

دور البيئة الرقمية في تشكيل الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة
دراسة مسحية على عينة من متابعي صفحة دار المقاولاتية لجامعة بسكرة
على الفايسبوك –

The role of the digital environment in shaping the entrepreneurial culture and emerging institutions
-A Survey study on a sample of the followers of the contracting house of Biskra université on facebook-

¹ ط/د. فطيمة الزهرة بليج، ² د/صونيا قوراري

¹ جامعة محمد خيضر-بسكرة-(الجزائر)، مخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر-

fatimaezzouhra.belbedj@univ-biskra.dz

² جامعة محمد خيضر-بسكرة-(الجزائر) s.gourari@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2024/01/04 تاريخ القبول: 2024/06/14 تاريخ النشر: 2024/06/21

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية البيئة الرقمية في نشر ثقافة المقاولاتية وتشكيل المؤسسات الناشئة وسط الطلبة، وذلك من خلال دراسة مسحية أجريت على مستوى صفحة دار المقاولاتية لجامعة بسكرة، وتم الاعتماد فيها على استمارة الاستبيان الالكترونية كأداة لجمع البيانات، تم عرضها في صفحة دار المقاولاتية، وتوصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها أن البيئة الرقمية وبمختلف أشكالها لا سيما مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الثقافة المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الناشئة من ناحيتي الدعم والتسيير، والتي تمكن الطالب من إيجاد أسس الطرق وأفضل الوسائل لتجسيد مشروعه الخاص على أرض الواقع.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي؛ البيئة الرقمية؛ الثقافة المقاولاتية؛ المؤسسات الناشئة

Abstract :

This study highlights the importance of the digital environment in spreading the culture of entrepreneurship and the formation of emerging institutions among students, through a survey conducted at the level of the contracting House page of Biskra University, and depended on the electronic questionnaire form as a tool for data collection, was displayed on the contracting House page, and we reached a set of results, the most important of which are: the digital environment and its various forms, especially social networking sites which contribute to the spread of the entrepreneurial culture and establishing start-up institutions in terms of support and management, which enables the student to find the easiest ways and the best means to embody his Project on the grounds.

Keywords : digital environment ; Social networking sites ; Entrepreneurial culture ; Emerging institutions(startup).

1. مقدمة

تعد المؤسسات الناشئة أحد أهم المشاريع التي يعتمد عليها عالميا من أجل النهوض بالاقتصاد العالمي ومحاربة الاحتكار الذي تتعرض له العديد من الدول، ومن بينها الجزائر التي تبنت المشاريع الناشئة حتى تحقق الاكتفاء الذاتي وتلغي تباعثها للدول وتحقق النمو الاقتصادي الذي تتطلع إليه، واعتمدت في سبيل تحقيق ذلك على العديد من الوسائل والادوات من وسائل إعلامية ومراكز حكومية ودور للمقاولاتية وذلك لتحقيق الاهداف المسطرة من هذه المشاريع؛ وباعتبار المؤسسات الناشئة ركيزة أساسية في التطور الاقتصادي الحديث فقد اعتمدت الدولة على مجموعة من القواعد والقوانين الضابطة لها حتى يتمكن صاحبها من معرفة الحقوق والواجبات التي يتمتع بها؛ لذلك إعتمدت على مختلف الوسائل من اجل توضيح الرؤية حول هذا الموضوع، ولعل أبرز الوسائل المستخدمة كانت البيئة الرقمية لبعثها أحد أهم المنصات الاعلامية التي يتابعها الجمهور الجزائري بكثرة.

وتعددت أنواع البيئات الرقمية المستخدمة في نشر الثقافة المقاولاتية في وسط مستخدميها وتشجيعهم على إنشاء المؤسسات الناشئة من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني وخلق مناصب عمل جديدة والقضاء على البطالة، ولعل أكثرها استخداما هي مواقع التواصل الاجتماعي لما لها من أهمية في التفاعل ونقل الأخبار وعرض مختلف الأفكار على الجمهور دون أي قيود، ومن أبرز الفئات أو الشرائح المستهدفة في البيئة الرقمية نحو تشكيل الثقافة المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الناشئة نجد فئة الطلبة التي تشكل مصدر القوة لدول في تحقيق التطور وخلق فرص لإنشاء مؤسسات ناشئة وتساهم في توفير فرص عمل جديدة، خاصة و أنها تشكل أحد الوسائل الإعلامية التي يتابعها الطلبة من خلال توفيرها الجهد والوقت وهي اليوم بمثابة البوابة المفتوحة للجميع من أجل استغلالها كل وفق طموحاته واتجاهاته وبذلك سعت الدولة الجزائرية لاستغلالها حتى تتمكن من تكوين طالب له مستقبل يساهم في رفع الاقتصاد الوطني ويخلق فرص عمل جديدة، ويلغي فكرة التبعية للحكومة في التوظيف.

ومن أجل ذلك تجلت مشكلة دراستنا في "دراسة دور المنصات الرقمية في تشكيل الثقافة المقاولاتية ومساهمتها في إنشاء المؤسسات الناشئة في وسط مستخدميها من الجمهور باعتبارها تؤثر بشكل كبير على مختلف شرائح الجمهور خاصة الطلبة الذين يهدفون إلى إنشاء مشاريعهم الخاصة". وعليه تم طرح الاشكال التالي: كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة؟ وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الاسئلة الفرعية:

- 1- ماهي اتجاهات الطلبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة؟
- 2- ماهي الاستراتيجيات المتبعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدعم الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة؟
- 3- ماهي مظاهر تفاعل الطلبة مع الثقافة المقاولاتية عبر الفايس بوك؟

أولا: الإطار المنهجي للدراسة:

- 1- أهمية الدراسة: وتكتمل أهمية الدراسة في: الرغبة في معرفة مدى استخدام الجمهور مواقع التواصل الاجتماعي في الاطلاع على مختلف المواضيع المرتبطة بالاقتصاد

*تحديد استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة المقاولاتية خاصة في وسط مستخدميها

*دراسة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في مساعدة الشباب على إنشاء المؤسسات الناشئة انطلاقاً من مختلف المنشورات والمواضيع التي تعرضهم عبر مختلف التطبيقات المتوفرة فيها

2-أهداف الدراسة: تحديد اتجاهات الطلبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية ودعم المؤسسات الناشئة

*معرفة الاستراتيجيات المتبعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدعم الثقافة المقاولاتية وتشكيل المؤسسات الناشئة

*دراسة مظاهر تفاعل الطلبة مع الثقافة المقاولاتية عبر الفيسبوك

3-منهج وأداة الدراسة:

3-1 منهج الدراسة: المنهج هو الأساس لتصميم البحوث في العلوم الإنسانية، وطبيعة المشكلة البحثية المدروسة والهدف من دراستها هو الذي يحدد للباحث نوع المنهج المستخدم، وانطلاقاً من موضوع بحثنا الموسوم بـ " دور البيئة الرقمية في تشكيل الثقافة المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الناشئة"، فالمنهج المسيحي هو الأنسب والأكثر ملائمة لهذه الدراسة، ويقوم هذا المنهج على "رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، للوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره". (عليان، 2001).

-حيث أنه اعتمدنا على هذا المنهج بهدف تقديم نتائج دقيقة لموضوع دراستنا خاصة وأن الفترة الزمنية للدراسة كانت في مرحلة تبني طلبة لفكرة المؤسسة الناشئة ودعم المقاولاتية فتعتبر هذه المرحلة من المراحل المهمة في تكوين الطالب وفق منطلق شهادة جامعية... مؤسسة ناشئة ويهدف الوصول إلى نتائج يسمح لنا تعميمها خلال الفترة الزمنية المئوية لدراسة فكان المنهج المذكور سلفاً هو الأنسب.

3-2-أداة الدراسة : تشكل أداة الدراسة أحد أهم القواعد التي يقوم عليها أي بحث علمي وذلك لما يسعى الباحث للوصول إليه حيث أنه يحدد الاداة المناسبة لدراسته، وفي دراستنا هذه تم الاعتماد على أداة استبيان استمارة الكترونية والتي تعرف: "هي أداة يستخدمها الباحث الاجتماعي في جمع البيانات المتعلقة بموضوع بحثه من المبحثن، وهي عبارة عن مجموعة من الاسئلة او العبارات المكتوبة والمزودة بإجاباتها المحتملة والمعدة بطريقة منهجية يطلب فيها من المبحثن الإشارة إلى ما يعتقدون أنه يمثل رأيهم حول السؤال المطروح أو العبارات المقترحة(دليو، 2014).

