مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية
ISSN: 2477-9881 EISSN: 2676-2153
المجلد 09 / العـدد: 02 (2023)، ص 165- 189

دور الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية

The University's role in disseminating contractual culture

قديري صدام[1*]، بغداد باي عبد القادر[2]
[1] جامعة طاهري محمد -بشار، مخبر الدراسات النفسية والاجتماعية والأنثروبولوجية- جامعة أحمد زبانة - غليزان (الجزائر) ، kadiri.saddam@univ-bechar.dz
[2] جامعة أحمد زبانة غليزان (الجزائر)، baghdadbey75@hotmail.ft

تاريخ الاستلام: 2022/06/17 تاريخ النشر: 2023/12/30

ملخص:
تهدف هذه الدراسة تقييم واقع الجامعة في المناهج والمقاييس التدريس المقاولاتية لدى الطلبة، وما مدى فعالية هذا الاخير عن تحرير الاقتصاد الوطني وفتح مجال الاستثمار أمام الطلبة الجامعيين، كما سنحاول الوقوف على مدى توفير الجامعة الظروف والمساعدة على نمو النشاط قمنا بهذه الدراسة على عينة قدرها 75 مفردة من طلبة ماستر مقاولاتية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية بجامعة طاهري محمد بشار من معرفة مدى فعالية التعليم المقاولاتي في الجامعة ومدى انتشاره في أوساط الشباب الجامعي.
الكلمات المفتاحية: التعليم المقاولاتي، المقاول، الجامعة، الثقافة المقاولاتية، الشباب الجامعي.

Abstract: This study aims to assess the university's realities in curricula and standards. and the effectiveness of the latter in liberalizing the national economy and opening up investment to university students, We will also try to determine the extent to which the University provides conditions and helps to grow the activity. We conducted this study on a sample of 75 individual Master Contractor students in the Faculty of Economic and Commercial Sciences of Tahri Mohammed Bashar University from knowing the effectiveness and prevalence of contractual education in the University among the University's youth.
Keywords: Education Contractor, Contractor, University, Culture Contractor, Youth University.

* المؤلف المرسل

1 المقدمة:

شهدت الساحة الاقتصادية سلسلة من المتغيرات والتحولات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين الاقتصادية وكذا دول العالم بمجال المقاولاتية الذي أصبح يلعب دورا مهما في النشاط الاقتصادية، الامر الذي جعله من أفضل وسائل الإنعاش الاقتصادي نظرا لسهولة تكيفه ومرونته التي تجعله قادرا على الجمع بين التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب شغل فضلا عن إمكانية قدرته على الابتكار والابداع والتجديد والتطوير منتجات جديدة، لذا كان لزاما على الدول خاصة الدول النامية منها العمل على زيادة فعالية المقاولاتية وتذليل كافة الصعوبات التي تواجهها.

لكن بالرغم من ذلك الا ان نسبة اقبال الشباب الجزائري على العمل الخاص تبقى ضئيلة بالمقارنة مع البلدان الأخرى، خاصة فئة خريجي الجامعات حيث نجد معظمهم يتوجه للبحث عن وظائف مستقرة أكثر من ميلهم للأنشاء أعمالهم الخاصة بالرغم من ان نسبة البطالة في تزايد من ناحية وتزايد عدد الخريجين كل سنة مما لا يمكن من إيجاد مناصب شغل للجميع، ومن هنا يمكننا ان نطرح التساؤل التالي: ما هو دور الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الشباب الجامعي؟ واندرجت ضمن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية.

- ما هو دور المحاضرات الجامعية في تكوين الطلبة المقاولين.
- ما هو دور البحوث العلمية التطبيقية في تحفيز الطلبة من اجل انشاء مؤسسات جديدة.

2/الفرضيات :

- تساهم المحاضرات والبحوث العلمية التطبيقية في تكوين الطلبة المقاولين من خلال التعليم المقاولاتي في الوسط الجامعي.

- تساهم الأساتذة الجامعيين المختصين في المقاولاتية في تحفيز الطلبة من اجل انشاء مؤسسات خاصة ومساعدتهم على البحث أفكار جيدة.

تحديد المفاهيم:

1-المقاول: استعملت اول مرة في القرن السادس عشر بفرنسا Entrepreneur، وتعني الشخص الذي التزم او باشر، او تعهد ونفس المصطلح استعمل في اللغة الإنجليزية وقد تناول القاموس العام للتجارة الذي نشر في فرنسا بباريس سنة 1723 مصطلح المقاول وفق الكلمتين (Entreprendre et entrepreneur)وعرفه على النحو التالي: (الجودي،2015: 20)

-Entreprenrez : تعني تحمل مسؤولية عمل ما, ومشروع أو صناعة.....الخ

-Entre repreneur : تعني الشخص الذي يباشر عمل أو مشروع ما

وفي القرن الثامن عشر عرف **كونت يلون** المقاول على أنه الشخص الذي يتحمل المخاطر ويتولى تمويل راس المال.

أما **ساي** من الأوائل المنظرين لهذا المفهوم فقد ميز المقاول على على أنه الشخص المبدع الذي له قدرة فائقة على الإرادة، يدير العملية الإنتاجية وينطم عناصر الإنتاج وقدرته على إدارة أموال المشروع واتحاذ القرار بشكل سليم. (تمار،2017: 155)

2-الجامعة: هي مؤسسة أكاديمية تدرب وتكون الطلبة في مجال البحث وتمكنهم من حل المشكلات، هذه المؤسسة لديها السلطة الكافية والاعتراف للمصداقية على المستوى المهني لخرجيها من خلال اصدار درجة او المستوى الأكاديمي، والمقر الذي تعمل فيه الجامعات يسمى الحرم الجامعي. (الجودي،2015: 100)

3-التعلم المقاولاتي

تظهر أهمية إعداد برامج تعليمية لأصحاب المشاريع بما يدعم تطوير المؤسسات المنشأة ونجاح الأهداف المسطرة لإنشائها، وذلك من خلال إسهام مؤسسات التعليم الجامعي في تقديم التعليم وتشجيع طلبتها، بما يضمن تعزيز ثقافة المقاولاتية من خلال إدماج منظومة التعليم العالي بما يضمن خلق روح المقاولاتية وتشجيع الطلبة وترشيد المقاولين بما يضمن إنجاح مشاريعهم. (عثمان،2000 :771)

4-الشباب الجامعي:

يقصد بالشباب الجامعي في هذه الدراسة هو كل طالب او طالبة في المرحلة العمرية من 19 الى 24 سنة وأكثر، ويكون طالبا بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية وينتمون الى بيئات مختلفة وفي هذه المرحلة يؤهل الطالب مستواه الفكري والعلمي في شتى المجالات والتخصصات. (محفوظ، 2001: 100)

