مع بعضها البعض لتصبح كلا في محيطها، حيث أن هذا الإدراك في حد ذاته تخوله تعقيدات العمل الحاصلة أمامه بعد مواجهته أغلبية المشاكل ليتمكن فيما بعد من وضع الحلول المناسبة.

2. ماهية المقاولاتية:

وكما تعددت تعريف المقاول تعددت أيضا التعاريف التي تناولت المقاولاتية، إذ عرفها كل من (خدري و بطاهر 2013) على أنها "الفعل الذي يقوم به المقاول والذي ينفذ في سياقات مختلفة وبأشكال متنوعة، فيمكن أن يكون عبارة عن إنشاء مؤسسة جديدة بشكل قانوني، كما يمكن أن يكون عبارة عن تطوير مؤسسة قائمة بذاتها. إذ أنه عمل اجتماعي بحث على حد قول "مارسال و موس" (Mauss & Marcel) (1923-1924). ويعرف "بيرانجر" (Beranger) وآخرون المقاولاتية (Entrepreneuriat) المشتقة من (Entrepreneurship) والمرتكزة على إنشاء وتنمية أنشطة، فالمقاولية يمكن أن تعرف بطريقتين:

- على أساس أنها نشاط: أو مجموعة من الأنشطة والسيرورات تدمج إنشاء وتنمية مؤسسة أو بشكل أشمل إنشاء نشاط.

- على أساس أنها تخصص جامعي: أي علم يوضح المحيط و سيرورة خلق ثروة وتكوين اجتماعي من خلال مجابهة خطر بشكل فردي.

أما "آلان فايول" (Alain Fayol) فقد حددها على أنها حالة خاصة، يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعدم التأكد أي تواجد الخطر، والتي تدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تخصص بتقبّل التغيير وأخطار مشتركة والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي. أما بالنسبة للأنجلوساكسونيون وخاصة الأمريكيون فقد استعملوا المصطلح منذ سنوات التسعينات، إذ نجد أن البروفيسور "هاوارد ستيفانسون" (Howard Stevenson) بجامعة "هارفارد" (Harvard) يوضح بأن: "المقاولاتية عبارة عن مصطلح يغطي التعرف على فرص الأعمال من طرف أفراد أو منظمات ومتابعتها وتجسيدها

إذن المقاولاتية هي الأفعال و العمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من أجل إنشاء ثروة، من خلال الأخذ بالمبادرة، وتحمل المخاطر، و التعرف على فرص الأعمال، و متابعتها و تجسيدها على أرض الواقع.

3. الخصائص النفسية للمقاول:

يحتاج المقاول إلى مجموعة مواصفات تجعل منه المقاول الناجح والمسير الجيد، وهذا عن طريق الدمج بين مجموعة من الصفات الشخصية، ويمكن عرضها من خلال مجموعة من المقومات التالية:

1. **الحاجة إلى الإنجاز:** أي تقديم أفضل أداء والسعي إلى إنجاز الأهداف وتحمل المسؤولية والعمل على الابتكار والتطوير

المستمر والتميز، ولذلك فالمقاول دائما يقيّم أداءه وإنجازه في ضوء معايير قياسية وغير اعتيادية.

2. **الثقة بالنفس:** حيث يمتلك المقومات الذاتية والقدرات الفكرية على إنشاء مشروعات الأعمال وذلك من خلال

الاعتماد على الذات والإمكانيات الفردية وقدرته على التفكير والإدارة واتخاذ القرارات لحل المشكلات ومواجهة

التحديات المستقبلية، وذلك بسبب وجود حالة من الثقة بالنفس والاطمئنان لقدراتهم وثقتهم بها) (Adam,2009,p.165).

الأفراد الذين يملكون الثقة بالنفس يشعرون بأنهم يمكن أن يقبلوا التحديات ويجعلون أعمالهم ناجحة، إنهم يملكون شعورا متفوقا، إذ أنّ لديهم القدرة على ترتيب المشاكل وتصنيفها والتعامل معها بطريقة أفضل من الآخرين والاستفادة من الأخطاء (النجارو العلي، 2010، ص.33)

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

4. التضحية والمثابرة: يعتقد المقاولون بأن تحقيق النجاحات وضمان استمراريتها، إنما يتحقق من خلال المثابرة والصبر والتضحية برغبات آنية من أجل تحقيق آمال وغايات مستقبلية، ولذلك فالضمانة الأكيدة لهذه المشروعات إنما تنبع من خلال الجهد والاجتهاد والعطاء (Adam,2009,p.161)

5. الرغبة في الاستقلالية: ويقصد بها الاعتماد على الذات في تحقيق الغايات والأهداف، والسعي باستمرار لإنشاء مشروعات مستقلة لا تتصف بالشراكة خاصة عندما تتوافر لديهم الموارد المالية الكافية، كما يستبعد المقاولون العمل لدى الآخرين تجنباً لحالات التحجيم بحيث يتمكنون من التعبير والتجسيد الحقيقي لأفكارهم وآرائهم وطموحاتهم. كما " يوفر لهم إنشاء المؤسسات الخاصة الدخل الكافي للمعيشة وتحقيق الثراء، إلى جانب التحكم في شؤون العاملين لديهم مما يعطهم استقلالية في العمل، وهذا ما سماه "شومبتر" (Shumpeter) بالمملكة الصغيرة (Adam,2009,p.163).

6. إدارة انفعالات الآخرين: هي قدرة الفرد على التأثير الإيجابي في الآخرين والتجاوب بفعالية مع مشاعرهم ورغباتهم، وقدرته على تطوير مشاعر الآخرين ومزاجهم وتحسينها، ومساعدتهم على التخلص من المشاعر السلبية بمهارة.

7. الاستقلال الذاتي: هي قدرة الفرد أن يقر مصيره وأن يكون مستقلاً بذاته وقادر على مقاومة الضغوط النفسية عند التفكير، والتصرف بمواقف معينة. (صالح، 2014، ص.35)

وأضاف النجارو العلي بعض الخصائص التي يتميز بها المقاول وتتمثل في :

8. التفاؤل: يمتلك أصحاب الأعمال الصغيرة خاصية تفاؤلية أكثر من غيرهم فهم غير متشائمين ومتفاؤلون أكثر من غيرهم، فالتفاؤل جزء من النجاح خاصة عند الاستفادة وتحويل الفشل إلى نجاح.