4-مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع البحث للدراسة الحالية في طلبة جامعة محمد خيضر-بسكرة-ولتعددراسة كل مفردات هذا المجتمع البحثي لضخامة حجمه، وصعوبة حصره وتشتته، ارتأينا اللجوء إلى اختيار أسلوب العينة، فاعتماد هذا الأسلوب في إنجاز بعض البحوث، يعد أمراً لا بد منه من أجل ضمان الدقة المطلوبة لنتائج البحث، وتعتبر العينة جزءاً ممثلاً للمجتمع الأصلي، وتعرف بأنها: "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع، وتمثله تمثيلاً دقيقاً، يتم اختيارها بطريقة معينة لإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام نتائج هذه العينة وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"(المزاهرة، 2010).

* حيث أنه في اختيار مجتمع الدراسة وجب أن نحدد المجتمع المناسب للدراسة حتى نتوصل الى نتائج علمية دقيقة فاختيار المنهج من بين أسباب نجاح الباحث في الوصول الى نتائج دقيقة خاصة إذا تم تحديد العينة وفق خصائص ذلك المجتمع والذي تمثله مفردات العينة تمثيلاً صحيحاً حتى يتمكن الباحث من تعميم تلك النتائج التي توصل اليها بحسب عينة من دراسة على المجتمع الكلي للدراسة فالعينة هي بمثابة المرآة التي تعكس رؤية الباحث لمجتمع دراسته.

- وبالنظر إلى عدة عوامل منها منهج البحث، مجال الدراسة والفترة المخصصة لإجرائها، وطبيعة الموضوع الذي يركز على اكتشاف دور البيئة الرقمية في تشكيل الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة، ارتأينا اختيار مفردات البحث بالاعتماد على الأسلوب المتاح حيث تم اختيار نوع العينة وفق مجتمع البحث ويقصد بالعينة المتاحة: "تتكون من مجموعة من الافراد يسهل الوصول إليهم للدراسة، مثل مجموعة من الطلبة في مرحلة معينة أو موظفين في دائرة محددة" (فاضل، 2023)

- ونظراً لتوافر السمات والخصائص التي تخدم أهداف البحث، تمثلت عينة الدراسة في متابعي صفحات دار المقاولاتية بجامعة محمد خيضر بسكرة، وفي هذا الإطار تكونت العينة من 60 مفردة تم الكشف عن آرائهم ومواقفهم نحو دور البيئة الرقمية في تشكيل الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة.

- وتم تحديد العينة بالعينة المتاحة وذلك وفق البيئة الرقمية لأنه يصعب فيها تحديد العينة بدقة فاكثفينا بعدد المبحوثين المتاحين من خلال الاعتماد على صفحات الفايسبوك لدار المقاولاتية جامعة بسكرة وكانت المدة التي عرضت فيها الاستمارة الالكترونية على جمهور الصفحة امتدت من 1 ماي الى 31 أوت 2023 - تحديد المصطلحات:

1-5 البيئة الرقمية: «هي أجهزة أو برامج تستخدم تطبيق أو خدمة ما تعمل وفق نظام تشغيل وتنسيق البرامج التي تستخدم مجموعة من التعليمات لمعالجة معين، ارضيات عن بعد قائمة على تكنولوجيايات الويب وتتكون من عرض تقني وتجاري متماسك من اجل النفاذ الى عالم من الخدمات البعيدة التفاعلية او غير التفاعلية والتي يمكن بثها او توفيرها على الخط والتي يمكن ان تخضع اما للدفع او تكون مجانية والوصول اليها اما محدود او غير محدود ويعتمد العرض على تطوير مجتمع من المستخدمين (بوعتلي وليلية، 2022)

البيئة الرقمية: هي "البيئة المتاحة على شبكة الانترنت والتي يجري تناول المعلومات من خلالها في شكل رقمي عن طريق استخدام وسائل اتصال جديدة تتيح الوصول المباشر والكامل للمعلومات" (منصور، 2022)

* وتعرف اجرائيا على أنها: تلك التطبيقات المتاحة على شبكة الانترنت التي تسمح استخدامها في العديد من المجالات والقطاعات.

2-5 مواقع التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها او جمعه مع اصدقاء الجامعة" (خديم، 2018)

* تعرف اجرائيا: بانها مجموع التطبيقات الالكترونية التي تسمح للفرد بإنشاء صفحة خاص به تمكنه من التواصل مع غيره ومتابعة ما يثيراهتمامه.

3-5 المؤسسات الناشئة: لغة: "حسب القاموس الانجليزي startup مشروع صغير بدأ لتو وكلمة start up تتكون من جزأين start وهو ما يشير الى فكرة الانطلاق up يشير لفكرة النمو لقوي" (بوضياف وزوبر، 2020)

اصطلاحاً: "عبارة عن بناء عمل تجاري على اختراع أو فكرة مبتكر لم تكن موجودة من قبل لحل مشكل في سوق معين وتحقق انتشار ونمو سريع من خلال نموذج قابل للتوسع والتكرار وهي مرحلة بداية لأي شركة". (زياني و هواري ، 2022)

تعرف اجرائياً: بأنها مشاريع حديثة التنشئة تسعى الى فرض وجودها في السوق من اجل تحقيق الأهداف التي سطرت من انشاءها من خلال صفحة دار المقاولاتية على الفيسبوك

4.5 الثقافة المقاولاتية: "مجمع المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد او مجموعة من الافراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الاموال وذلك بإيجاد افكار مبتكرة، ابداع في مجمل القطاعات الموجودة اضافة الى وجود هيكل تسييري تنظيمي وهي تتضمن التصرفات التحفيز، ردود افعال المقاولين، بالإضافة لتخطيط واتخاذ القرارات التنظيم والمراقبة كما ان هناك عدة اماكن يمكن ان ترسخ فيها ثقافة هي العائلة المدرسة المؤسسة والمحيط" (سلامي ، 2012).

تعرف اجرائياً بأنها: مجموع المهارات والمعلومات التي يكتسبها الفرد حول موضوع معين ويسعى من خلالها الى خلق أفكار جديدة يحقق بها استثمار راس المال في مختلف القطاعات

6-الدراسات السابقة: تشكل الدراسات السابقة العمود الفقري الذي يقوم عليه أي بحث فيما يلي نعرض بعض الدراسات السابقة والمشابهة لموضوع دراستنا بهدف تقديم اضافات جديدة للموضوع خاصة ما تعلق بجانب آراء الجمهور:

6-1 الدراسة الاولى: دور دار المقاولاتية في تطوير الفكر المقاولاتي لدى الشباب الجامعي -دار المقاولاتية بجامعة غليزان أنموذجاً - لقارة ابتسام، طهراوي دومة على، وصالح محمد نشر في 6 مارس 2020: اشكالية المقال: كيف تساهم دار المقاولاتية في تطوير الفكر المقاولاتي لدى طلبة جامعة غليزان؟ وقد اعتمدت على فرضية رئيسة في الدراسة وهي: "ساهمت دار المقاولاتية بجامعة غليزان في تطوير الفكر المقاولاتي للطلبة من خلال مجموعة البرامج التكوينية والنشاطات التحسيسية". وقسمت الدراسة الى محورين هما: المحور الأول: الإطار النظري للمقاولاتية ودار المقاولاتية ، المحور الثاني: تقييم دار المقاولاتية بجامعة غليزان في تطوير الفكر المقاولاتي للطلبة. وكانت أبرز النتائج المتوصل اليها في هذه الدراسة هي :تعد مبادرة استحداث دور المقاولاتية لربط المحيط الجامعي مع مختلف هيئات دعم المقاولاتية إستراتيجية ناجحة لنشر الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي في ظل ابتكار آلية تحفيزية لجذب لطلاب وتحفيزهم نحو الابداع والابتكار، تعتبر الجامعة مهد المشاريع الناجحة والمتميزة ، نظرا لتوافرها على العناصر اللازمة لتحقيق ذلك ،أفضل وأسرع وسيلة للوصول الى المقاولين الكفاء والذين يستطيعون الوصول الى الريادة هي الجامعة ،وبالضبط دار المقاولاتية التي تساهم في اكتساب الفرد للمهارات والقدرات اللازمة ليصبح الطلبة فاعلين في الاقتصاد .(قارة، على طهراوي، و محمد، 2020)