5-الثقافة المقاولاتية: هي مجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة الافراد استغلالها في رؤوس الأموال بإيجاد أفكار مبتكرة، وهي تتضمن التصرفات التحفيز ردود أفعال المقاولين بإضافة الى التخطيط، اتخاذ القرارات التنظيم والرقابة، وترسخ هذه الثقافة من خلال ثلاثة فضاءات مهمة هي: العائلة، المدرسة، المؤسسة. (محفوظ،2001: 121)

يعتبر تعريف E.H. Shein لثقافة المقاولة أكثر التعاريف انتشارا وتداولا ويعرفها ب " البنية التي تتشكل من المسلمات الأساسية التي تبتكرها، وتكتشفها أو تسوغها مجموعة معينة عندها تتعلم كيف تواجه مشاكل التكيف الخارجي والاندماج الداخلي، وهي مسلمات أدت دورها بشكل جيد لدرجة اعتبرت معها كشيء يلقن الأعضاء بوضعه طريقة صحيحة في الادراك والتفكير والاحساس في التعامل مع ذلك المشاكل "

اهداف الدراسة: من خلال هذا الموضوع نسعى لتحقيق جملة من الأهداف أهمها ما يلي:

1- التعرف على استراتيجيات وبرامج التعليم المقاولاتي.

2- التعرف على محتويات برامج التعليم المقاولاتي

3- دور الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية من خلال المقاييس والبرامج المبرمجة للتدريس.

4- التعرف فيما اذا كانت المعارف والمؤهلات التي تقدمها البرامج الحالية في التعليم المقاولاتي تسمح للطالب بان يشرع في تأسيس مشروع صغير موفق الأسس التي تجعل منه عملا ناجحا.

5- البحث عن وجود ارتباط معنوي بين تعليم الطالب ونشر الثقافة المقاولاتية لديه.

6- اقتراح برامج تعليم مقاولاتية على ضوء المعطيات والبرامج التدريسية الحالية بجامعة طاهري محمد ببشار.

أهمية الدراسة تتجلى أهمية الدراسة في كونها تخوض في ظروف الجامعة الجزائرية من خلال دور التي تلعبه الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية من خلال المقاييس والبرامج الموجهة للتدريس، ومساعدة الطالب الجامعي المتخرج الى الولوج الى العمل الحر والتخلي عن الوظيف العمومي

ويركز الموضوع الدراسة حول متغيرين اساسين وهما نشر الثقافة المقاولاتية في أوساط الطلبة وفعالية التعليم العالي حول المقاولاتية كمطلب أساسي لتعزيز وتطوير الثقافة المقاولاتية لذيهم وكذلك امدادهم بالمهارات المقاولاتية، فلهذا فان أهمية البحث تاتي من أهمية هذه المتغيرات في تفاعلها وترابطها لخدمة هذا القطاع من الاقتصاد.

الدراسات السابقة:

الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتية، دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015. (محمد علي،2015)

وقد تحددت اشكالية هذه الدراسة في طبيعة وخصائص التعليم المقاولاتي في جامعة الجلفة وما مدى اقبال الطلبة المتخرجين على العمل الحر والتخلي على التوظيف العمومي وتتمحور إشكالية الدراسة في التساؤل التالي:

ما مدى مساهمة التعليم المقاولاتي في تطوير روح المقاولاتية لدى طلبة الجامعات؟

ويندرج ضمن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة:

- ماهي واقع المقاولاتية في الجزائر؟
- ماهي استراتيجية التعليم المقاولاتية؟

- ماهي برامج التعليم المقاولاتي؟ وماهي محتوياتها؟
- ما درجة الروح المقاولاتية لدى طلبة جامعة الجلفة؟

منهج الدراسة: اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وكذلك اعتمد على المنهج الكمي.

مجتمع البحث: اعتمد الباحث على دراسة الحالة على عينة من طلبة جامعة الجلفة.

أدوات البحث: استعمل الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان وتم معالجة البيانات عن طريق البرنامج الاحصائي .spss

أهم النتائج المتحصل عليها:

- هناك مجموعة من الخصائص الشخصية والسلوكية والإدارية التي تتداخل فيما بينها لتشكيل شخصية المقاول والتي تتمحور حول عوامل سيكولوجية، اجتماعية، ثقافية واقتصادية
- الدولة الجزائرية عملت على إرساء مبادئ الاقتصاد الحر بتشجيع روح المبادرة الفردية وحرية المنافسة وذلك بإصدار مجموعة من القوانين لتوفير الإطار التشريعي المناسب لترقية المقاولة.
- من خلال الاحصائيات رأينا تزايد الأنشطة المقاولاتية في مختلف القطاعات الاقتصادية وتسجيلها لأرقام هامة في تدعيم معطيات النشاط الاقتصادي.
- يهدف التعليم المقاولاتي الى تزويد الطلبة بالمعرفة واكسابهم المهارات اللازمة من أجل تشجيعهم على العمل المقاولاتي على نطاق واسع وفي مستويات عديدة
- منهجية التعليم المقاولاتي تركز في محتواها على استراتيجيات التعليم الإبداعية المختلفة، كدراسة الحالة التعليم بالتجربة، التعليم التعاوني.....
- بناء برامج للتعليم المقاولاتي يجب أن يمر على مراحل علمية مدروسة تتكيف واحتياجات الطالب لتعزيز سلوكه المقاولاتي.

- الطبية محل الدراسة يمتلكون طبيعة الشخصية المقاولاتية التي تعكس درجة كبيرة من الروح المقاولاتية لديهم.
- كشفت الدراسة عن عدم وجود اختلافات وفروقات لروح المقاولاتية لدى الطلبة من حيث الجنس والعمر والنظام التعليمي.
- محتويات برامج التعليم المقاولاتي الحالية تسمح للطلبة باكتساب المهارات التقنية و الإدارية والشخصية.

أوجه الاختلاف والتشابه مع الدراسة:

تكمن أوجه الاختلاف في خصائص مجتمع البحث لهذه الدراسة أنها الدراسة أجريت على الشباب الجامعي في ولاية الجلفة شمال الجزائر، على خلاف دراستنا فهي تتناول الشباب الجامعي في ولاية بشار وتقع الجنوب الغربي للجزائر، اما أوجه التشابه تتجلى في ان كلا الدراستين تناولا دور الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية في أوساط الطلبة ومامدى فعالية البرامج والمقاييس التي تدرس في الجامعة.