9. النظام والمنهجية: أصحاب الأعمال الصغيرة والرياديين لديهم القدرة على ترتيب وتنظيم وقتهم بشكل جيد، وهم قادرون على الرؤية الواقعية وإدراك التفاصيل الدقيقة والربط بين المتغيرات

10. الرغبة في النجاح: هم الأشخاص الذين يمتلكون درجات أكبر من الأشخاص العاديين من حيث الرغبة في النجاح حيث يقدمون مسؤولية ذاتية لأعمالهم ولوظائفهم والقفر فوق الحواجز والتشبث بالهوية.

11. الاندفاع للعمل: مستوى الإندفاع والحماس يكون مرتفع بالمقارنة مع الأشخاص العاديين حتى يمكن أن يأخذ شكل العناد والرغبة في العمل الصعب أو الشاق، إن أصحاب المشروعات الصغيرة يزدنون ويتألقون في مواجهة التحديات.

12. الاستعداد الطوعي للعمل لساعات طويلة: إن أي شخص يملك عملاً صغيراً لا يمكن أن يعمل ثمان ساعات يومياً و خمسة أيام في الأسبوع، فهو أول القادمين وآخر المغادرين وقوة الإرادة تمكنهم من عمل حتى في حالة المرض وعدم أخذ إجازات مرضية أثناء العمل والابتعاد عن المرض بعينه.

13. الالتزام: لا بد لأصحاب الأعمال الصغيرة من إدامة تركيزهم على أهدافهم ويمكن لأي شخص أن ينجح في العمل بشرط أن لا يتراجع، وتؤكد دراسات وجود علاقة إيجابية بين مدى الالتزام ومستوى نجاح العمل. فالالتزام يتعدى أساساً على التضحية. (النجارو العلي، 2010 ص33)

14. **القدرة القيادية:** وتعتبر أنها العلاقة العامة بين أعضاء جماعة من الجماعات حيث يكتسب القائد مكانة خلال المشاركة الفعالة وإظهار قدرته على تحمل المسؤولية وتسيير بعض المهام أو الأعمال التعاونية بهدف الوصول بها للإنجاز وتحقيق أهدافه (أبو الحجاج، 2009، ص.116)
- إن القائد لابد أن يتمتع بمجموعة الخصائص الذاتية التي تمكنه من أن يكون فعالا سواء في طرح الرؤية الملهمه أو التأثير في الآخرين وفي هذا السياق يمكن أن نحدد خمس خصائص بالإضافة إلى نوعيّة المرؤوسين :
- **الرؤية (Vision):** رؤية القائد هي تصريح بما ستكون عليه الشركة في المستقبل، و القائد هو المحرك الأساسي في ضبط الاتجاه وتوجيهه وتخصيص الموارد، فان الظروف تخلق احتمالات شتى واحد منها ملائم وكل البدائل الأخرى غير ملائمة .
 - ولهذا فان الرؤية هي التي تقدم مسار النشاط وفق تفضيلات القائد وهي التي تعكس الهوية والتفكير الاستراتيجي و البراعة الذهنية في جعل الشركة هي المبادرة في صنع الأحداث وتحقيق الأهداف وقيادة السوق. وبناء على ذلك نقول لاقادة بدون رؤية تكون جزء من حلم اكبر هو ما تقدمه القيادة لتحريك كل ما حولها، ولنتذكر ذلك القول المأثور بان الشيء الحقيقي في الاكتشاف لا يتمثل في الوصول إلى أرض جديدة بل في رؤية الأشياء بعيون جديدة هي عيون القائد الذي يأتي بالرؤية الجديدة .
 - **الكاريزما:** ان الرؤية العظيمة الملهمه بحاجة الى الشخصية القوية الجذابة المقنعة بإمكانية تحقيق هذه الرؤية. إن التغيير الكبير الذي تأتي به الرؤية يمكن أن يثير مخاوف وقلق ومقاومة ، وكل هذه المواقف يمكن للشخصية الكاريزمية أن تبدها في وقت قياسي ليتاح لمن لا يمتلك مثل هذه الخصائص .
 - **البراعة (Dextérité):** إن البراعة في القيادة ليست سوى المهارة والقدرة على التصرف القيادي في الموقف التي تواجه القائد. إنها الحرفية القيادية والخبرة في التعامل بطريقة تقديم الدليل المرة تلو المرة الأخرى، على القائد أن يقود ويوجه ويؤثر في الآخرين. ان القيادة في بعدها الرشيد (Rational) هي مجموعة الخبرات المتراكمة لنماذج القيادة في المواقف المختلفة ، ومثل هذه البراعة هي التي تضمن للقيادة سرعة البديهة ومعالجة المواقف الجديدة بقدرة عالي من الاستعداد جراء هذه الخبرات الكبيرة .
 - **الذكاء العاطفي (Emotional Intelligence):** إن ممّا يمتاز به القادة هو إن المعامل العاطفي Emotional quotient) يكون عاليا مما يؤهلهم للتأثير في الذين يعملون معهم والذكاء العاطفي هو القدرة على فهم واحترام عواطف الآخرين والتأثير بها والاستجابة الذكية لها وهذه السمة هي التي تقرب القائد من فريق العاملين معه بطريقة فعالة.
 - **القيم (Values):** إنّ "كوزيس و بوسنير" (kouzes and posner) في كتابهما "تحدي القيادة " وجدا من خلال مسح شمل آلاف الأفراد أن النزاهة هي السمة الجيدة الأكثر تكرارا التي يجب توفرها في القيادة . إن قيم الأداء التي يحتاجها القائد للتقدم نحو تحقيق الرؤية، بحاجة إلى قيم أخلاقية كالنزاهة والعدالة. كما يحتاج إلى الثقة للتقدم في علاقاته مع العاملين الذين يتطلعون للقائد كقدوة في الأداء و قدوة في القيم والأخلاقيات التي تحد من الانتهاكات الأخلاقية التي تضمن سمعة الشركة خارجها وسلامة وتعزيز العلاقات داخلها في المدى البعيد. وهذا خلاف القائد " الميكافيلي " الذي يمكن أن يكون ناجحا في المدى القصير " قائد الصفقة والفترة الانية " ولكنه لن يكون قائد العلاقات بعيدة الأمد .
 - **نوعية المرؤوسين:** لا يمكن فهم القيادة على أنها مسألة فردية رغم أهمية كاريزما القيادة وبراعتها وانما هي فعالية ذلك المزيج من فعالية القائد التي تتحول من خلال تأثير القيادة إلى فعالية وكفاءة المرؤوسين. إن فعالية القيادة (Leadership effectiveness) هي الممارسة الناجحة للتأثير الشخصي بما يحقق الأهداف