6-2 الدراسة الثانية: المرتكزات الأساسية للمؤسسات الناشئة في البيئة الرقمية بين المعلوم والمأمول (قراءة نقدية في تجارب متنوعة) مقال د بلقاسم عثمان جامعة الجزائر صدر عن مجلة رقمته مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية نشر في 2/10/2022. اشكالية الدراسة: ما أهم المرتكزات الأساسية التي تستند عليها المؤسسات الناشئة في البيئة الرقمية وما المعلوم والمأمول على ضوء تجارب مختلفة؟ التساؤلات الفرعية: هل بإمكان المتأخرين للحاق بمركب مضى منذ 70 عاما على الأقل؟ -وهل تقليد النماذج الناجحة يصنع نجاحا اقتصاديا؟ وهل الشروط القانونية والمالية والتجارية مؤهلة لكل الدول لاحتضان هذا النموذج الاقتصادي

الجديد وما مدى إطلاق مشاريع ناجحة في هكذا ظروف؟، هل تستوعب "براءات الاختراع المحلية" الإغراءات المالية الأجنبية؟ هل تملك الدول النامية بنية تحتية وفوقية كبنوك معلومات ضخمة تسد المستثمرين الشباب في البيئة الرقمية العالمية لاكتشاف الأسواق وتسويق منتجاتها على قدم المساواة؟ نتائج الدراسة لخلق بيئة مقاولاتية ومؤسسات ناشئة خلاقة وخصبة لا بد من زيادة النفقات الحكومية في قطاع التعليم العالي على وجه الخصوص الاستثمار في القطاعات التقنية على مستوى وزارة التكوين المهني من حيث جودة البرامج والتجهيز والتكوين العالي في الخارج وتشجيع القطاع الخاص للانخراط في هذا المشروع تحين التشريعات البيئية والقانونية كلما اقتضت الضرورة ووجوب المراجعة السنوية لمدى تقدم المشاريع تعزيز التكوين النوعي من خلال التعاقد مع مؤسسات عالمية على المستوى المحلي، تعزيز السياسة حماية لأصحاب المشاريع الفاشلة تكثيف الاتفاقيات مع المؤسسات التجارية والصناعية العالمية والمحلية وإعطاء الأولوية للمؤسسات الناشئة الجزائرية. (بلقاسم، 2022)

3-6 تقييم الدراسات السابقة: الملاحظ لجل الدراسات السابقة أنها ركزت على الجانب النظري وأهملت الجانب التطبيقي من خلال أنها تعرض مجموع القواعد والقوانين الضابطة للعمل دون أن تدرس اتجاهات الجمهور المستهدف من هذه الدراسات، كما أنها اعتمدت في طرحها على أفكار تبدوا قديمة العرض من خلال تركيزها على جانب الامتيازات التي تقدمها الدولة للقطاع العام وأهملت القطاع الخاص خصوصا وأن الدولة اليوم فتحت العديد من الامتيازات للقطاع الخاص حتى يواكب القطاع العام ويخلق فرص عمل جديدة ويفتح أفاق لمشاريع جيدة وجديدة تدعم طموح الجمهور وتساهم في القضاء على التبعية وفتح مجالات للاستثمار خارج المجالات التقليدية، كما ان الدراسات وفي مجملها قد ركزت على أن الدولة لم تقدم الحلول البديلة من أجل مواكبة التطور التكنولوجي الا أن الملاحظ في الواقع يجد عكس ما روجت له هذه الدراسات من خلال رقمته كل القطاعات وفتح التواصل المباشر عبر البيئة الرقمية لمختلف القطاعات حتى يتمكن الجمهور من معرفة مختلف الاحداث ويعبر عن آرائه بكل حرية ويساهم في تحقيق التطور والنمو خاصة ما تعلق بالمؤسسات الناشئة اليوم باعتبارها العمود الذي ترتكز عليه الدولة في تحقيق التطور الاقتصادي، ورغم كل هذا النقص الا انه تبقى هذه الدراسات قد عالجت جانب له أهمية في هذه كبيرة خاصة ما تعلق بعرض القوانين والليات المدعمة لثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة وأهم القواعد والقوانين التي تساهم في انشائها

ثانيا: الإطار التطبيقي للدراسة:

بغرض الوصول الى الاهداف المسطرة في الدراسة تم الاعتماد على استمارة الكترونية أجابه عنها المبحثن وفيما يلي تفريغ للنتائج المتوصل اليها:

ولكي تكون الدراسة أكثر مصداقية ونتائجها أكثر دقة فقد كان واجبا علميا عرض صدق الدراسة ظاهريا وباطنيا فالصدق الظاهري كان من خلال عرض استمارة الدراسة على مجموعة من المحكمين من داخل جامعة الانتماء وخارجها، حتى تتسم الدراسة بالمصداقية في المحتوى والنتائج ولكي نتمكن من تعميم نتائجها على مجتمع البحث.

1- المحور الاول: البيانات الشخصية بعد تفريغ اجابة المبحثن تم التوصل الى نتائج التالية:

الجدول رقم 01: يمثل خصائص العينة المدروسة:

رقم السؤال	الخصائص	الخيارات	التكرار	النسبة
1	الجنس	ذكر	27	45%
		انثى	33	55%
2	السن	من 18 سنة الى 22 سنة	16	26.7%
		من 23 سنة الى 27 سنة	12	20%
		من 28 سنة الى 32 سنة	21	35%
		أكثر من 32 سنة	11	18.3%
3	الحالة الاجتماعية	عازب	41	68.3%
		متزوج	12	20%
		مطلق	7	11.7%
4	المستوى الدراسي	ليسانس	24	40%
		ماستر	21	35%
		دراسات عليا	15	25%
5	التخصص العلمي	علمي	32	53.3%
		أدبي	28	46.7%
6	الحالة المهنية	طالب	43	71.7%
		موظف	9	17%
		أعمال حرة	8	13.3%
المجموع			100%	

من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

مثل الجدول أعلاه خصائص العينة المدروسة ومن خلال الاطلاع على النتائج المتحصل عليها تبين ان نسبة الاناث كانت اعلى من الذكور حيث بلغت نسبتها 55% وهذا راجع الى دخول المرأة مجال المؤسسات الناشئة وكذلك سعيها الى اكتساب ثقافة مقاومة ومقاومة تمكنها من تحقيق مختلف مشاريعها خاصة مع استخدام البيئة الرقمية بشكل جيد ، اما فئة العمرية فقد كانت على النحو التالي المرتبة الأولى فئة من 18 سنة الى 22 سنة بنسبة 26.7% ثم في المرتبة الثالثة فئة من 23 سنة الى 27 سنة بنسبة 20% في المرتبة الأخيرة فئة اكثر من 31 سنة بنسبة 18.3% وتعتبر الفئة الأولى الأكثر أهمية باعتبارها المرحلة العمرية التي ينهي فيها الطلبة الدراسة ويسعون الى رسم مشاريعهم وتحقيقها من اجل تحسين حياتهم خاصة وانه اصبح سوق العمل يبحث عن الشباب من اجل تطور وخلق مشاريع جديدة تسمح باستمراريتها ثم تليها الفئة الثانية التي تشكل بداية النضج الفكري ودخول الشباب في مرحلة الوعي بالمسؤولية خاصة بعد دخولهم الى الجامعة وتأتي المرحلة الثالثة باعتبارها مرحلة البحث عن اثبات الوجود لدى الشباب من خلال دخولهم الى بوابة المشاريع مع الخوف من الاستمرارية فيها او التنازل عنها والفئة الأخيرة تعتبر اقل اهتماما بمثل هذه المشاريع لأنها تمكنت من دخول سوق العمل اما عن طريق المؤسسات العمومية بكل انواعها وقطاعاتها او المؤسسات الخاصة اما فيما يخص الحالة الاجتماعية لعينة الدراسة فقد