دراسة ليلي بن عيسى ونوال براهيمي بعنوان التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر: الواقع تحديا، دراسة ميدانية بعض النسوة المقاولين بالجزائر، 2020 المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، (بن عيسى، 2020)

تحددت هذه الإشكالية عن التوجه المقاولاتي للمرأة في الجزائر التي آلت دون ارتقاء المقاولاتية النسوية وتمحورت الإشكالية في التساؤل التالي:

ماهو واقع التوجه المقاولاتي النسوي في الجزائر؟ وما هي أبرز التحديات التي تواجهه؟

منهج الدراسة: وقد اعتمد الباحث على منهج تحليل المحتوى من خلال تحليل مجموعة من التقارير المحلية والدولية.

أداة البحث: تقارير محلية صادرة عن مؤسسة اونجام واونساج وكناك.

اهم النتائج:

- تمثل المقاولاتية النسوية قطبا مهما في النشاط الاقتصادي الجزائري
- التوجه المقاولاتي للمرأة تحكمه مجموعة من الضوابط تتمثل أساسا في وجود النية المقاولاتية وتأثير المحيط السسيو اقتصادي، وهو ما ينعكس على وجود دوافع جاذبة وأخرى دافعة.
- مناخ الأعمال في الجزائر لا يزال بعيدا عن المستوى المرجو رغم العديد من الإصلاحات التي مسته.
- تمثل الحرف أكثر نشاطا تختاره المرأة لتكريس توجهها المقاولاتي.
- أقوى عامل للبيئة المقاولاتية في الجزائر يتمثا في الشبكات التي تجمع بين المعرفة الشخصية للمقاول مع قدرته في الاتصال بالآخرين في بلده وفي العالم، وعلى غرار الدول العربية فإن آداء المشاريع المقاولاتية بالجزائر يبقى بعيد عن السياق العالمي بمختلف مؤشراته.

اوجه الاختلاف والتشابه م الدراسة:

تكمن أوجه الاخلاف في خصاص المجتمع الدراسة حيث ان هده الدراسة أجريت على توجه المقاولاتي للمرأة الجزائرية حيث كانت مقتصرة على عنصر معين في المجتمع الا وهو المرأة المقاولاتية واسهاماتها في هذا المجال، على خلاف دراستنا التي تعتمد على دور الجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية لدى الشباب الجامعي، وقد أعتمدت الباحثة في دؤاستها على منهج تحليل محتوى والمنهج الكيفي، أما دراستنا اعتمدت على المنهج الوصفي والمنهج الكمي اما فيما يخص العينة فإن دراستنا أعتمدت على عينة من الطلبة الجامعيين الذين يدرسون تخصص المقاولاتية في حين هذه الدراية اعتمدت على تحليل وثائق كناك واونساج أونجام اما أوجه التشابه لقد كانت في ما مدى انتشار الثقافة المقاولاتية بين المجتمع الجزائري بكل اطيافه وهل هناك قابلية للعمل الحر و المقاولاتي للنهوض بالاقتصاد الوطني وعدم الاعتماد على الاقتصاد الريع.

/المقاربة النظرية:

تعتبر النظرية إطارا مرجعيا وفكريا استنباطيا يفسر الظواهر المتمثلة أمام الباحث منطلقا من الواقع ليعود إليه في نسق علمي مترابط بعد علمية تجريدية لمعالجته، وذلك تبعا لنوعية الظاهرة، وربطها بالسياق الفكري والنظري الذي تتفاعل وتتحرك فيه، فالصفة الهامة للمعرفة العلمية هي الصفة النظرية أي ارتباطها بنظرية أو إطار مرجعي، ومن هنا كان العمل على تحديد النظريات التي عالجت موضوع التي عالج دور الجامعة في نشر المقاولاتية لدى الشباب الجامعي ، ومن بين هذه الوسائل نجد المناهج والمقاييس التي تدرس للطلبة ، وسوف نبدأ بإسهامات نظرية باعتبارها من أهم النظريات التي يعتمد عليها علماء الاجتماع في دراسة الظواهر المختلفة ، وذلك بصورة موجزة، ثم الاسهامات التي تقوم عليها.

المقاربة الوظيفية:

بالنسبة ل Cantillan1755 وSay 1803المقاول هو الشخص الذي يأخذ المخاطر لأنه يستثمر في أمواله، ويحدد Cantillan من خلال fillon1977ان المقاول يشتري مواد أولية بسعر مؤكد من أجل تحويلها وإعادة بيعها بسعر غير مؤكد، اذن فهو شخص يعرف الحصول على فرصة في صورة تحقيق الذات لكن في ظل المخاطر الموجودة. (عريس،2018: 7)

أما say وضع فرق بين المقاول والرأسمالية وربط المقاول بمفهوم الابتكار حيث نظر اليه كعامل المتغير، schumpeter1928 في دورته ركز على القوى الابتكارية للمقاول جوهر المقاولاتية يوجد في اقتناص والاستغلال الفرص الجديدة في مجال المؤسسات المزيج الجديد في الموارد يسمح لهم بإمكانية تحقيق هذه الأفكار، لقد استنتج أن المقاول، يشارك بصفة جد مهمة في التنمية الاقتصادية. (لونيس، 2020: 48)

مقاربة خلق القيمة: تعتبر المقاولاتية كأداة لخلق قيمة جديدة بالنسبة للفرد أو المجتمع ككل فقد عرف (**Bruyat**) المقاولاتية كموضوع علمي للبحث في الثنائية الفرد وخلق القيمة.

أما (**Ronstad**) أكد أن المقاولاتية هي المسار الحركي لخلق ثروة إضافية فركز في تعريفه على إنشاء القيمة المضافة، وذلك سواء عبر إنتاج سلع وخدمات جديدة أو عبر إدخال تحويلات على سلع وخدمات موجودة من قبل كما يربط المقاولاتية بعامل المخاطرة. (عريس،2018: 9)

/الإجراءات المنهجية للدراسة:

1/منهج الدراسة:

تعددت أنواع البحوث الاجتماعية مع تطور علم الاجتماع ونظرياته ومناهجه واختلاف طرق وأدوات جمع بياناته بصورة عامة، وهذا التعدد هو نتيجة لتنوع مجلات وميادين وموضوعات وقضايا علم الاجتماع، وهو ازداد بصورة مطردة نتيجة لتعدد الخبرات والتخصصات العلمية الأكاديمية وفروع علم الاجتماع، كما جاءت عملية التنوع في البحوث الاجتماعية نتيجة طبيعية لحرص الباحثين السوسيولوجيين على الاستفادة من مختلف الخبرات والجهود العلمية الأخرى. (عماد، 2008: 22)

إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد لنا الإطار المنهجي المتبع، لذا تختلف المناهج العلمية باختلاف المواضيع فالمنهج هو الطرق التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة، وللإجابة على الأسئلة والاستفسارات للمشكلة لاكتشاف الحقيقية وللإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها).