المشتركة والواقع أن التأثير الشخصي للقائد يكون عظيم التأثير مع رؤوسين كفوؤين ومؤهلين و يمكن أن لا يكون كذلك مع رؤوسين خاملين وغير مؤهلين ويفتقرون للحماسة. إن القائد يجب إن يحسن اختيار رؤوسيه ويساهم في تطويرهم وتحفيزهم وإلهامهم برؤيته من أجل تحقيق ذلك المزيج الفعال من القائد والمرؤوسين لتحقيق الأهداف المشتركة الكبيرة .

• الظروف المحيطة :

وفي مقابل خصائص القائد والمرؤوسين هناك الظروف التي تمثل بشكل كبير الأبعاد الموضوعية التي تتعامل معها القيادة بطريقة أو بأخرى لضمان تحقيق رؤيتها وأهدافها. إن الظروف الخارجية هي ذات بعدين :

1. البيئة الخارجية العامة : وهي مجمل الظروف السياسية والقانونية والاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية

والثقافية السائدة في البلد والتي تؤثر على الشركة، وهذه الظروف عندما تكون مشجعة فإنها توفر دوافع ومحركات إضافية للقيادة من أجل العمل والمبادرة والابتكار، ولكن عندما تكون غير مشجعة وتتسم بالاضطراب وعدم الاستقرار فإنها تأخذ الكثير من التفكير والجهد من أجل الحد من تأثيراتها السلبية على الشركة، ومع التأكيد على دور القيادة في التأثير على هذه الظروف الخارجية ، إلا أن هذا يتطلب جهداً جماعياً لقطاع الأعمال بالتعاون مع الحكومة من أجل بيئة أعمال أفضل للجميع . (نجم عبود، 2012، ص54)

2. البيئة الخارجية الخاصة : وهذه تتمثل بأصحاب المصالح الذين يتأثرون ويؤثرون بشكل مباشر بأعمال و

أنشطة الشركة كما هو الحال في الزبائن، المنافسين، النقابات حملة الأسهم .

ففي عصر المسؤولية الاجتماعية والاهتمام بالزبون جرى التحول من المسؤولية الاقتصادية للشركات التي تركز على مسؤولية واحدة هي المسؤولية حيال المالكين أو حملة الاسهم (Stakeholders) الى المسؤولية الاجتماعية بالتركيز على أصحاب المصالح (حيث أصبح حملة الأسهم يمثلون احد أصحاب المصالح) .

إن القيادة تدرك اليوم أهمية العلاقات بعيدة الأمد مع أصحاب المصالح ليس فقط لانهم يمثلون راس مال جديد هو رأس المال العلاقات الذي ينعكس ايجابيا على القيمة السوقية للشركة، وإنما لأن النجاح في قيادة هذه العلاقات سيجعل الظروف الخارجية للشركة مواتية بما يحقق نجاحها بعيد الأمد، الذي يضمن بقاء الشركة و نموها. إن القيادة الفعالة في بيئة الاعمال اليوم هي القيادة الفعالة لأصحاب المصالح وفي المقدمة منهم قيادة الزبون والمجهزين (نجم عبود، 2012، ص55)

ويظل المنافسون هم الأكثر تأثيراً في تجدد القيادة وتحدي مقدرتها على الاستجابة وتوليد الحلول الجديدة لمواجهة هذه التحديات. إن المنافس بالنسبة للشركة هو العامل الأكثر حيوية وخطورة في إتلاف القيمة في الشركة. فالميزة التنافسية هي مقدره الشركة على أداء أعمالها بالشكل الذي يصعب على منافسها تقليدها، وهي أيضاً قدرة الشركة على تجاوز المنافسة من خلال تقديم منفعة للزبائن لا يستطيع المنافسون مجاراتها وتكون هذه الميزة مستدامة فقط إذا يخفق المنافسون في تقليدها واستنساخها، وهذا دور القيادة في لصق الميزة التنافسية بالقدرات الجماعية والكامنة والمعرفة الضمنية للشركة، وكذلك في تجديد الميزة باستمرار بما يجعل المنافسين يلهثون وراء الشركة للحاق بها. كما القيادة في الشركات التي لا تكون قائدة السوق تساعد على تحقيق التعلم الاستراتيجي من المنافسين الأفضل في مجال عمل الشركة. إن الشركات التي تضع نصب أعينها المنافس الأفضل، تضع نفسها في دائرة التعلم الموجه والاكثر فعالية من مصدر الخطر عليها وإن الهندسة المعاكسة (Reverse engineering) تقدم نموذجاً صارخاً يقرب من اللامشروعية أحياناً للتعلم من أنظمة وتكنولوجية ومنتجات و خدمات المنافسين المتميزين، وإذا كانت الشركات في الماضي تتعلم فان الجديد حقا هو أن الشركات أصبحت تتعلم بالتعلم الاستراتيجي وكما يرى "هنري مينتزبيرغ" فإن كل إستراتيجية فعالة تمشي بقدمين الأول : تشاوري و يتمثل بالتعلم، والثاني : انبثاق و يتمثل في صنع الإستراتيجية الجديدة التي ترتقي بقدرة الشركة على الاستجابة

للبيئة والواقع ان التعلم الاستراتيجي من المنافسين الأفضل هو الذي يحقق المعايير الاستراتيجية (نجم عبود، 2012، ص56)

15. الفكر الإبداعي:

التفكير الإبداعي هو ذلك النوع من التفكير الذي يتسم بحساسية فائقة لإدراك المشكلات وقدرة كبيرة على تحليلها وتقييمها وإدراك نواحي النقص والقصور فيها، كما يمتلك صاحب هذا النوع من التفكير قدرة كبيرة على إنتاج الأفكار التي تتسم بالتميز والتفرد والجديّة، كما يتميز بالسهولة في إنتاج عدد كبير من الأفكار في وقت قصير، وبالمرونة في التحوّل من فكرة إلى أخرى، ويتسم صاحب هذا النوع من التفكير بقدرة كبيرة على التخيل والتصور والإنشاء والتّركيب والبناء، وإيجاد علاقات جديدة وتفسيرات متميّزة لفهم الواقع والتعبير عنه وتغييره نحو الأفضل، وتكون نتائجه خلاقة وليست روتينية أو نمطية (لطيف، 2011، ص18)

أما تعريف الإبداع الكامن حسب المعجم العربيّ لتحديد المصطلحات النفسية فهو "استعداد الفرد لإنتاج أفكار أو نواتج سيكولوجية جديدة" (صالح، 2014، ص12)

تعتبر القدرات العقلية أو الذهنية احد المتغيرات المهمة التي تميز بين الرؤساء الناجحين وغير الناجحين وقبل أن بدأ إمعان النظر من الاختلافات الموجودة بين الرئيس الناتج والرئيس الفاشل فيما يتعلق بالقدرات العقلية والإبداعية ينبغي أيضا التعليق على النتائج التي كانت متوقعة من هؤلاء الأفراد وقد تضمنت المقاييس التي كنا نستخدمها في التقسيم مستويات مرتفعة من القدرات الاستدلالية (تقييم الفكر الناقد) وكان لدينا بالإضافة إلى ذلك بعض المقاييس المميزة بالإبداع القائم على إبعاد الشخصية بينما يمكننا الانتقاد أن الرئيس الماهر والمبدع أثناء التدريب من الضروري أن يكون ناجحا أيضا في الإدارة الفعلية للمؤسسات فينبغي علينا أيضا ذكر أن عند التعرض لعوائق ثابتة بدرجة كبيرة ينمي المعرفة والخبرة يبدوا أن هذا الافتراض كان منطقيا حيث تشير كل المنافسات والعلاجات إلى صحته ولكن الحقائق كانت تشير إلى عكس ذلك فلم تكن معدلات الرؤساء الناجحين في القدرات العقلية أعلى من المتوسط أو أكثر إبداعاً من نظرائهم الذين حققوا نجاحا اقل منهم (ميرديث، 2009، ص11)

يعتبر الإبداع عملية تتكون نتيجة علاقات أو ترابطات جديدة من عناصر معروفة لسبب مواجهة مشكلة أو مواجهة نقص أو نتيجة لتكوين علاقة بين المثير والاستجابة وبين الاستجابة والتعزيز أو نتيجة للوسط والمناخ المحيط ونتيجة لما يتمتع به الفرد من استعدادات وما لديه من دوافع لأجل تلبية احتياج أو تحقيق هدف أو حل مشكلة، إذن الإبداع هو ثمرة تفكير ونظرة للمألوف بطريقة أو زاوية غير مألوفة، ويتم تحويل ذلك التفكير والنظرة إلى تصميم قابل للتنفيذ والاستعمال من خلال العلاقات الترابطية التي تنشأ في الذهن لتلبية الاحتياج الشخصي أو الاجتماعي ولتحقيق الأهداف وحل المشكلات الناشئة من المثير والإثارة أو التعزيز والدافع أو بسبب الجو الملائم والمناخ المساعد، أو الإدراك والحدس (صالح درويش، 2003، ص163). وينظر إلى الإبداع على "أنه ابتكار وتطبيق، ممارسات، عمليات، لهيئة أو تقنية متجددة في التسيير، وهذا يهدف تحقيق غايات جديدة" (Besbes et al, 2013, p163)

• الخطوات السبع لتنفيذ الإبداع:

ان استعداد لمؤازرة فكرة معينة ورغباتها فيما فان ذلك يعني انك مستعد للعمل الجاد المتعلق بتنفيذها يمنح هذا الكتاب عملية من سبع خطوات تمكّنك من تنفيذ الأفكار:

1. خلق الرؤية الطموحة للإبداع هذه الرؤية في عبارة تصف الفكرة وتساعد فيكسب الدعم لها .

2. تعريف من يهمة الأمر ، حدد الأشخاص الذين سوف يتأثرون فكرته الإبداعية او الذين يتحكمون في الموارد التي تحتاجها لتطبيق هذه الفكرة حتى نستطيع مخاطبة اهتمامات هؤلاء الأشخاص في بداية العملية .
 3. صقل ورعاية شبكة الدعم غيرالرسمي ، سوف تحتاج الى الأشخاص الذين بإمكانهم تقديم الدعم التقني و السياسي المالي وكذلك الاشكال الأخرى للدعم حتى تتحول فكرتك الى الواقع في المراحل الأولية سوف تحتاج الى الداعمين غير الرسميين الذين قد تعتقد عليهم وقت الحاجة.
 4. بناء حالة عملية، توضح هذه الحالة قيمة الفكرة التي تتقدم بها ، وذلك من خلال توضيح الفوائد التي ستعود على عملائك وعلى شركتك وسوف تستخدم هذه الحالة لكسب الدعم الضروري للفكرة .
 5. التواصل مع من يهمة الأمر، عليك ان توضح الأشخاص داخل وخارج منطقتك قيمة هذه الفكرة ، حتى نستطيع الحصول على الموارد والدعم الذي نحتاجه .
 6. إدارة المقاومة أوالمعارضة من المؤكد انه سوف يعارض بعض الناس الفكرة التي نتقدم بها وعندئذ عليك ان تعمل جدياً لإدراك اهتمام هؤلاء الأشخاص حتى لا يقفون في طريق مشروعك.
 7. التعلق بالفكرة الإبداعية يحتاج الابداع الى بعض الوقت لكي تؤازر من القوى الداعمة لمشروعك فانك تحتاج الى ان تستمر في حماسك لهذه الفكرة .
- ان الخطوات التي سبق ذكرها والخاصة بتنفيذ الإبداع ليس من الضروري ان تكون بنفس الترتيب المذكور اعلاه ربما تقوم ببعض هذه الخطوات في توازي أو بترتيب مختلف ، يتوقف ذلك على تفصيل وطبيعة الموقف ، يقول بيتر دراكر " كل منظمة-ليس مجرد عمل تجاري- تحتاج الى قدرة الأساسية : الابداع ". (محمد يوسف، 2011، ص.22)