كان اقتراح "عازب" الأول في ترتيب خيارات عينة الدراسة بنسبة قدرت 68.3% ثم يليها اقتراح "متزوج" بنسبة 20% ثم اقتراح "مطلق" بنسبة 11.7% ويعود ذلك الى ان الفئة العازبة من عينة الدراسة تسعى الى بناء مستقبلها وتحسين أوضاعها المادية من اجل الزواج خاصة وان اليوم اصبح المخاطرة والدخول في مشاريع ناشئة تستوجب ان يكون صاحبها ليس له مسؤوليات أخرى حتى تسهل له العمل والسعي اتلى تحقيق مشروعه والوصول بالألأرباح التي يسعى الى تحقيقها في حين الاقتراح الثاني ليس له تأثير فسي الحياة المهنية للطلاب خاصة وان اليوم معظم الطلبة عزاب وتأتي الاقتراح الثالث مطلق لانه عينة الدراسة كانت تشترط ان يكون الباحث عن المشروع او مؤسسه يتمتع بالاستقلالية في تسير اموره ولم يتعرض لإحباط سابق ، واما خاصية المستوى الدراسي فقد كان اقتراح مستوى ليسانس هو الأول في ترتيب إجابات عينة الدراسة بنسبة 40% ليس ببعيد عن اقتراح الماستر بنسبة 35% حيث كانت هناك نسبة متقاربة بينهما لي تأتي في المرتبة الأخيرة اقتراح مستوى الدراسات العليا بنسبة 25% ويعود هذا الاختلاف الى كون ان الفئة المستهدفة في البحث كانت الطلبة كل بتخصصه ومستواه وهذا راجع الى كون ان طلبة الليسانس والماستر الأكثر اهتماما بجانب المؤسسات الناشئة خاصة ومع المشروع الذي اطلقتها الدولة "شهادة جامعية" ..مؤسسة ناشئة" والذي يتضمن ان كل طالب ليسانس او ماستر له الحق في تبني فكرة مشروع وترافقه المؤسسة الجامعية في تحقيق فكرته على ارض الواقع ، اما من حيث التخصص العلمي فقد كان اقتراح "علمي" في المرتبة الأولى بنسبة 53.3% واقتراح ادبي بلغت نسبته 46.7% ويعود ذلك الى كون ان مثل هذه المشاريع تحتاج بالأكثر التخصصات العلمية فهي التي تملك روح الاختراع والابتكار على عكس التخصصات الأدبية فهي تحتاج الى مدة زمنية من اجل تقبل الباحثين للأفكار والسعي الى تبنيها على عكس التخصصات العلمية التي تتطلب دوما الحداثة والتطور ، وفي خاتمة دراسة عينة الدراسة كان حول الوضعية المهنية فكان وضعية الطالب الأعلى نسبة قدرت 71.7% ثم اقتراح موظف بنسبة 17% واقتراح أعمال حرة بنسبة 13.3% ويعود ذلك الى ان الطلبة هم من يسعون الى خلق مناصب عمل تمكن لهم من بناء مستقبلهم واثبات انفسهم في الحياة العملية وكذلك الاستعداد لدخول الى سوق العمل الرقمي خاصة وان اغليبيتهم متمكنة من تكنولوجيا الحديثة خاصة مجال التسويق والاشهار. كل هذه العوامل التي قدمت لمحة عن عينة الدراسة في بحثنا هذا هي عبارة عن عملة لوجهة البحث وباقي العناصر التي تلي هذا المحور في الدراسة خاصة وان البيئة الرقمية اليوم أصبحت بمثابة الحياة الحقيقة للكثير المجتمعات.

2- المحور الثاني: اتجاهات الطلبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية ودعم المؤسسات الناشئة: وجاءت اجابات المبحوثين بعد التفرغ النحو التالي:

الجدول رقم 02: يمثل مفهوم الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة:

الخيار	التكرار	النسبة
قيم ومعتقدات مؤسساتية	28	46.7%
ثقافة مشروع خاص	32	53.3%
غير ذلك	00	00%
المجموع	60	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

الجدول أعلاه يبين مفهوم الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة من طرف عينة الدراسة حيث كان اقتراح "ثقافة مشروع خاص" في المرتبة الأولى بنسبة 53.3% وفي المرتبة الثانية اقتراح "قيم ومعتقدات مؤسساتية"

بنسبة 46.7% وهذا راجع الى كون عينة الدراسة ترى ان المؤسسات الناشئة تكون نتيجة أفكار وتخطيطات الشباب حيث ان الباحث عن فرص عمل هو من يسعى الى خلق مناصب عمل تلبي حاجياته وطموحاته من اجل القضاء على البطالة وكذلك تحقيق المشاريع الخاصة التي يرسمها في مخيلته ويسعى الى تحقيقها للمساهمة في رفع مستوى التحديات التي وضعتها الدولة في سبيل تشجيع انشاء المؤسسات الناشئة.

الجدول رقم 03: تشكل الثقافة المقاولاتية وفكرة انشاء المؤسسات الناشئة:

الخيار	التكرار	النسبة
الجامعة	17	28.3%
دار المقاولاتية	9	15%
الاعلام	10	16.7%
مواقع التواصل الاجتماعي	24	40%
المجموع	60	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

يبين الجدول أعلاه كيفية تشكل الثقافة المقاولاتية وفكرة انشاء المؤسسات الناشئة حيث ان اعلى نسبة كانت بفضل مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة قدرت ب 40% ثم تلها الجامعة بنسبة 28.3% وبعدها يأتي الاعلام بنسبة 16.7% وفي الختام كان الترتيب لدار المقاولاتية ب 15% اي بنسبة متقاربة مع الاعلام ويعود ذلك الى كون اليوم الشباب يستعمل مختلف البيئات الرقمية لأنها تسهل عليه الولوج اليها في كل وقت ودون أي جهد فالضغط على الزر يسمح له بالولوج الى الفضاء الذي يريده ، كما انهم اليوم اصبحوا يسعون الى تجسيد أفكارهم في الواقع من اجل فرض أنفسهم في السوق خاصة مع التطور الذي يعرفه مجال المؤسسات الناشئة ويسعون الى اكتساب ثقافة مقاولاتية تسهل لهم فهم مشاريعهم وتقديمها للجمهور على اكمل وجه حتى يقنعوهم بها.

الجدول رقم 04: يمثل استخدام الهيئات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة المقاولاتية وتشجيع انشاء المؤسسات الناشئة:

الخيارات	التكرار	النسبة
فاسبوك	26	43.3%
إنستغرام	15	25%
تويتر	19	31.7%
المجموع	60	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

الجدول أعلاه يبين استخدام الهيئات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة المقاولاتية وتشجيع انشاء المؤسسات الناشئة ، حيث كان اكبر موقع بحسب إجابة المبحوثين هو موقع الفايسبوك بنسبة قدرت به 43.3% ثم يليها موقع التويتر بنسبة 31.7% وفي الترتيب الأخير الانستغرام بنسبة 25% ، ويعود اختيار عينة الدراسة الى الفايسبوك باعتباره اسهل المواقع استخداما حيث انه يمكنهم تصفحه حتى وان كانت شبكة الانترنت ضعيفة بعكس المواقع الأخرى التي تستلزم قوة الانترنت وكذلك خاصية تصفح بالصفحة الانترنت التي

اطلقها متعاملي الهواتف في الجزائر وهذا ما سمح باستخدام الشباب له في كل الاوقات خاصة في الاطلاع على الاخبار ومختلف التطورات الحاصلة في الميدان ، خاصة ما تعلق بالثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة فاليوم نجد ان جل الصفحات على الفايسبوك تتحدث عنها باعتباره مشروع يساهم في خلق فرص عمل وكذلك القضاء على البطالة ، وأيضا في استخدام التويتر من طرف الهيئات الرسمية لترويج للثقافة المقاولاتية وتشجيع انشاء المؤسسات الناشئة يعود الى اعتباره اكثر المواقع رسمية في استخدامات الهيئات الرسمية فهو يتميز بالسرية في النشر والتغطية المستمرة للأحداث ، خاصة التي تستلزم التصريح المستمر من قبل الهيئات الرسمية ، في حين جاء موقع الانستغرام في المرتبة الأخيرة وذلك يعود الى كونه موقع يتميز ببعض التعقيد في استخدامه وأيضا انه يتطلب قوة الانترنت من اجل تصفح مختلف الاخبار التي تصدر فيه ، وهذا ما جعل عينة الدراسة قليلة الاستخدام له في مثل هذه الاخبار لإنها تشكل اهم ما يبحث المبحوثين عنه باعتبارها قليلة العمل به. الجدول رقم 05: يمثل متابعة الصفحات الأخرى المتعلقة بالنشاط المقاولاتي والمؤسسات الناشئة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	42	70%
لا	18	30%
المجموع	60	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs 21