-**المنهج الوصفي:** يستخدم المنهج الوصفي لما له من أهمية عملية، فالتحليل السوسيولوجي للواقع أو الظاهرة الاجتماعية لا ينطلق من عدم، وإنما يخضع للمعطيات الناتجة عن الوصف الدقيق، والمعبر عنها مستعينا بمختلف الأدوات المستخدمة لجمع البيانات، كالملاحظة والمقابلة والاستمارة، والتي توفر لباحث القاعدة الحصينة لبناء تحليل علمي موضوعي ومنه فقد جاء في تعريف المنهج الوصفي التحليلي:

على أنّـه يقوم على وصف ظاهـرة من الظواهر للوصول إلى أسباب والعوامل التي تتحكم فيما، واستخلاص النتائج وتعميمها ويتم ذلك وفق خطة بحثيه معينة، وذلك من خلال جمع البيانات وتنظيمها وتحليلها. (الصاوي،1992: 30)

02/مجتمع البحث: "مجتمع البحث مجموعة من العناصر التي تحمل خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر والتي يجرى عليها البحث"أننجرس (أنجرس،2004 :146).

ويعد حجم مجتمع الدراسة واسع النطاق، يتمثل في طلبة المقاولاتية لجامعة طاهري محمد بشار بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وبالتالي لابد من اخذ عينة من الطلبة في مختلف السنوات "والعينة عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي(عبيدات وأخرون،1991: 74) ، وتعرف أيضاً على أنّها: مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين يتم تحديد حجمها عن طريق مجموعة من العمليات تسمح بانتقاء مجموعة فرعية من مجتمع البحث (أنجرس،2004:301).

03/ عينة الدراسة: تحظى عينة البحث كخطوة من خطوات البحث العلمي في بعده الانساني بأهمية بالغة بحيث لا يمكن لحال هذا البحث أن يستقيم بدون الاختيار الدقيق والمناسب لعناصر العينة، فهدا الاختيار هو الذي يساعد الباحث في التحليل الموضوعي والتفسير الجيد لنتائج البحث وامكانية تعميمها(أحرشاو،2016:87) وأصبح البحث من خلال العينة من أهم التقنيات المستعملة في معرفة الواقع الاجتماعي، ذلك لان البحوث الميدانية المعاصرة لم تعد تعتمد على طريقة المسح الشامل وانما على عينات مختارة من مجتمع البحث، **(عماد،2008: 54)** وتوفيرا للوقت والجهد والمال، فليس من السهل على الباحث القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات البحث لذلك يعتمد وسيلة بديلة، وهي انتقاء عدد قليل من المفردات يأخذها في حدود الوقت والجهد والامكانيات المتوفرة فيدرسها ويعمم صفاتها على المجموع، وهو ما يسمى العينة. (عماد،2008: 52)

وهناك أكثر من طريقة يمكن استخدامها لاختيار العينة موضوع الدراسة، ويعتبر نوع العينة المختارة من الأمور الهامة التي يجب على الباحث أن يوليها اهتماماً خاصاً، وبشكل عام لا توجد طريقة مثلى يمكن تفضيلها على غيرها من الطرق، فلكل طريقة من طرق اختيار العينات لها مزاياه، كما أنّ لها بعض المحاذير، وما قد يفضل طريقة عن غيرها هو طبيعة البحث وظروف البحث، وطبيعة مجتمع الدراسة، فهناك بعض الأبحاث التي تقتضي فيها طبيعة الدراسة وموضوعها، تفضيل استخدام نوع من العينات على غيرها، كما أن ظروف الباحث إمكانياته المادية وما يوفر له من وقت لإجراء البحث قد تفضل نوعاً من العينات(الصيداوي، 2007: 120).

بما أنّ متطلبات الدراسة تقتضي الحصول على عينة من الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون يدسون تخصص المقاولاتية، ونظراً لعدم توفر كل القوائم الخاصة بطلبة العلوم الاقتصادية والتجارية بجامعة بشار وعدم حضور جميع الطلبة بسبب فيروس كورونا، لذلك فقد سوف نقوم باختيار المعاينة غير الاحتمالية من خلال الاختيار القصدي للطلبة الذين يدرسون تخصص المقاولاتية، وهو النموذج المختار من مجتمع البحث بطريقة مقصودة ومتعمدة أي لا تعطي جميع وحدات المجتمع فرصة متساوية للاختيار، فالباحث يختار ما يلائمه (عماد، 2008: 52) واختيار العينة العمدية يكون على أساس أنّها تستجيب لقياس حدده الباحث أو يمكن أن يعتبرها نموذجا لمجتمع بحثه فيحدد حجمها ويختار وحداتها بالطريقة والأسلوب يحقق الأهداف المراد البحث فيها(محمد الحسن،1982: 52) ، وعلى ضوء ذلك ووفق معايير يتطلبها البحث، فقد تم اختيارنا لعينة قدرها 75 مفردة **بطريقة عمدية "العينة القصدية"** من طلبة المقاولاتية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية **بجامعة طاهري محمد بشار** في مختلف السنوات "سنة أولى ماستر، ثانية ماستر" وذلك يتماشى هذه وفق أهداف الدراسة .

04/أدوات جمع البيانات: إنّ تقنيات البحث هي التي تسمح بجمع المعطيات من الميدان حول الظاهرة المراد دراستها، وتعد أداة من أدوات البحث عن الحقائق الاجتماعية، وعليه على الباحث أن يختار التقنية التي تتناسب مع المنهج الذي يتبعه وطبيعة موضوعه، وبناء عليه فقد اعتمدنا على أداة الاستمارة لجمع البيانات حول الظاهرة.