4. المهارات الإدارية للمقاول:

1.4 مهارة التخطيط:

هناك من يعرف التخطيط بأنه التقرير سلفاً لما يجب عمله، وكيف يتم ومتى ومن الذي يقوم به، كما يعرف التخطيط على أنه عملية ذهنية تختص بالتحديد مقدماً لما يجب إنجازه من قبل شخص أو جماعة خلال فترة زمنية محددة لإنجاز أهداف محددة مستعينين بسياسات وإجراءات والقواعد وإستراتيجيات موضوعية من قبل الإدارة العليا(سعيد، 2003، ص55)

2.4 مهارة التنظيم:

حيث يعرفه برنارد بأنه نظام يتكون من مجموعة من النشاطات المتعاونة عن قصد ووعي لجماعة معينة وهو يتطلب نظام للاتصال وهنا يركز على أهمية دور الفرد في التنظيم وعلى دور التنظيم في حفز الأفراد(سعيد، 2003، ص71)

3.4 مهارة التوجيه:

تهدف وظيفة التوجيه إلى إرشاد وتحفيز المرؤوسين لضمان تحقيق أهداف الفعالية ويضمن مجموعة العمليات التي تحدد اختيارات أو بدائل مهام الأفراد و من ثم سلوكهم وعلى الرغم من أن عمليات التحفيز معقدة جداً، وغير مفهومة بصورة إلا أنه يمكن بصفة عامة وضع إطار لها حيث يبدأ هذا الإطار من الاحتياجات التي تمثل القوة التي تقود إلى السلوك وكما ازدادت شدة هذه الاحتياجات كلما ارتفعت الجهود المبذولة لإشباع لذة الاحتياجات. (إسماعيل، 2004، ص338)

4.4 مهارة الرقابة: هي عبارة عن قياس وتصحيح أداء المرؤوسين للتأكد من أن أهداف المنظمة والخطط الموضوعية

لبلوغ هذه الأهداف قد تم تنفيذها بشكل مرضي. ويمكن تعريفها كذلك بأنها قياس للأداء وتصحيحه. (غنية، 2003، ص103)

خصائص الرقابة الفعالة: من أهم خصائص الرقابة الفعالة ما يلي:

- أن يكون الجهاز الرقابي ذا كفاءة وخبرة في مجال نشاط المراقب.
- أن تكون الرقابة واقعية ودون الإساءة لأطراف المراقبة.
- أن تكون الرقابة اقتصادية وغير مكلفة.

- أن تكون الرقابة محددة وسهلة.
- أن تكون الرقابة متناسبة مع طبيعة عمل المنظمة وأهدافها.
- أن تركز على نظام اتصال فعال.
- أن ترتبط الرقابة بالسلطة.
- أن تكون مرنة. (العتيبي، 2002، ص205)

5.4 مهارة الإتصال:

الإتصال هو القدرة على التفاعل أو تعامل طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى أيّ (أو كل) من الطرفين. أو هي تبادل رسائل بين أطراف مختلفين باستخدام وسائل (قنوات) للتوصيل. وهو عملية تأثير متبادل بين طرفين (أو أكثر) بهدف كل منهما للسيطرة على سلوك الآخر. (السلي، 1996، ص321)

6.4 مهارة إتخاذ القرارات:

يمكن تعريف اتخاذ القرارات بأنها عمل فكري وموضوعي يسعى إلى إختيار البديل الأنسب من بين بدائل متعددة و متاحة أمام متخذ القرار وذلك عن طريق المفاضلة بينها باستخدام معايير تخدم ذلك وبما يتماشى مع الظروف الداخلية والخارجية التي تواجه متخذ القرار، وبالتالي فالقرار واتخاذ ما هما في الواقع إلا انعكاس لسلوكه الذي يقع مستقبلا و النتائج متوقعة التي ستترتب على هذا السلوك.

وعليه يمكن القول إن الاتخاذ القرار عمل مرادف لعمل المدير وبالتالي لا نجد مديراً أياً كان تخصصه ومجال عمله ومستواه الإداري إلا ويتخذ قرارات متعددة ومتنوعة ضمن نطاق السلطة الممنوحة له. (هاشم، 2010، ص23)

والقدرة على اتخاذ القرار ينسجم مع العملية المعقدة التي تتم لاختيار الحل الملائم لمشكلة معينة، مهما كانت طبيعة هذه المشكلة، وأن هذه العملية تتدخل فيها عوامل متعددة نفسية واجتماعية وتنظيمية وفنية وبيئية، كما تتضمن عناصر متعددة وكثيرة لما لها من صفات تميزها عن غيرها من العمليات الأخرى، وفي اعتقادنا أنه يمكن بيان ماهية عملية اتخاذ القرارات من خلال تحديد الصفات المميزة لهذه العملية والتي نجملها فيما يلي:

- أنها عملية قابلة للتشديد.
- أنها عملية تمتد في (الماضي والمستقبل).
- أنها عملية تقوم على الجهود الجماعية المشتركة.
- أنها عملية تتصف بالعمومية والشمول.
- أنها عملية ديناميكية مستمرة.
- أنها عملية مقيدة تنسم بالبطء أحيانا.
- أنها عملية معقدة وصعبة. (كنعان، 1983، ص87)

و من جانب آخر يجب عليه أن يتقن القدرات التالية:

- القدرة على الاستماع / القدرة على الكلام
- التفكير المؤسسي / طريقة تفكير الزبون.
- التكيف مع المحيط الخارجي / التنسيق في المحيط الداخلي
- احترام القانون / الخروج بمعايير
- تولي النّياابة / تسيير المخاطر
- التفكير المستقبلي / التّذكر بالماضي