يمثل الجدول أعلاه متابعة المبحوثين للصفحات المتعلقة بالنشاط المقاولاتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت اعلى نسبة ب نعم يتابعون بلغت 70% ونسبة عدم المتابعة بلغت 40% ويعود ذلك الى كون اليوم مواقع التواصل الاجتماعي من اهم وسائل الاعلام الرقمي متابعة واستخداما من طرف الجمهور، فهي تسهل عملية الولوج اليها واستخدامها حيث انها تنشر مختلف الاخبار وتتابع كل التطورات ، وهذا ما لمسناه في فترة اجراء الدراسة فكانت الصفحات محل الدراسة تهتم كثيرا بنشر مختلف التحديثات المتعلقة بمجال المقاولاتية والمؤسسات الناشئة ، من خلال انها تعرض مختلف المشاريع التي تم مناقشتها وكذلك مختلف التغطيات الإعلامية التي تقوم بها المؤسسة ، وذلك لتقديم شرح اكثر والتعمق وتعريف بالموضوع خاصة ما تعلق بالمؤسسات الناشئة التي تعتبر مشروع حديث تعول عليه الدولة خاصة مع فئة الطلبة ، والتي تعتبر الفئة الأكثر استهدافا تزامنا مع طرح فكرة "شهادة جامعية... مؤسسة جامعية".

الجدول رقم 06: يوضح الصفحات التي يتابعها المبحوثين:

الخيارات	التكرار	النسبة
الجامعة	19	45.23%
دار المقاولاتية	12	28.58%
صفحات مستقلة متعلقة بالموضوع	11	26.19%
المجموع	42	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21s

يوضح الجدول أعلاه نوع الصفحات التي يتابعها المبحوثين في نشر الثقافة المقاولاتية وتشكيل المؤسسات الناشئة ، حيث كانت اعلى الصفحات متابعة بحسب عينة الدراسة هي صفحة الجامعة بنسبة 45.23% ، تليها صفحة دار المقاولاتية بنسبة 28.58% ، وبعدها صفحات مستقلة متعلقة بالموضوع بنسبة 26.19% ، ويعود

متابعة عينة الدراسة لصفحة الجامعة بنسبة عالية الى كونها المصدر الأول لنشر مختلف الاخبار والتحديثات المتعلقة بالموضوع خاصة المؤسسات الناشئة ، لان الجامعة هي الحاضنة الأولى لفكرة ثم تأتي دار المقاولاتية من خلال سلسلة الدروس والأيام التكوينية التي تنظمها الجامعة وتكون تحت اشراف دار المقاولاتية ، في حين كان خيار صفحات مستقلة متعلقة بالموضوع في المرتبة الأخيرة وهذا راجع الى كون الفكرة مازالت حديثة ولم تتحدد بعد معالمها وقوانينها الضابطة لطريقة العمل، وبما ان الجامعة هي حاضنة الاعمال والمؤسسات الناشئة وهي مدعمة الثقافة المقاولاتية فهي تقدم كل ما تعلق بالموضوع ، وبالنظر الى فكرة " شهادة جامعية .. مؤسسة ناشئة " نجد ان غالبية المبحوثين يتابعون صفحات الجامعة عبر كل مواقع التواصل الاجتماعي من اجل الحصول على المعلومات اللازمة وبكل دقة لذلك كانت في المرتبة الأولى من حيث المتابعة من طرف المبحوثين.

الجدول رقم 07: يمثل متابعة المبحوثين للصفحات مواقع التواصل الاجتماعي المهمة بالثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة:

الخيارات	التكرار	النسبة
دائما	19	45.23%
أحيانا	3	7.15%
نادرا	20	47.62%
المجموع	42	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

الجدول أعلاه يبين مدى متابعة المبحوثين للصفحات مواقع التواصل الاجتماعي المهمة بنشر الثقافة المقاولاتية وتشجيع انشاء المؤسسات الناشئة حيث كانت اعلى نسبة لاقتراح نادرا ما يتابعونها قدرت به 47.62% ، وتأتي في المرتبة الثانية اقتراح "دائما" بنسبة 45.23% في الاخير لاقتراح أحيانا ما يتابعونها بنسبة 7.15% ، ويعود ذلك الى ان معزم الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لا تبلي إجابات المبحوثين فهم في الغالب يسعون الى البحث عن طرق الربح والقوانين التي تضمن لهم حقهم بعد فشل المشروع ، في حين ان جل الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لا تعرض مثل هاته الأمور فهي تروج فقط لي فكرة نجاح المشروع او المؤسسة الناشئة ولا تقدم القوانين ولا القواعد المنظمة لها ، في حين كانت هناك فئة من المبحوثين من اكدت انها تتابع دائما هذه الصفحات في الغالب نجد المتابعين هم من تبينوا فكرة مشروع المؤسسة الناشئة فهم ملزمون بمتابعة هذه الصفحات حتى يتمكنوا من معرفة مختلف المستجدات المتعلقة بالموضوع وكذلك التعرف على اشخاص لهم نفس المشاريع حتى يتعلموا من اخطائهم ، فالملاحظ ان أصحاب المشاريع الناشئة اليوم قد اسسوا صفحات متعلقة بمشاريعهم من اجل متابعتها وعرضها على الجمهور حتى يتمكنوا من تقديم إعلانات ترويجية لشركاتهم من اجل تعرف الجمهور عليها ، والعمل بها خاصة ما تعلق بشركات ناشئة إلكترونية مثل مختلف التطبيقات الذكية التي ظهرت بعد تبني الدولة لدعم المشاريع الناشئة.

الجدول رقم 08: يوضح كيفية نشر الصفحات للثقافة المقاولاتية وتشجيع انشاء المؤسسات الناشئة:

الخيارات	التكرار	النسبة
طرح أفكار ومواضيع ذات صلة	20	33.3%
مشاركة الأنشطة وأخبار المقاولاتية	17	28.3%
نشر الإعلانات	8	13.3%
مقالات وتقارير حول الموضوع	10	16.7%
تغطية الأيام الاعلامية والتحسيسية	5	8.3%
المجموع	60	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

الجدول يوضح اجابات المبحوثين حول كيفية تقديم الصفحة للمعلومات حول الثقافة المقاولاتية وتشجيع انشاء المؤسسات الناشئة حيث كان اقتراح " طرح أفكار ومواضيع ذات صلة "في المرتبة الأولى بنسبة قدرت به33.3% من خلال نشر أفكار متعلقة بتشكيل الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة ، ثم في المرتبة الثانية اقتراح "مشاركة الأنشطة واخبار المقاولاتية " بنسبة قدرت ب28.3%، اما في المرتبة الثالثة فقد كان اقتراح "مقالات وتقارير حول الموضوع" بلغت نسبة16.7% في حين كان اقتراح "نشر الإعلانات في المرتبة الرابعة بنسبة 13.3% وفي المرتبة الأخيرة اقتراح «تغطية الأيام الاعلامية والتحسيسية بنسبة ضعيفة جدا قدرت ب 8.3%، ويعود اختيار عينة الدراسة الى الاقتراح الأول الى كون ان الموضوع حديث يتوجب على المبحوثين الاطلاع عليه وتقديم كافة المعلومات والاخبار المتعلقة به من اجل تحقيق الاكتفاء المعرفي والوصول الى الأهداف التي تسطرها الدولة ،وهنا توافقت مع الدراسة السابقة ل"بلقاسم عثمان" حينما قدم نموذجا نقديا لمختلف التجارب للمؤسسات الناشئة في البيئة الرقمية خاصة وانها أصبحت اليوم هي البيئة الخصبة لتعريف بمختلف المشاريع مع مجانية الاشهار فيها، فبعد طرح الأفكار يسعى المبحوثين الى مشاركتها وعرضها على اكبر عدد متابعين حتى يتكمنوا من الاطلاع على اهم النقاط التي تم استحداثها في مجال المقاولاتية والمؤسسات الناشئة من المتابعين ليتمكنوا من بناء فكرة حول المشاريع التي قدمتها الدولة ،وبعدها يأتي خيار المقالات والتقارير حول الموضوع بما يخدم المبحوثين فأصبحت البيئة الرقمية تقدم موجزات إخبارية سريعة عن مختلف المواضيع مما يشجع فضول الباحث خاصة في ما تعلق بمجال المقاولاتية التي أصبحت اليوم بمثابة الركيزة الأساسية لمختلف المشاريع في حين كانت نشر الإعلانات في المرتبة الأخيرة ، ويعود ذلك الى ان متابعي مختلف صفحات مواقع التواصل الاجتماعي يسعون للاطلاع على الاخبار ومختلف المستجدات المتعلقة بالمقاولاتية والمؤسسات الناشئة.