- **الاستمارة:** نقصد بالاستمارة الإستبانية، تلك الصحيفة الورقية "وقد تكون إلكترونية" التي تحتوي على مجموعة من الأسئلة المرتبة وفق معيار محدد تبعاً لإشكالية البحث ونوع المعطيات المطلوبة ... موجهة إلى مجموعة من الأفراد قصد مسائلتهم في قضية من قضايا مجتمعهم أو سلوكهم إزاءها أو موقفهم اتجاهها فهي شخصية بمعنى أنها موجهة لفرد وليس لجماعة، تخاطبه كفرد دون تشخيصه، أي دون محاولة مسائلته في قضايا شخصية (تمار،2017: 110-111)

كما أنّها تقنية مباشرة لاستجواب الأفراد بطريقة توجيهية لأنّ أشكال الإجابات محددة سلفا من قبل، وهي وسيلة للدخول في اتصال مع المبحوثين واستجوابهم فردا فردا بطريقة مماثلة بهدف الحصول على أجوبة تحدد مواقف وسلوك شريحة واسعة من المبحوثين (أنجرس،2004: 225) ، وترسل إلى المبحوثين باليد أو عن طريق البريد أو تنشر في الجرائد والمجلات...الخ ليجيب عليها المبحوثين ويعيدها إلى الباحث (مسعد،2000: 38-37) ، وتتميز هذه الأسئلة بأنّ المبحوث هو الذي يجيب عليها دونما تدخل للباحث، وإن كان يحبذ تواجده لإيضاح ما تميز بالغموض من أسئلته فيتم معالجة الكثير من مشكلات الاستبيان، وتنقسم أسئلة الاستمارة إلى ثلاثة أقسام أسئلة مفتوحة، أسئلة مغلقة، أسئلة مغلقة مفتوحة(حمداني زأخرون،2006: 237).

وفقد احتوت استمارتنا على أسئلة تنوعت ما بين المغلقة، ونصف المفتوحة، حيث تضمنت محور البيانات الشخصية للعينة ومحورين أخرين محور لكل فرضية، محور لكل فرضية.

13/أساليب المعالجة الإحصائية:_بعد انتهائنا من عملية جمع البيانات والمعطيات وفق تقنية الاستبيان، تكونت بحوزتنا قاعدة من المعطيات الخام تستوجب المعالجة والتحليل، حيث تتطلب عملية التحليل هذه القيام ببعض العمليات الإجرائية الأساسية كالترميز وبناء الجداول التفريغية وصولا إلى التحليل الفعلي للبيانات، ولعل برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعيةspss v.20، يعد أنجع وأدق وسيلة لإجراء عملية التصنيف الآلي للبيانات، حيث مكننا من بناء جداول تقاطعيه مركبة تأخذ في الحسبان متغيرين في شكل علائقي.

2/ تحليل بيانات الدراسة:

الجدول رقم (1) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع تشجيع الأساتذة لهم على الابداع والابتكار لأنشاء مشروع خاص.

تشجيع المستوى الدراسي	دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
السنة الأولى ماستر	7	9.9%	53	74.7%	11	15.4%	71	%100
السنة الثانية ماستر	0	0%	4	100%	0	0%	4	%100
المجموع	7	9.4%	57	76%	11	14.6%	75	%100

يبين الجدول رقم(1)علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع تشجيع الأساتذة لهم على الابداع والابتكار لأنشاء مشروع خاص، حيث نلاحظ ان نسبة 76من افراد العينة أحيانا ما يتلقون التشجيع من الأساتذة على الابداع والابتكار، ثم تلتها نسبة 14.6 من أفراد العينة نادرا ما يتلقون التشجيع من الأساتذة على الابداع والابتكار، ثم تلتها نسبة 9.4 دائما ما يتلقون التشجيع من الأساتذة على الابداع والابتكار، ونلاحظ في الجدول أعلاه ان نسية 100 من طلبة السنة الثانية ماستر أحيانا ما يتلقون التشجيع من الأساتذة على الابداع والابتكار، ثم تلتها نسبة 74.7 أحيانا ما يتلقون التشجيع من الأساتذة على الابداع والابتكار لإنشاء مشروع خاص.

نلاحظ من خلال النتائج ان نسبة 76 من الطلبة أكدوا على انهم أحيانا ما يتلقون التشجيع من طرف الأساتذة على الابداع والابتكار لأنشاء مشاريع خاصة وهذا راجع الى عدم اهتمام الأساتذة والإدارة الجامعية بالمقاولين وحاملي المشاريع والأفكار المبتكرة وهو ما يأثر سلبا على انتشار الفكر المقاولاتي بين الطلبة، وكذلك عدم وجود مقاييس ومحاضرات

كافية ودو فعالية في الدروس المقدمة للطلبة، ونقص تكوين المختصين والباحثين في ميدان المقاولاتية وعدم توفر قنوات الاتصال بينهم وبين الطلبة، وعدم توفير الجو المناسب للأبداع والاستثمار في أوساط الطلبة الجامعين.

جدول رقم(2) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع مدى فعالية الدروس والمحاضرات في نشر الثقافة المقاولاتية.

الدروس والمحاضرات / المستوى الدراسي	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
السنة الأولى ماستر	63	88.8%	8	11.2%	71	%100
السنة الثانية ماستر	2	50%	2	50%	4	%100
المجموع	65	86.6%	10	13.4%	75	%100

يبين الجدول رقم(2) علاقة متغير المستوى التعليمي مع مدى فعالية الدروس والملتقيات في نشر الثقافية المقاولاتية حيث نلاحظ ان نسبة 86.6 يرون أن الدروس والملتقيات تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية مقابل نسبة 13.4 يرون أن الدروس والملتقيات لا تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية، ونلاحظ في الجدول أعلاه أن نسبة ثم يليها نسبة 88.7 من طلبة السنة أولى ماستر يرون أن الدروس والملتقيات تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية ، ونسبة 50 من طلبة السنة ثانية ماستر يرون أن الدروس والملتقيات تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية، مقابل 11.2 من طلبة السنة أولى ماستر يرون أن الدروس والملتقيات لا تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية، ونسبة 50 من طلبة السنة ثانية ماستر يرون أن الدروس والملتقيات لا تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية.

الملتقيات / المستوى	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
السنة الأولى ماستر	50	%70.5	21	29.5%	71	%100
السنة الثانية ماستر	3	75%	1	25%	4	%100
المجموع	53	70.6%	22	29.4%	75	%100

نلاحظ من خلال النتائج المسجلة في الجدول ان الطلبة أكدوا ان الدروس والمحاضرات الموجدة في المقاييس انها فعالة نشر الثقافة المقاولاتية الا انها تعتمد على الجانب النظري فقط ، وهذا راجع الى النظام LMDالذي يعتمد اكثر على الجانب النظري و يركز على كثرة المقاييس والمحاضرات النظرية في الجامع، بالإضافة الى ذلك يرجع الى نقص الحجم الساعي للمقاييس وعدم حضور الطلبة في الجامعة ،

ومنه نستنتج ان هناك فعالية في المقاييس و المحاضرات البرمجة للطلبة في النشر الثقافة المقاولاتية وعليه نستطيع ان نقول ان الخلل ليس في المقاييس والمحاضرات بل في الطلبة او الخريجين انفسهم في عدم تقبلهم للعمل الحر المقاولاتي.