- تقييم الأهداف / تقييم حالات عدم الوصول للأهداف
- العمل الفردي / العمل الجماعي
- تسيير التغيير / التحكم في الاستقرار.
- البقاء متماسك / التحليل و التلخيص
- الإبداع / الإنطلاق من الخبرات
- التفكير في الفرد/ التفكير في المؤسسة. (Schott et jurquet, 2013)

و من وجهة نظر (حجازي، 2015 ص51) أنّ لا بدّ على مدير المشروع أن تتوفّر فيه خمس مهارات أساسية متمثلة في :

1. مهارات إدارة المشروع: تشتمل هذه المهارة على أدوات ووسائل تخطيط وتنفيذ المشروع مثل القدرة على تقدير التكاليف وإعداد جداول زمنية مناسبة من أجل تنفيذ المشروع، و التحليل و التدقيق و إعداد تقارير واضحة و العمل المستمرّ على تحسين المهارات.
2. مهارات إنسانية: في العمل الجماعي يستخدم مدير المشروع مزيجا من مهارات الإقناع و السّلطة و إدارة الأفراد نحو النّجاح ببراعة الاتصال و مهارة إدارة الصّراع و التّغيير.
3. مهارات التّكامل: من الواجبات الرئيسيّة لصاحب المشروع التّأكد و التّنسيق بشكل ملائم مع عمل المشروع مثل التّكامل بين المواصفات الوظيفيّة و التّصميم و المشاركة العامّة في الموافقة و القبول.
4. مهارات فنيّة: التّعرف على المهام التنفيذية للمشروع للعمال ضرورة و أساس للتعرف على المشاكل المحتملة و وسيلة لإيجاد تكامل بين أوجه المشروع.
5. معرفة المنظّمة: من أكثر مهارات إدارة المشاريع هي التّعرف الدّقيق على ثقافة الشركة و سياستها، فكّما زادة معرفة مدير المشروع بالمنظّمة فإنّه يكون أفضل تأهيلا و استعدادا من أجل المناورة فيما يتعلّق بالمأزق التي يمكن أن تبرز أمامه و الحصول على ما هو مطلوب من أهل مواجبتها و تنفيذ المشروع.

5. سيمات المدير الكفاء :

- الحزم عند اللزوم والصرامة لكن يجب على المدير ان يتحلّى بالرحمة والتعاطف عندما يقتضي الامر.
- القدرة على استقبال شكاوي العاملين والاستماع الى متطلباتهم بعقل مفتوح قصد إزالة أسباب شكاويهم .
- المشاركة الوجدانية كالتعاطف والمشاركة في الافراح والاحزان .
- يجب ان يتسم بسلوك القدير بالعدالة في توزيع الانعكاسات والعلاقات والترقيات والابتعاد عن كل غير ذلك .
- عدم المبالغة في رفع الأسعار المنتجات أو الخدمات خاصة الموجهة للجمهور .
- تدريب العمال على الأداب في التعامل وقضاء حاجات دون إرهاب أو إذلال
- تشجيع وتحفيز العاملين على تأدية الواجبات بأقصى جهد و طاقة بعض الاستثمار الجيد للطاقة البشرية و للوقت .
- القدرة على تقسيم العمل و وزع روح المنافسة بين العاملين .
- الإكمال بطبيعة العملية الإنتاجية وعناصرها لتحقيق أقصى درجات النجاح . (العيسوي، 2007، ص.144)
- بالإضافة إلى هذا هناك عدة قيم أساسية مثل:
- روح الانتماء إلى المجموعة
- عيش الحالات المميّزة.
- الحصول على علاقات قويّة مع الغير.
- الإنشاء و الازدهار.

• احترام الذات.

• الإحساس بالأمان. (Schott et jurquet, 2013)

ثالثاً: الإطار الميداني

1. عينة الدراسة:

تحقيقاً لأهداف الدراسة فقد تمثلت عينة الدراسة في عينة عرضية شملت على شباب جامعي وغير جامعي تم انتقائه سواء من مكاتب التوظيف ومراكز التسهيل الحكومية الموجهة للشباب المقبل على إنشاء المؤسسات المصغرة الميدانية (مركز التسهيل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة C.F P.M.E ، مراكز التوظيف في عقود ما قبل التشغيل A.N.E.M ، الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب A.N.S.E.J ، مشتلة المؤسسات pépinière d'entreprise) وقد شملت عينة الدراسة على 157 فرد. وقد تم الاعتماد على عينة عرضية خدمةً لأهداف البحث ولصعوبة تحديد مجتمع الدراسة.

الجدول 1: يبين توزيع متغير الجنس لعينة الدراسة حسب الرغبة في إنشاء مؤسسة

المجاميع	الرغبة في إنشاء مؤسسة		التكرار	النسبة المئوية	الجنس
	لا	نعم			
88	37	51			ذكر
%56,1	%23,6	%32,5			
69	21	48			أنثى
%43,9	%13,4	%30,6			
157	58	99			المجموع
%100	%36,9	%63,1			

المصدر: من إعداد الباحثين

مما يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أي 88 بنسبة 56,1% من الشباب هم من الذكور، منهم 51 شاب بنسبة 32,5% يرغبون في إنشاء مؤسسة خاصة بهم، و37 شاب بنسبة 23% لا يرغبون في إنشاء مؤسسة، أما بالنسبة للإناث قدرت بـ 43,9% أي 69 شابة، منهن 48 شابة أي 30,6% ترغبين في إنشاء نشاط خاص ومؤسسة خاصة، و21 شابة أي 21% من أفراد العينة شابات لا يرغبين في إنشاء مؤسسة خاصة، وهذا التوجه الذكوري نحو إنشاء المؤسسات يعود إلى طبيعة شخصية الشاب الجزائري في الرغبة في الاستقلالية والاعتماد على النفس.