3-المحور الثالث: الاستراتيجيات المتبعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم الثقافة المقاولاتية وتشكيل المؤسسات الناشئة:

وفيه تم تفريغ إجابات الباحثين وفق الأهداف المسطرة في الدراسة على الشكل التالي:

الجدول رقم 09: يمثل مساهمة صفحة دار المقاوالتية لجامعة بسكرة في تشكيل الثقافة المقاوالتية وانشاء المؤسسات الناشئة:

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	42	70%
لا	18	30%
المجموع	60	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

من خلال الجدول أعلاه تبين ان اغلبيه عينة الدراسة تتابع صفحة دار المقاوالتية لجامعة بسكرة وذلك من خلال تأكيدهم على انها تساهم في تشكيل الثقافة المقاوالتية وانشاء المؤسسات الناشئة حيث كانت نسبة اجابتهم بنعم 70% ويعود ذلك الى متابعتهم لها من خلال الاطلاع على مختلف منشوراتها والامام بكل ما يهمهم حول المؤسسات الناشئة، من خلال انها تعرض مختلف الدورات والندوات المتعلقة بالموضوع ، او ما تعلق بهيئات الدعم والمرافقة التي تضمنها الدولة كمرافقة الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب والمجلس الوطني لحاضنات الاعمال ومختلف الجمعيات المرافقة للمؤسسات الناشئة ، في حين كان هناك من الباحثين من له رأي مغاير لذلك من خلال اجابتهم بان صفحة دار المقاوالتية لجامعة بسكرة لا تساهم في تشكيل الثقافة المقاوالتية وانشاء المؤسسات الناشئة قدرت نسبتها ب 30% ويعود ذلك الى كونهم متابعين غير دائمين للصفحة او لا يملكون مولات للمقاوالتية ولا الرغبة في انشاء المشاريع الخاصة.

جدول رقم 10 يمثل مدى مساهمة صفحة دار المقاوالتية لجامعة بسكرة في نشر الثقافة المقاوالتية وانشاء المؤسسات الناشئة:

الخيارات	التكرار	النسبة
كبيرة	14	33.34%
متوسطة	21	50%
صغيرة	7	16.66%
المجموع	42	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

يبين الجدول أعلاه مساهمة صفحة دار المقاوالتية لجامعة بسكرة في نشر الثقافة المقاوالتية وانشاء المؤسسات الناشئة حيث ان اغلبيه الباحثين قد اكدوا ان مساهمة الصفحة متوسطة وقد قدرت نسبة ذلك ب 50% ويعود ذلك الى ان اغلبيه الباحثين يتابعون الصفحة بشكل متذبذب هذا ما دفعهم الى القول بان مساهمة الصفحة متوسطة او لا تلبي الصفحة رغباتهم حول الموضوع من خلال نشرها لأمر سطحية بعيدة عن ما يروجوه الباحثين خاصة وان اغلبيتهم من فئة الطلبة تبينوا فكرة "شهادة جامعية... مؤسسة ناشئة" ويسعون الى الاطلاع على مختلف التحديثات والقرارات التي تساهم في تقديم المعلومات اللازمة لمشاريعهم والصفحة لا تقدم ذلك ، في حين كانت إجابة بعض الباحثين بانها تساهم بشكل كبير قدرت ب 33.34% ، ويعود ذلك للاطلاع المستمر ومتابعتهم اليومية للصفحة هؤلاء يعتبرون ممن قبلت مشاريعهم وتحصلوا على حضانة الاعمال التي تؤكد قبول مشاريعهم الخاصة ، ما يستوجب عليهم الاطلاع الدائم على مختلف

التحديات المتعلقة بمجال المؤسسات الناشئة وكذلك تكوين ثقافة مقاولاتية حول مشاريعهم من أجل التعريف بها لدى الجمهور عندما يحين وقت عرضها ، وبينما هناك فئة من المبحوثين قد رأت ان الصفحة تساهم بشكل صغير في نشر الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة وقدرت نسبتها ب 16.66% ويعود ذلك الى كون هذه الفئة بعيدة عن الاهتمام بمجال المقاولاتية والمؤسسات الناشئة ، أي انها تعتبر من الفئة التي تتابع دون تفاعل او أي هدف تسعى الى تحقيقه وكذلك لا تضع الثقة في صفحات الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التعريف بمشاريعها او الاطلاع على مشاريع غيرها فهذا ما لاحظته خلال فترة الدراسة ان هناك فئة من الطلبة وضعوا منشورات طلب فيها توضيحات عن طبيعة المناقشة وطريقة عرض المشروع امام اللجنة المسؤولة حتى يتمكنوا من مناقشتها دون أي ضغوط.

الجدول رقم 11: يوضح مساهمة صفحة دار المقاولاتية لجامعة بسكرة في تشكيل الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة:

الخيارات	التكرار	النسبة
تقديم معلومات حول طريقة فتح مشروع ومتابعته	20	33.3%
توعية الطالب بأهمية الفكر المقاولاتي	16	26.7%
تشجيع المبادرات الناجحة لطلبة وتعميمها	24	40%
المجموع	60	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

الجدول أعلاه يبين إجابة المبحوثين حول كيفية نشر صفحة دار المقاولاتية لجامعة بسكرة للثقافة المقاولاتية وإنشاء المؤسسات الناشئة حيث كانت الإجابة بان الصفحة تشجع المبادرات الناجحة للطلبة وتعممها بنسبة 40% وهذا بهدف التشجيع على تبني هذه المشاريع وخلق روح المنافسة بين أصحاب المشاريع حتى يتمكنوا من تقديم افضل ما لديهم ورفع حدة المنافسة لخلق مشاريع يعول عليها مستقبلا من أجل التطور والوصول الى تحقيق الاكتفاء الذاتي ، ليأتي بعدها اقتراح "تقديم المعلومات حول طريقة فتح مشروع ومتابعته" بنسبة قدرت بـ 33.3% وذلك من خلال عقد ندوات وايام تحسيسية حول فكرة المشاريع الناشئة حتى يتسنى للطلبة فهم هذه المشاريع ، وهذا ما سعت اليه دار المقاولاتية لجامعة بسكرة ، من خلال تنظيم العديد من الندوات و الأيام الدراسية حول فكرة "شهادة جامعية ...مؤسسة ناشئة " ، بهدف التعريف بفحوى هذا القرار وتقديم المعلومات للطلبة لتوضيح الأفكار لهم حيث قدمت العديد من الأيام الدراسية حول الموضوع في كل المؤسسات التابعة للجامعة من خلال أيام دراسية بقطب الحاجب وقطب شتمة والجامعة المركزية ، بهدف تقديم المعلومات اللازمة ومرافقة الطالب بأهمية الفكر المقاولاتي بنسبة 26.7% ويعود ذلك الى اهتمام دار المقاولاتية لجامعة بسكرة بفكرة المؤسسة الناشئة التي تعتبر المشروع الذي تعول عليه الوزارة المعنية من أجل إنجاح مبادرات فالتوأمة والشراكة بين مختلف القطاعات. خاصة وان الدولة عقدت العزم على النهوض بميدان المؤسسات الناشئة لتحقيق النمو الاقتصادي، واعتمادها على استراتيجية دعم التجارب الناجحة والتعريف بالمشاريع الجديدة من أجل تقديم صورة إيجابية للطلبة ليتتمكنوا من تبني هذه المشاريع، والعمل على تحقيق اهداف الدولة لذلك نجدها قد اهتمت الجانب المتعلق بالفكر المقاولاتي، لأنها وبجسها الطالب الذي تبني مشروع يكون قد تشيع فكريا وأصبح مقتنع بمشروعه ومع على المؤسسة الجامعية الى تشجيعه على تنفيذه.