الجدول رقم(3) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع الملتقيات العلمية التي تقام بالجامعة للمساهمة في نشر الثقافة المقاولاتية.

يبين الجدول رقم 3 علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع مدى مساهمة الملتقيات التي تقام بالجامعة في نشر الثقافة المقاولاتية، حيث نلاحظ ان نسبة 70.5 من أفراد العينة يرون الملتقيات التي تقام في الجامعة تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية، بينما نسبة 29.4 من أفراد العينة يرون أن الملتقيات التي تقام في الجامعة لا تساهم في النشر الثقافة المقاولاتية، ونلاحظ في الجدول أعلاه ان نسبة 75 طلبة السنة الثانية ماستر يرون أن الملتقيات التي تقام في الجامعة تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية، مقابل نسبة

25 من طلبة السنة ثانية ماستر يرون أن الملتقيات التي تقام في الجامعة لا تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية، بينما نسبة 70.5 للطلبة السنة الأولى ماستر يرون أن يرون أن الملتقيات التي تقام في الجامعة تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية مقابل نسبة 29.5 يرون أن الملتقيات التي تقام في الجامعة لا تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية .

نلاحظ من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه ان أغلبية المبحوثين أكدو على أن الملتقيات تقام في الجامعة تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية فهي تعتبر مصدر من مصادر الحصول على المعرفة وتعتبر فضاء معرفي يساعد الطالب الجامعي على انشاء مؤسسة خاصة من خلال المداخلات والمناقشات التي تدور بين الحاضرين ، وتعتبر هذه الملتقيات فعالة ترتقي الى تطوير الفكر المقاولاتي عند الشباب الجامعي، لكن الملاحَظ هو عزوف الطالب الجامعي في الجزائر عن حضور مثل هذه الفعاليات، مما يجعلنا نتساءل حول دورها في ظل هذا العزوف، وهو ما يُفسّر مبدئيا بعدم الاهتمام وإغفال أهمية البحث العلمي، ولا يقع اللوم على الطالب وحده، لذلك يجب أن تعمل المؤسسات الجامعية على التوعية بأهمية حضور المؤتمرات العلمية حتى تعُمّ الاستفادة ويتعزّز النقاش الأكاديمي، فهي ليست حكرا على الأساتذة الجامعيين وباحثي الدراسات العليا فقط بل يجب اشراك جميع الطلبة في كل المستويات في النقاش والحوار في هذه الملتقيات

الجدول رقم(4): يبين علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع المناهج المقاييس المبرمجة للطلبة في مساعدة على نشر الثقافة المقاولاتية.

المناهج والمقاييس / المستوى	كافية		كافية الى حد ما		غير كافية		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
السنة الأولى	20	52.6%	18	47.4	0	0%	38	%100

ماستر								
السنة الثانية ماستر	22	59.5%	14	37.8	1	2.7%	37	%100
المجموع	42	56%	32	42.6	1	1.4%	75	%100

يبين الجدول رقم (4)علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع مدى مساعدة المناهج والمقاييس المبرمجة للطلبة لنشر الثقافة المقاولاتية حيث نلاحظ نسبة 56 من أفراد العينة يرون أن المناهج والمقاييس المبرمجة للطلبة كافية لنشر الثقافة في حين نسبة 42.6 من أفراد العينة يرون أن المقاييس والمناهج كافية الى حد ما في نشر الثقافة المقاولاتية، ونسبة 1.4 يرون أن الملتقيات والمناهج غير كافية في نشر الثقافة المقاولاتية، ونلاحظ في الجدول أعلاه ان نسبة 59.5 من طلبة السنة الثانية ماستر يرون أن المناهج والمقاييس المبرمجة للطلبة كافية لنشر الثقافة المقاولاتية ثم تلتها نسبة 52.6 52.6 من طلبة السنة أولى ماستر يرون أن المناهج والمقاييس المبرمجة للطلبة كافية لنشر الثقافة، بينما نسبة 47.4 من طلبة السنة الاولى ماستر يرون أن المقاييس والمناهج كافية الى حد ما في نشر الثقافة المقاولاتية ونسبة 37.8 من طلبة السنة الثانية ماستر يرون أن المقاييس والمناهج كافية الى حد ما في نشر الثقافة المقاولاتية.

نلاحظ من خلال النتائج الموضحة ان اكثر من نصف المبحوثين أكدوا على أن المناهج والمقاييس الموجهة للطلبة كافية ولكنها ليست فعالة ميدانيا، لأن صبغة نظام ل م د يعتمد على الحشو في المعلومات، ونقص الحجم الساعي، وبعض المقاييس تدرس لفترة سداسي واحد فقط، كما أن الأعمال التطبيقية غير كافية في نشر التعليم المقاولاتي لأن الثقافة المقاولاتية هي ممارسة ميدانية اكثر من انها نظرية وهو ما أثر سلبا على فعالية المقاييس والمناهج المبرمجة والموجهة للطلبة، وكذا عدم فتح المجال أمام الطلبة المبتكرين في الجامعة وفي مختلف المؤسسات العمومية والاقتصادية، والاقتصار على التدريس

النظري فقط زيادة على ذلك نقص تكوين المختصين والأساتذة في ميدان المقاولاتية ومنه نستنتج عدم انتشار الثقافة المقاولاتية في أوساط الطلبة الجامعيين .

الجدول رقم (5) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع مدى تكريم الطلبة المبتكرين في الجامعة.

تكريم الطلبة المبتكرين / المستوى	دائما		احيانا		نادرا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
السنة الأولى ماستر	1	%1.4	44	%16.9	26	%36.6	71	%100
السنة الثانية ماستر	0	%0	2	%50	2	%50	4	%100
المجموع	1	%1.4	46	%61.3	28	%37.3	75	%100

يبين الجدول رقم (5)علاقة متغير المستوى التعليمي لأفراد العينة مع مدى تكريم الطلبة المبتكرين في الجامعة حيث نلاحظ ان نسبة 61.3 يرون انه أحيانا ما تكون هناك تكريمات للطلبة المبتكرين في حين نجد نسبة 37.3 يرون أنه نادرا ما ما تكون في الجامعة تكريمات للطلبة المبتكرين ثم تليها نسبة 1.4 يرون انه دائما ما تكون في الجامعة تكريمات للطلبة المبتكرين، ونلاحظ في الجدول أعلاه أن نسبة 50 من طلبة السنة الثانية ماستر يرون أن في الجامعة نادرا ما تكون تكريمات للطلبة المبتكرين في مقابل نجد نفس ، ثم تلتها نسبة 36.6 يرون أن نادرا ما تكون في الجامعة تكريمات للطلبة المبتكرين.