الجدول 2: توزيع متغير السن لعينة الدراسة حسب الرغبة في إنشاء مؤسسة

المجاميع	الرغبة في إنشاء مؤسسة		التكرار	النسبة المئوية	السن
	لا	نعم			
12	09	03			أقل من 20 سنة
%7,6	%5,7	%1,9			
113	32	81			من 20 إلى 30 سنة
%71,9	%20,3	%51,5			
25	12	13			من 31 إلى 40 سنة
%15,9	%7,6	%8,2			

07	05	02	التكرار	من 41 إلى 50 سنة	
%4,4	%3,1	%1,2	النسبة المئوية		
157	58	99	التكرار	المجموع	
%100	%36,9	%63,1	النسبة المئوية		

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أي 113 بنسبة تقدر بـ72% من الشباب التي تراوح سنهم من 20 إلى 30 سنة، يليهم فئة الشباب الذين تراوحت أعمارهم من 31 إلى 40 سنة قدر عددهم بـ 25 ومثلوا حوالي 16% من عينة الدراسة، أما الأفراد الذين هم أقل من 20 فمثلوا حوالي 8% أي 12 شاب، وأخيراً فئة الأفراد الذين تراوحت أعمارهم من 41 إلى 50 سنة فمثلوا 4% من العينة أي 7 أفراد، ولكن المعطيات تدل أن غالبية العظمى من العينة المدروسة هم من الشباب والذي هم بدورهم كانت غالبيتهم من الأفراد الراغبين في إنشاء مؤسسة.

الجدول 3: توزيع متغير التكوين لعينة الدراسة حسب الرغبة في إنشاء مؤسسة

المجاميع	الرغبة في إنشاء مؤسسة		التكرار	النسبة المئوية	التكوين
	لا	نعم			
99	19	80	التكرار	%63,1	جامعي
			النسبة المئوية		
58	39	19	التكرار	%36,9	غير جامعي
			النسبة المئوية		
157	58	99	التكرار	المجموع	
%100	%36,9	%63,1	النسبة المئوية		

المصدر: من إعداد الباحثين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة أي 88 بنسبة 56,1% من الشباب هم من الجامعيين، منهم 51 شاب بنسبة 51% يرغبون في إنشاء مؤسسة خاصة بهم، أما الشباب غير الجامعي فقد قدر عددهم بـ 58 بـ أغلبيتهم من الشباب غير الراغب في إنشاء مؤسسة خاصة أي 39 شاب منهم.

2. أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبيان في الدراسة الميدانية، وهذا لما له من مميزات تتمثل بوضوح المعلومات وسهولة الحصول عليها، وقد استعمل الباحثان استبيان الذي ضم قسمين للخصائص الشخصية والرغبة في إنشاء مؤسسة بالإضافة إلى فقرات تقيس القدرة على الإبداع.

■ **القسم الأول:** ويشمل على البيانات الفردية للمجيب والمتمثلة في ما يلي:

- الجنس.
- السن.
- التكوين.

■ **القسم الثاني:** ويشمل على الرغبة في إنشاء مؤسسة خاصة.

■ **القسم الثالث:** ويشمل 8 فقرات لقياس القدرة على الإبداع.

3. أساليب التحليل الإحصائي:

بعد مرحلة توزيع واسترجاع الاستبيانات تم تفرغ البيانات الصالحة و الكاملة والتي وصلت إلى (157) استبيان، و ذلك بغرض تحليلها ومعالجتها عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك لإيجاد التحليلات الإحصائية التالية:

- المتوسطات للتعرف على مستوى القدرات المقاولاتية لعينة البحث.
- اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين، وذلك بهدف اختبار الفرضيات الفرقية الخاصة به.

4. عرض ومناقشة النتائج:

الجدول 4: اختبار (ت) لتحليل التباين بين الشباب الجامعي وغير الجامعي في ما يخص القدرة على الإبداع

البعد	التكوين	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	الدلالة المعنوية (SIG)78
القدرة على الإبداع	جامعي	99	33,26	5,19	13,	0,000
	غير جامعي	58	16,09	10,62	57	

المصدر: من إعداد الباحثين، نتائج التحليل الإحصائي

تم استخدام اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الشباب الجامعي وغير الجامعي في ما يخص خاصية القدرة على الإبداع والابتكار والنتائج المبينة في الجدول السابق والتي تبين أن قيمة "ت" المحسوبة تساوي 13,57 بالإضافة إلى أن المتوسط الحسابي الأعلى هو لصالح الشباب الجامعي، مما يجعلنا نتأكد من أثر التعليم الجامعي على الشباب وتعزيز القدرات الإبداعية من خلال أنظمة التعليم وما يرافقه من توجهات وتأطير من طرف الهيئة التعليمية، بالإضافة إلى التوجه المقاولاتي للجامعة وانفتحها على المحيط بحيث تكون جامعة مسؤولة اجتماعياً، ويمكن إرجاع هذا الفرق أيضاً إلى أن مراكز التكوين المهني تعمل على تكريس التكوينات للمهن الموجهة للصناعة أكثر مما يؤدي إلى هؤلاء الشباب بالبحث دائماً على فرص العمل في المؤسسات وخصوصاً أنهم يمتنون أصلاً في المؤسسات أثناء فترة تكوينهم.

الجدول 5: اختبار (ت) لتحليل التباين بين الراغبين في إنشاء مؤسسة وغير الراغبين في ما يخص القدرة على الإبداع

البعد	إنشاء مؤسسة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	الدلالة المعنوية (SIG)78
القدرة على الإبداع	نعم	99	30,75	9,11	6,18	0,000
	لا	58	20,38	11,68		

المصدر: من إعداد الباحثين، نتائج التحليل الإحصائي

تم استخدام اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الشباب الراغبين في إنشاء مؤسسة وغير الراغبين في ما يخص القدرة على الإبداع والنتائج المبينة في الجدول السابق والتي تبين أن قيمة "ت" المحسوبة تساوي 6,18 بالإضافة إلى أن المتوسط الحسابي الأعلى هو لصالح الشباب الراغب في إنشاء مؤسسة، وهذا ما يؤكد (النجار والعلوي، 2010) التي يذكر فيها أن الناجحين في تسيير الأعمال الصغيرة لديهم رغبة في النجاح مرتفعة عن غيرهم العاديين مما يدفعهم إلى القفز فوق الحواجز وتقديم مسؤولية ذاتية لأعمالهم. وهذا ما نجده في الأفراد الراغبين في إنشاء مؤسسة إذ نلاحظ رغبة في مساندة التكنولوجيا والتأقلم مع المستجدات والتغيرات على جميع المستويات وهذا بالتعلم سواء من خلال الخبرات السابقة للفرد نفسه أو