الجدول رقم 12: يوضح العراقيل التي تحد من نشر الثقافة المقاوالتية وتشكيل المؤسسات الناشئة:

الخيارات	التكرار	النسبة
غياب الميل لدى الطلبة	10	9.25%
نقص المعلومات المقدمة حول الموضوع	15	13.89%
غياب القواعد والقوانين المنظمة والضابطة لإنشاء المشروع	12	11.11%
مشكلة التمويل	30	27.78%
الجهل بالامتيازات المقدمة من قبل هيئات الدعم المرافقة	20	18.52%
سيادة ثقافة العمل في الوظيفة العمومي	21	19.45%
المجموع	108	100%

من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج spcs21

الجدول أعلاه يوضح اهم العراقيل التي تحد من نشر الثقافة المقاوالتية وانشاء المؤسسات الناشئة وبحسب عينة الدراسة فان اهم العراقيل كانت في مشكلة التمويل بنسبة 27.78% ويعود ذلك الى كون الطلبة لا يملكون مصادر مالية لتمويل مشاريعهم والدولة لم تحدد طرق التمويل فهم يتخوفون من دخول مجال الاعمال دون مصادر تمويل واضحة ورأس مال واضح ، لكي يتمكنوا من بناء او سير مشروعهم على الأقل في الفترة الاولى من التعريف به ، في حين كانت النسبة متقاربة بين الخيارين سيادة ثقافة العمل في الوظيفة العمومي بنسبة 19.45% ، والجهل بالامتيازات المقدمة من قبل هيئات الدعم المرافقة بنسبة 18.52% يعود هذا التخوف الى كون ان الاستراتيجيات التي اتبعتها الدولة اودار المقاوالتية في جامعة بسكرة بعيدة عن تطلعات الطلبة في مجال الاعمال خاصة ما تعلق بالمشاريع الجديدة والتي تعتبر القاعدة الأساسية لتطوير الاقتصاد والهوض به خاصة وان الدولة جعلت استراتيجية دعم فكرة شهادة جامعية...مؤسسة ناشئة ، من أولوياتها فنظمت العديد من اللقاءات والأيام الإعلامية لتوضيح فكرة العمل بها فكان لها اصدار العديد من القوانين والمراسيم التنفيذية التي تنظم ذلك، ثم رات عينة الدراسة ان نقص المعلومات المقدمة حول الموضوع كانت أيضا من العراقيل التي تحد من نشر الثقافة المقاوالتية وانشاء المؤسسات الناشئة بنسبة 13.89% فهي بمثابة بوابة لتعرف على مختلف مجالات المشاريع الناشئة والقوانين الضابطة لها فنقص المعلومات فهذا الجانب يولج مجموعة من العراقيل التي تحد من نشر الثقافة المقاوالتية فدار المقاوالتية بجامعة بسكرة لم تعطي أهمية كبيرة للتعريف بمختلف المراسيم التنفيذية التي أصدرتها الدولة وخاصة المتعلقة بتنظيم العمل وفق هذه المشاريع الناشئة ، لتأتي بعدها عرقلة أخرى وتمثلت في غياب القواعد والقوانين الضابطة لإنشاء المشروع بنسبة 11.11% ويعود ذلك لكون فكرة المؤسسات الناشئة حديثة الطهور فقد جاءت كسياسة تبنتها الدولة الجزائرية بعد الركود الاقتصادي الذي عرفه العالم خلال جائحة كورونا والتي خلقت انسدادا اقتصاديا كبير اجبر العديد من الدول على تبني سياسات اقتصادية جديدة ، والجزائر من بين هذه الدولة التي تبنت سياسة المشاريع الناشئة حتى تحقق نمو اقتصاديا وتعيد سكة اقتصادها الى المنافسة العالمية ، لتغلق عينة الدراسة العراقيل التي تواجهها في تشكيل الثقافة المقاوالتية وانشاء المؤسسات الناشئة باقتراح غياب الميل لدى الطلبة بنسبة 9.25% ويفسر ذلك بكون ان الطلبة يسعون الى تبني أفكار مشاريعهم والسعي الى تحقيقها لكن غياب القواعد والقوانين المنظمة لإنشاء المؤسسات الناشئة جعل من غياب الميل هو العنصر الأخير في العراقيل التي رتبها المبحوثين، وهذا راجع الى تخوفهم من تبني المؤسسات الناشئة هم لا يملكون مصادر للتمويل ولا القواعد المنظمة للمجال ، وهذه العراقيل وبحسب تصنيفها

وترتيبها من طرف المبحوثين تعتبر الأهم في اطار نشر الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة، وكذلك أوضحت عينة الدراسة ان الاستراتيجيات التي تتبعها جامعة بسكرة من خلال دار المقاولاتية التابعة لها في دعم تشكيل الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة من خلال البيئة الرقمية التي تعتبر اليوم بمثابة الوجهة المفضلة لطلبة في الاطلاع عليها والتعرف على مختلف المعلومات المتعلقة بمثل هذه المشاريع. انها استراتيجيات بعيدة عن تطلعاتهم التي يسعون من خلالها الى تلقي الدعم والتمويل من طرف الهيئات المرافقة حتى يتمكنون من البدا بمشاريعهم والولوج الى عالم الشغل.

رابعاً مناقشة النتائج هذه النتائج عن اراء المبحوثين الذين كانوا عينة الدراسة خلال فترة إنجازها، لكن هذا لا يعني ان كل الطلبة لهم نفس التوجه وهذا ما تثبتته الفئة التي كانت اجابتها بلا في الاستمارة المقدمة لمجتمع البحث من اجل الإجابة عليها، كما انه هناك من تبني فكرة شهادة جامعية.. مؤسسة ناشئة. وقدم مشاريعه تحت ما يعرف ب startup وهذا من اجل تبني مشاريع ناشئة و السعي الى تحقيقها خاصة مع التطور الذي تعرفه تكنولوجيا الاتصال، فالיום تشكل البيئة الرقمية احد اهم المساحات الاشهارية التي لا تتطلب دفع مبالغ مالية كبيرة من اجل الترويج او الإعلان عن مختلف المشاريع التي تم اطلاقها كما تعتبر البيئة الرقمية من ابرز أنواع الاعلام الجديد الذي يهتم بنشر مختلف الاحداث خاصة ما تعلق بالجانب الاقتصادي حيث أصبحت اليوم كل وسائل الاعلام تملك صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي حتى تتمكن من معرفة رد فعل جمهورها مباشرة ولكي تساهم في تحقيق اكبر قدر ممكن من إيصال المعلومات لهم، يعتبر التمويل من بين اكبر العقاقيل التي تواجه أصحاب المشاريع الناشئة وذلك لغياب المصادر التي توفر الأموال لمثل هذه المشاريع لأنها لا تتمتع بالثقة الكافية للنجاح حتى تسمح لأصحاب الأموال من دعمها، وكذلك في تلقي التويم يكون بإمضاء على سندات تجبر صاحب المشروع بإرجاع الأموال في حالة فشل مشروعه هذا ما يدفع بالشباب وخاصة الطلبة الى الابتعاد عن فكرة انشاء مشاريعهم الخاصة في حالة عدم تمويلهم من طرف الدولة

-ان البيئة الرقمية هي احد الوسائل الإعلامية التي تسعى اليوم الى دفع عجلة النمو الاقتصادي للبلاد من خلال تبنيها لنشر مختلف المشاريع التي تقدمها الدولة والتعريف بها حتى يتسنى لمستخدميها من التعرف عليها والسعي الى تطبيقها خاصة ما تعلق بالمشاريع الناشئة التي تتطلب رأس مال صغير، فالיום نرى ان جل المشاريع الناشئة هي عبارة عن تطبيقات على البيئة الرقمية تسمح بخلق وظائف جديدة او تطوير لما سبق من التطبيقات التي تستدعي ذلك فالיום البيئة الرقمية بمثابة السوق الذي تباع فيه كل السلع وبأسعار مختلف تتوافق مع قدرات استيعاب مستخدميها.