نلاحظ من خلال النتائج الموضحة في الجدول ان أكثر من نصف المبحوثين أكدوا على ان التشجيع الطلبة المبتكرين من طرف الجامعة غير كافي، وهذا راجع الى عدم اهتمام الجامعات الجزائرية بهذا الجانب وعدم توفير لجنة خاصة بتكريم وتشجيع المبتكرين زيادة

على ذلك عدم تخصيص غلاف مالي موجه للمستثمرين والمبتكرين من اجل تمويلهم بمبلغ رمزي لخلق منافسة بين الطلبة المبتكرين ومنه نستنتج ان الجامعة في ولاية بشار لازالت تقتصر على التعليم النظري في دارسة الفكر المقاولاتي وغياب تام للجانب الميداني التطبيقي.

مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات:

مناقشة الفرضية الأولى:

تساهم الجامعة في تكوين الطلبة المقاولين من خلال نشر روح المقاولاتية في الوسط الجامعي.

- نسبة 76من افراد العينة أحيانا ما يتلقون التشجيع من الأساتذة على الابداع والابتكار، ثم تلتها نسبة 14.6 وهذا راجع الى عدم اهتمام الأساتذة والإدارة الجامعية بالمقاولين وحاملي المشاريع والأفكار المبتكرة وهذا لعدم توفر المختصين والخبراء في المجال المقاولاتي والاهتمام بالتدريس وكذا الاكتظاظ في الاستعمال الزمن وعدم توفير الوقت للابتكار الاستثمار.
- نسبة 86.6 يرون أن الدروس والملتقيات تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية مقابل نسبة 13.4 يرون أن الدروس والملتقيات لا تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية، وهذا راجع الى طريقة التدريس المعتمدة في النظام AMD في الاعتماد على الجانب النظري فقط في الجامعة وعدم تجسيده في ارض الواقع وعدم توفير مخابر البحث في ذلك، ضف الى ذلك نقص ساعات التدريس المبرمجة للطلبة وغياب الفعالية من حيث الجانب التطبيقي الميداني وعدم توافقها مع سوق العمل،
- نسبة 70.5 من أفراد العينة يرون الملتقيات التي تقام في الجامعة تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية، بينما نسبة 29.4 من أفراد العينة يرون أن الملتقيات التي تقام في الجامعة لا تساهم في النشر الثقافة المقاولاتية، هذا راجع الى ان هذه الملتقيات هي عبارة عن ملتقيات جافة تخلو من الأساليب التطبيقية وعدم اقحام الطالب كفاعل مساعد في مناقشة الأفكار المختلفة حول الثقافة المقاولاتية ،

كما أن غياب المرافقة المعنوية من طرف الاسرة الجامعية والمحيط الخارجي يؤدي الى غياب الابتكارات والمنافسات في الأفكار التي تحمل الثقافة المقاولاتية،

- نسبة 56 من أفراد العينة يرون أن المناهج والمقاييس المبرمجة للطلبة كافية لنشر الثقافة في حين نسبة 42.6 من أفراد العينة يرون أن المقاييس والمناهج كافية الى حد ما في نشر الثقافة المقاولاتية، وهذا راجع الى صبغة نظام ل م د يعتمد على الحشو في المعلومات، ونقص الحجم الساعي، وبعض المقاييس تدرس لفترة سداسي واحد فقط، كما ان الأعمال التطبيقية غير كافية لأن الثقافة المقاولاتية.
- نسبة 61.3 يرون انه أحيانا ما تكون هناك تكريمات للطلبة المبتكرين في حين نجد نسبة 37.3 يرون أنه نادرا ما ما تكون في الجامعة تكريمات للطلبة المبتكرين، وهذا راجع الى عدم اهتمام الجامعات الجزائرية بهذا الجانب وعدم توفير لجنة خاصة بتكريم وتشجيع المبتكرين زيادة على ذلك عدم تخصيص غلاف مالي موجه للمستثمرين والمبتكرين من أجل تمويلهم بمبلغ رمزي لخلق منافسة بين الطلبة
المبتكرين.

الخاتمة:

انطلاقا من التحليل الذي تطرقنا إليه في هذا البحث، يمكن القول أن الأزمات والاضطرابات التي مر بها الاقتصاد الجزائري خلال تبنيه النظام الاشتراكي والتي كانت مرفقة بتدهور البنى التحتية للاقتصاد ومشحونة بفشل أغلب السياسات التنموية المتبعة، وضعته أمام حتمية الانتقال من النظام الاشتراكي إلى نظام اقتصاد السوق القائم على سياسات التحرير الاقتصادي *وتشجيع الاستثمارات* الخاصة. وفي هذا الإطار تبنت الدولة مجموعة من الإصلاحات الاقتصادية هدفت من خلالها إلى توفير الإطار القانوني والتشريعي للقطاع الخاص، وإنشاء العديد من أجهزة الدعم التي سعت من خلالها إلى توفير الشروط الضرورية لمساعدة المقاول على إنشاء مؤسسته.

الا انه على الرغم من المجهودات المبذولة في مجال دعم المقاولاتية وبعد مرور أكثر من 20 سنة، تبقى النتائج المتحصل عليها متواضعة ولا تعكس بالقدر الكافي الجهود التي تبذلها الدولة، بالنظر الى مناخ الاعمال الذي لا يزال يشكل حجر عثرة سير الاعمال.

كما ان غياب ثقافة العمل المقاولاتي في أوساط الشباب الجامعي في جامعة طاهري محمد ببشار، حيث نجد نقص وشح المقاييس المبرمجة في التدريس وكذا عدم وجود مختصين في المجال المقاولاتي وعدم وجود مخابر خاصة في ذلك، كما ان غياب الجانب الميداني والاقتصار على الجانب النظري في التدريس وعدم تنسيق الجامعة بالمؤسسات الاقتصادية لإعطاء خبرة ميدانية تساعد الطلبة المتخرجين على الولوج في العمل الحر المستقل، ومنه نستنتج ان الطلبة المتخرجين في جامعة بشار لا يملكون مؤهلات علمية والخبرة المهنية لإدارة المشاريع، وهو ما يفسر تزايد المشاريع الخدماتية التي لا تتطلب مؤهلات علمية وخبرة مهنية على حساب القطاعات الإنتاجية القادرة على النهوض بالاقتصاد الوطني وكذا نجد ان أغلب الطلبة في ولاية بشار يركزون على الرغبة في الحصول على كسب مادي سريع والخروج من البطالة.