الاستعانة بأصحاب الخبرات السابقة في نفس الميدان أو بالبحث وحتى حضور الأيام الدراسية أو التكوينية في ميدان التسيير وغيرها التي أصبحت محل اهتمام للعديد من الشباب أصحاب المؤسسات لحل مشاكلهم والخروج بإجراءات وقرارات تتوافق مع السير الحسن لمؤسساتهم، وبالتالي فإن دعم الجامعة للرغبة في الإبداع والابتكار يؤدي إلى دفع الشباب الجامعي إلى السلوك المقاولاتي والعمل على تقديم قيمة مضافة يحقق فيها حاجاته المادية، النفسية واجتماعية.

5. توصيات الدراسة:

- على المنظمات والهيئات المهمة بدعم وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة المتوسطة أن يهتموا بخلق وتعزيز روح المقاوله لدى الأفراد ودعم المقاولين لأجل امتلاك المهارات التسييرية لإنشاء مؤسساتهم وتطويرها.
- المرافقة التنظيمية والمتابعة حتى بعد الإنشاء، والإعانة بمختصين ذوي خبرة في ميدان إنشاء المؤسسات، وتكوين أصحاب المشاريع في مختلف المجالات .
- ضرورة تطبيق اختبارات نفسية للتعرف على مختلف العوامل النفسية والشخصية للشباب المقاول في الجزائر.
- ضرورة تخصيص برامج للتكوين النوعي تركز على خصوصيات ومميزات المقاول حتى تزيد من مهاراته الخاصة .
- تطبيق دورات تكوينية متخصصة على مستوى الجامعات ومراكز التكوين المهني من أجل التعريف بالمقاوله واكتشاف أصحاب القدرات المقاولاتية.

تعزيز العلاقات الجامعية مع الهيئات الحكومية المدعمة للسلوك المقاولاتي بهدف خلق أنشطة اقتصادية فعالة.

6. خاتمة:

وختاماً يشير الباحثان بأن هذه الدراسة تستطلع واقع الرغبة المقاولاتية لدى خريجي الجامعة الجزائرية وهذا لتقصي أهمية الجامعة في تعزيز خاصية الإبداع لدى الشباب الجامعي مما يدفعهم الى خلق وانشاء مؤسسة خاصة، ونتائج هذه الدراسة توضح دور الجامعة في الرفع من قدرات الشباب الإبداعية مما يؤدي الى اهتمامهم بتنمية مهاراتهم التسييرية والمقاولاتية، وهذا في ضل جهود الحكومات المتعاقبة ودور المقاولاتية على مستويات مؤسسات التعليم العالي لذا ينبغي تعزيز هذه الرغبة وتحسين آليات التعليم المقاولاتي في مؤسساتنا الجامعية والمنظمات الغير حكومية.

6. قائمة المراجع:

- أولاً: المراجع العربية

1. العيسوي، عبد الرحمن. (2007). المدير الناجح. مصر: دار الفكر الجامعي.
2. أبو الحجاج، يوسف. (2009). سمات المدير الناجح. دمشق: دار الكتاب العربي موسى.
3. النجار، فايز جمعه صالح وعبد الستار، محمد العلي. (2010). الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة. (ط2). عمان: دار الحامد.
4. بوشنانه، أحمد وبوسهمين، أحمد. (2006). متطلبات تأهيل وتفعيل إدارة المؤسسات الصغيرة في الجزائر، قدم إلى الملتقى الدولي لمتطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائر.
5. توفيق، خدري وعماري، علي. (2011). المقاوله كحل لمشكل البطالة، .قدم إلى الملتقى الوطني حول دور الدولة في الحد من البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، المسيلة، الجزائر.
6. صالح علي، عبد الرحيم. (2014). المعجم العربي لتحديد المصطلحات النفسية. الأردن: دار الحامد.
7. نجم، عبود نجم (2012). القيادة وإدارة الابتكار. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
8. لطيف، محمد عبد الله علي. (2011). التفكير الإبداعي لدى المديرين. الأردن: دار اليازوري العلمية.
9. بيلين، ميرديث. (2009). الإدارة الجماعية للمؤسسات. قسم الترجمة بدار الفاروق . مصر: دار فاروق.
10. صالح، درويش معمار. (2003). نحو تطوير العمل الإبداعي. مجلة جامعة أم القرى، 15(2)، 180-156
11. السلي، علي. (1996). إدارة الموارد البشرية. عمان: مكتبة الإدارة الجديدة.

12. العتيبي، صبحي جبر. (2002). تطور الفكر والأنشطة الإدارية. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
13. عمر، سعيد. (2003). مبادئ للإدارة الحديث. عمان: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع.
14. يوسف، محمد. (2011). تفعيل الإبداع. المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان.
15. إسماعيل بلال، محمد. (2004). مبادئ الإدارة. عمان: دار الجامعة الجديدة.
16. طاهر غنية، مهدي. (2003). مبادئ إدارة الأعمال المفاهيم والأسس والوظائف. ليبيا: دار الكتب.
17. حمدي، هاشم رضا. (2010). تنمية مهارات الاتصال والقيادة الإدارية. الأردن: دار الراية.
18. كنعان، نواف. (1983). عملية اتخاذ القرارات الإدارية. الرياض: مطبعة الفرزدق.

ثانياً: المراجع الأجنبية

19. Schott,A, Jurquet,M.(2013). Pilotage des ressources humaines en PME, Pris : L'Harmattan.
20. Besbes A, Aliouat B, Gharbi J .(2013). L'impact de l'innovation managérial sur la performance, revue français de gestion 6(235).
21. Adam, M.(2009). Réinventer l'entrepreneuriat : pour soi ,pour nous ,pour eux, Paris : Edition l'Harmattan.