١١. نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا الاستطلاعية التي أجريت حول دور البيئة الرقمية في تشكيل الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة تم التوصل الى النتائج التالية:

* اهم الفئات التي تهتم بالثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة هي فئة شبابية تحمل طموحات تسعى الى تحقيقها فكانت اغلبية إجابات المبحوثين عزاب وهذا ما يثبت ان هذه الفئة هي الأكثر استهدافا من اجل رسم معالم مستقبلها

*مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها تعتبر البيئة الرقمية المساعدة على التعريف بمختلف المشاريع وخاصة الشركات الناشئة فنجد اليوم ان كل الصفحات تتحدث عن المبادرة التي اطلقتها الدولة "شهادة جامعية... مؤسسة ناشئة" وهنا قد توافقت مع نتائج الدراسة السابقة ليلقاسم عثمان المعنونة بالمرتكزات الأساسية للمؤسسات الناشئة في البيئة الرقمية وما المعمول والمأمول حيث انه كانت من نتائج

الدراسة ان صفحات البيئة الرقمية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا كبيرا في نشر فكرة انشاء المؤسسات الناشئة وتقديم مختلف التوضيحات عنها.

* تعتبر الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة من بين المشاريع التي يسعى الشباب الى تحقيقها من اجل بناء مستقبلهم.

* ثقافة المشروع الخاص هي التعريف الأمثل للثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة عند الطلبة او عند جمهور متابعي صفحة دار المقاولاتية لجامعة بسكرة اتفقت مع الدراسة السابقة للقارة ابتسام وطهراوي دومة على وصلاحي محمد المعنونة ب دور المقاولاتية في تطوير الفكر المقاولاتي الذي الشباب الجامعي، من خلال ان دار المقاولاتية تساهم وبشكل كبير في نشر الثقافة المقاولاتية وتدعم الفكر المقاولاتي.

* تعددت عوامل التي تشجع على تشكيل الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة فمنها ما تعلق بمعتقدات عن الفكر المقاولاتي ومنها ما تعلق بنشر الاخبار عبر مختلف الوسائل من جامعة من خلال أيام تكوينية او ندوات ،وبين مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشر مختلف الاخبار والاحداث المتعلقة بالموضوع وبين ما تعلق بدار المقاولاتية التي تقدم مختلف المعلومات لطلبتها سواء كان التقديم حضوريا من خلال الورشات التكوينية او عن بعد من خلال نشر تجارب ناجحة لطلبة سابقين تبناوا فكر المشاريع الخاصة ورافقتهم هي في الدعم والتوجيه.

* تصادف استراتيجية نشر الفكر المقاولاتي وانشاء المؤسسات الناشئة مجموعة من العراقيل التي تحد من تحقيق الأهداف المسطرة ولعل أبرز هذه العراقيل مشكلة التمويل التي تعتبر الهاجس الأول لطلبة في تبني فكرة مشاريعهم ثم تاليها غياب القواعد والقوانين المنظمة للعمل وجهل أصحاب المشاريع بالدعم والمرافقة التي تقدمها هيئات الدعم التي اسستها الدولة، وكذلك سيادة ثقافة الوظيف العمومي مما جعل معظم الطلبة يهتم بالحصول على شهادة من اجل التوظيف دون السعي الى خلق فرص عمل تسمح بالدعم الاقتصادي الوطني

III. خاتمة

في الأخير يمكن القول بان البيئة الرقمية لها دور فعال في تشكيل الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة وذلك من خلال ،انها تقدم المعلومات اللازمة حول الموضوع فهي حرصت على التعرف على اهم الأسباب التي تطور الثقافة المقاولاتية واهم المصادر التي يتابعها المبحوثين حتى تتمكن من رسم معالم واضحة تساهم في ترسيخ الثقافة المقاولاتية كما انها تقدم الدعم اللازم من خلال انشاء عدة صفحات على مواقعها المختلفة حتى تحقق الاكتفاء المعرفي للمبحوثين في حين انها حددت مجموع العراقيل التي تساهم في عرقلة صفحة دار المقاولاتية لجامعة بسكرة في نشر الثقافة المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة باعتبارها احد اهم المشاريع التي تعول عليها الدولة من اجل النهوض باقتصادها كما انها حددت مجموعة من الاستراتيجيات التي تساهم في رفع العراقيل امام الطلبة والمساهمة في تحقيق مشاريعهم الخاصة ومنة أهمها استراتيجية دعم المشاريع ومرافقتها حتى بعد نجاحها وذلك من اجل تقديم تجارب ناجحة لسماع للطلبة بأخذ فكرة وتشجيعهم على الاهتمام بمبادرات المشاريع الناشئة والسعي الى تحقيق اكبر عدد منها حتى يتسنى للبيئة الرقمية من نقل مختلف الاخبار والندوات المتعلقة بمجال المقاولاتية وانشاء المؤسسات الناشئة ،وعليه فالיום أصبحت البيئة الرقمية هي بوابة الثقافة المقاولاتية والمؤسسات الناشئة من خلال تشكيل الثقافة المقاولاتية والمساهمة في انشاء المؤسسات الناشئة.

قائمة المراجع:

○ **الكتب:**

- فضيل دليو مدخل الى منهجية البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية ، (الجزائر: دار هومة للطباعة و النشر والتوزيع، 2014)، الصفحة 217.
- مصطفى يحي عليان ، البحث العلمي / سسه مناهجه واسالييه / إجراءاته ، (عمان: بيت الافكار الدولية 2001)، الصفحة 48.
- منال هلال المزاهرة: بحوث الاعلام: الاسس والمبادئ ، (عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2010)، الصفحة 176.
- وسام فاضل، العينات في بحوث الاعلام، (بغداد: مكتب سنتر العلوم 2023)، الصفحة 66.

➤ **المقالات:**

- حسام منصور ، الاشهار في البيئة الرقمية: مفاهيم أساسية ، *مجلة التمكين الاجتماعي*، المجلد 2، العدد 4، السنة 2022، صفحة 61.
- خيرة خديم ، استخدام الصحافة المكتوبة لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للاخبار -دراسة تحليلية لعينة من اعداد صحيفة الشروق اليومي . ، *مجلة دراسات وابحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية* ، المجلد 10 العدد 4، السنة 2018، صفحة 741.
- عبد الحق زيان، و زهوة هواري ، مساهمة المؤسسات الناشئة في دعم مساعي التنمية -دراسة حالة لمجموع من المؤسسات الناشئة الجزائرية، *مجلة دراسات اقتصادية*، مجلد 22، العدد 2 السنة 2022 الصفحة 10.
- علاء الدين بوضياف ، و محمد زوبير ، دور حاضنات الاعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة في الجزائر ، *مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية* المجلد 4 العدد 1، السنة 2020 الصفحة 99/86.
- محمد بوعتلي سامية ليلية، واقع المنصات الرقمية و تأثيرها على التنمية المستدامة -دراسة ميدانية وقياسية. *مجلة المنير*، المجلد 9، العدد 2، السنة 2022، الصفحة 14.
- ابتسام قارة، دومة على طهراوي، و صلاح محمد. (دور دار المقاولاتية في تطوير الفكر المقاولاتي لدى الشباب الجامعي - دار المقاولاتية بجامعة غليزان أنموذجاً) *مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية*، المجلد 3، العدد 2 السنة 2020، الصفحة 106/93.
- عثمان بلقاسم ، المرتكزات الأساسية للمؤسسات الناشئة في البيئة الرقمية بين المعمول والمأمول (قراءة نقدية في تجارب متنوعة). *مجلة رقمنة مجلة الدراسات الاعلامية والاتصالية*، المجلد 2، العدد 2، السنة 2022، الصفحة 31-22.

○ **الملتقيات**

- منيرة سلامي، التوجه المقاولاتي للشباب الجزائري بين متطلبات الثقافة وضرورة المرافقة -تجربة وكالة الوساطة والضبط العقاري وتجربة الحضيرة التكنولوجية بالجزائر. *ملتقى استراتيجيات التنظيم ومراقبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر* http://hdl.handle.net/123456789/2663، تاريخ الانعقاد 18 و19 أفريل 2012، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر ، الصفحة 3 .