التوصيات:

بناء على النتائج المتوصل إليها يتم تقديم بعض التوصيات التي يمكن أن تساهم في نشر وتفعيل نشاط المقاولاتية وترقية ديناميكية إنشاء المؤسسات الجديدة في الجزائر وهي كالاتي:

- وضع اتفاقيات مع الجامعات ومراكز التكوين المهني تهدف إلى التعريف بآليات دعم المقاولاتية والخدمات التي تقدمها وشرح كيفية إنشاء مؤسسات استثمارية وضمان سيرورة نجاحها وسيرها، بما يسمح بتطوير الثقافة المقاولاتية لدى الباحثين وخريجي الجامعات.
- التركيز على جانب الإعلام والتوجيه الذي يعتبر أول عناصر تشجيع المبادرات الفردية ونشر ثقافة المقاولاتية وإنعاش الحس المقاولاتي عند الشباب.

- العمل على وضع برامج تكوين لمستخدمي الوكالات والمتخصصين في مجال مرافقة المقاولين الشباب في مختلف مراحل المرافقة: الاستقبال، مبادئ دراسات الجدوى، الجانب الإداري، جانب التسيير، والتسويق.
- نشر ثقافة العمل الحر لدى الطلبة وذلك بالاعتماد على الزيارات الميدانية وكذلك مناهج دراسة للأعمال الحرة الناجحة
- تكوين الأساتذة الذين يشرفون على تدريس تخصصات المقاولاتية في أساليب التدريس الحديث والتي تتناسب مع مقررات المقاولاتية.
- ضرورة التوسع في تقديم مقررات المقاولاتية وموضوعاتها بما يناسب مع حاجة الطلبة في انشاء وتطوير مؤسسات صغيرة خاصة بهم.
- التفكير في انشاء برامج خاصة مستقلة بالمقاولاتية على مستوى الجامعة تعتني بتكوين الطلبة في المقاولاتية وتكون تحث اشراف دار المقاولاتية مثلا.
- التكثيف من الملتقيات فعالة في نشر الثقافة المقاولاتية وفتح المجال للطلبة في الابداع والاستثمار.
- تخصيص غلاف مالي خاصة بالطلبة المبتكرين لتكريمهم على أفكارهم وبحوثهم الفعالة الخاصة بالمقاولاتية.
- التنويع في طرق وأساليب التدريس للتعليم المقاولاتي باستخدام طرق معمول بها في الجامعات العالمية وعدم الاقتصار على الطرق الكلاسيكية.

قائمة المراجع والمصادر:

المراجع:

- إحسان محمد الحسن، ***الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي***، دار الطليعة، بيروت، ***هجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات***، دار وائل للنشر والتوزيع، **ط2**، عمان.
- أنجرس، موريس. (2004)، ***منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية***، ترجمة بوزيد صحراوي، وآخرون، دار القصبة، الجزائر، ط1، 2004، ص:301.
- تمار، يوسف. (2017). ***مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية -الاتصالية***، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1.

- الحمداني، موفق، وآخرون. (2006). ***مناهج البحث العلمي، ج1، أساسيات البحث العلمي***، جامعة عمان للدراسات العليا، عمان، ط1.
- عماد، عبد الغني: (2008) ***منهجية البحث العلمي في علم الاجتماع، الإشكاليات التقنيات المقاربات***، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط1.
- عبيدات، محمد، وآخرون، (1999). **البحث العلمي في العلوم الإنسانية الهندسة، الإنجاز، الإخراج**، منشورات مختبر الأبحاث والدراسات النفسية والاجتماعية جامعة سيدي محمد بن عبد الله بفاس، المغرب، ط1.
- محمد الصاوي، محمد مبارك، ***البحث العلمي أسس وطريقة كتابة***، مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة ط1.
- شفيق، محمد :(2001). ***البحث العملي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية***، المكتبة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ط1.
- مسعد، محي محمد:**(2000).*كيفية كتابة الأبحاث والإعداد للمحاضرات***، دار النشر المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ط2.

الرسائل الجامعية:

- محمد علي، الجودي: (2015) **نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي**، أطروحة الدكتوراه جامعة بسكرة-الجزائر.
- لونيس، ريم:(2020). **المعوقات التنظيمية للمقاولاتية السياحية في الجزائر** –دراسة ميدانية للوكالات السياحية في مدينة باتنة، أطروحة الدكتوراه، جامعة باتنة 1، الجزائر.
- محفوظ، مراد. (2001). ***التحول من القطاع العام إلى القطاع الخاص – حالة الجزائر-***، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، الجزائر.

المجلات والملتقيات:

- الأمر رقم 95-22 المؤرخ في 26 أوت 1995 ***يتعلق بخوصصة المؤسسات العمومية،***
- بوزيان، عثمان. (2006). ***قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر: متطلبات التكيف وآليات التأهيل***، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف،الجزائر
- الجريدة الرسمية، العدد 48، الصادرة في 03 سبتمبر 1995.
- صالحي، صالح. (2004). ***أساليب تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري***، ندوة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الوطن العربي، القاهرة.
- القانون رقم 90-10 ***المتعلق بالقرض والنقد*** المؤرخ في 14 أفريل 1990، الجريدة الرسمية، العدد 16، الصادرة في 18 أفريل 1990

المراسيم والقوانين:

- المرسوم 80-242 المؤرخ في 04 أكتوبر1980 ***يتعلق بإعادة هيكلة المؤسسات الاقتصادية العمومية***، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة في 07 أكتوبر 1980.

- المرسوم 88-192 في 04 أكتوبر 1988 ***يتعلق باستقلالية المؤسسات الاقتصادية العمومية***، الجريدة الرسمية، العدد 40، الصادرة في 05 أكتوبر 1988.

- المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 05 أكتوبر1993 ***يتعلق بترقية الاستثمار***، الجريدة الرسمية، العدد 64، الصادرة في 05 أكتوبر 1993.

- **المراجع الأجنبية:**

- International bank for reconstruction and development, The World Bank , **doing business 2012**, site Internet: www.worldbank.org.

- Madlhéne Gravits, Méthodes des sciences sociales, 9iemeEdition, Dalloz, Paris, 1993

- Office national des statistiques, **premier recensement économique 2011**, résultats définitifs de la première phase, série statistiques économiques n 172, Alger, juillet 2012.

- Rosa Aknine Souidi, M. Yacine Ferfera, **entrepreneuriat et création- d'entreprise en Algérie**, revue économique et gestion, n14, université Sétif, 2014.